

- > FRAUEN
- > POLITIK
- > MEDIEN

JAHRESSTUDIE 2022



Fokus
Frauen & Geld

Mit freundlicher Unterstützung von

ACREDIA
MACHT MUT ZU HANDELN



Raiffeisen
Capital Management



ÜBER MEDIAAFFAIRS

MediaAffairs ist Expertin in der wortgenauen und inhaltlichen Analyse, Auswertung und kritischen Beurteilung der medialen Berichterstattung in Österreich. Das Hauptaugenmerk richtet sich dabei auf die mediale Politikberichterstattung auf Bundes- und Landesebene und auf gesellschaftspolitische Themen in Massenmedien. Seit mittlerweile fast zehn Jahren befassen wir uns eingehend mit der Frauenpolitik in Österreich auf politischer und medialer Ebene – einem in mehrfacher Hinsicht relevanten Thema.

STUDIENLEITUNG / STUDIENAUTORIN

Maria Pernegger ist Medienanalytikerin und Geschäftsführerin der Medienanalyse-Agentur MediaAffairs mit den Arbeitsschwerpunkten Bundes-/Gesellschaftspolitik und Wirtschaft. Pernegger ist Leiterin diverser Forschungsprojekte, insbesondere im gesellschaftspolitischen Kontext. Sie begleitet aber auch Unternehmen und Organisationen in der Kommunikation durch die Analyse von Medienmärkten sowie die Auswertung von Trends, Entwicklungen und Potenzialthemen in einflussreichen Massenmedien.

IMPRESSUM
MediaAffairs
Eisenstraße 64, A-4460 Losenstein
Tel.: +43 7255 20318, office@mediaaffairs.at
www.mediaaffairs.at

*Datenauswertung:
Inhaltliche Mitarbeit:*

Lektorat:

*Gerald Astleitner
Manuel Bonat, Julia Jachs,
Marlene Wiesner, Ursula Bock
Gerhard Schindler*

*Barrierefreie Version geprüft mit Adobe Acrobat Pro
Feedback zur barrierefreien Version bitte an office@mediaaffairs.at*

Veröffentlicht im April 2023

Titelbild: © Adobe Stock

Inhalt

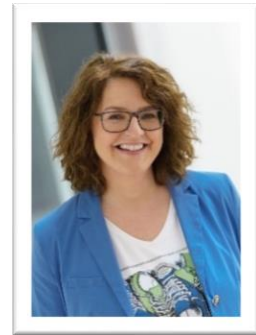
Vorwort	5
Vorwort	6
Vorwort	7
Vorwort	8
1 Ziele und Inhalte der Studie	9
1.1 Inhalte	9
1.2 Medienauswahl und Methodik.....	10
ABSCHNITT I.....	13
FRAUENPOLITIK & MEDIEN.....	13
2 Das politische Themenspektrum und die Relevanz der Frauenpolitik	14
2.1 Frauenpolitik verliert in Zeiten multipler Krisen markant an Boden	14
2.2 Differierende Affinität der Medien zu frauenpolitischen Themen	15
3 Frauenpolitik 2022 – Die Themen	16
3.1 Polarisierende Themen können sich am ehesten halten	16
3.2 Entwicklung der Frauenpolitik im Verlauf eines Jahres	19
3.3 Prägende und fehlende Themen im Polidiskurs	20
3.4 Frauen in Politik – Markanter Rückgang in der Regierung	26
3.5 Aufholbedarf in den Regionen und Gemeinden	29
4 Die Frauenpolitik und ihre Player	31
4.1 Parteienpräsenz im frauenpolitischen Kontext	31
4.2 Top-Player im frauenpolitischen Kontext.....	32
4.3 Themensetting und Performance der unterschiedlichen Parteien	33
5 Exkurs: Die „Zeit-im-Bild“-Formate und Frauenpolitik.....	37
5.1 Frauenpolitische Inhalte verlieren enorm an Sichtbarkeit	37
5.2 Frauenpolitik in der ZiB – Themenführerschaft.....	37
ABSCHNITT II	39
BILDPRÄSENZ VON FRAUEN –	39
BILDER SCHAFFEN PERSPEKTIVEN!	39
6 Frauenbilder in Medien	40
6.1 Medien als Abbild der Wirklichkeit?	40
6.2 Repräsentation von Frauen in Medien und Berichterstattung	40
6.3 Sichtbarkeit nach Themenbereichen.....	43
a) <i>„Das schöne Geschlecht“ – Stereotype halten sich.....</i>	49
b) <i>Männerdomänen – wo Frauen noch lange nicht gleichziehen</i>	50
6.4 Medienspezifische Unterschiede der Darstellung	51
ABSCHNITT III.....	56
FOKUSTHEMA	56

FRAUEN & GELD	56
7 Frauen und Geld.....	57
7.1 Über Geld spricht frau nicht!	57
7.2 Rahmenbedingungen stabilisieren finanzielle Benachteiligung	58
7.3 Geld, das fehlt	61
7.4 Vermögen, das ungleich verteilt ist	65
7.5 Auseinandersetzung mit Vermögen – Anlage – Vorsorge.....	66
7.6 Geld und Finanzen als Thema mit Frauenfokus in Medien	70
7.7 Die Finanzbranche in den klassischen Medien	79
ABSCHNITT IV	83
KEY FINDINGS	83
UND ZUSAMMENFASSUNG	83
8 Key findings.....	84
8.1 Frauenpolitik und Frauen in der Politik	84
8.2 Frauen und Sichtbarkeit – die Bildpräsenz	85
8.3 Fokusthema „Frauen & Geld“	85
ABSCHNITT V	89
ANHANG	89
9 Quellen.....	90
10 Abbildungen.....	95

VORWORT

Gudrun Meierschitz

Vorstandsmitglied der ACREDIA Versicherung AG



©Martina Draper/Acredia

Im März dieses Jahres hatte ich die Ehre, als Nominierte bei einer Preisverleihung dabei zu sein. Der Award zeichnet Persönlichkeiten und Initiativen aus, die sich besonders für die Gleichberechtigung der Geschlechter einsetzen.

Ich war tief beeindruckt von den vielen Frauen, die in den verschiedensten Fachbereichen Außergewöhnliches leisten. In den Laudationen und Dankesreden ging es unter anderem darum, warum wir uns überhaupt mit Gleichberechtigung beschäftigen. Unternehmerin und Investorin Selma Prodanovic hat es für mich auf den Punkt gebracht: „Es geht nicht darum, Männer zu verdrängen, sondern Frauen auf dieselbe Stufe zu heben und sichtbar zu machen.“

Und was sagen die Männer dazu? Ali Mahlodji, Unternehmer und bekennender Feminist, meinte: „Wenn wir die Gleichberechtigung schaffen, dann bedeutet das auch eine Entfesselung für uns Männer. Für Männer, die gerne mehr bei ihren Kindern wären oder die eine bessere Work-Life-Balance wollen. Dann können wir Männer endlich die Menschen sein, die wir sein wollen, abseits vom Starken-Mann-Klischee.“

Dass sich in Sachen Gleichberechtigung viel getan hat, steht außer Zweifel. Ich wuchs in den 1970ern auf, als Frauen noch die Erlaubnis ihrer Ehemänner brauchten, um arbeiten zu gehen. Ich erinnere mich, als eine Klassenfahrt stattfand und eine Unterschrift von meinen Eltern erforderlich war. Mein Vater, der an der Hand verletzt war, konnte nicht unterschreiben, und die Schule wollte die Unterschrift meiner Mutter nicht akzeptieren.

Solche Erlebnisse gehören zwar der Vergangenheit an, aber noch immer gibt es in Österreich einen Gender Pay Gap von 18,9 Prozent. Und es tun sich immer neue „Gaps“ auf, wie zum Beispiel der Gender Investment Gap. Er beschreibt die Tatsache, dass Startups mit weiblichen Gründerinnen geringere Investitionssummen erhalten als ihre männlichen Pendanten. 2022 gingen in Österreich fast 9 von 10 Euro an rein männliche Gründungsteams. Besonders schwer haben es Startups, die nur von Frauen gegründet werden: Sie erhielten 2021 lediglich 1,8 Prozent des gesamten Venture-Capitals in Europa.

Als Vorständin von Österreichs führender Kreditversicherung will ich Mut machen, das Potenzial von Frauen zu erkennen und zu fördern. Es liegt an uns allen, nicht nur das Bewusstsein für die fehlende Gleichbehandlung der Geschlechter zu schärfen, sondern auch Lösungen dafür zu suchen. Die vorliegende Studie ist ein großartiger Anlass dafür.

VORWORT

Renate Anderl

Präsidentin der Arbeiterkammer Wien



©Sebastian Philipp

Wir befinden uns in einer Zeit multipler Krisen, und wir wissen, dass Frauen überproportional stark von Krisen wie der Covid-19-Pandemie, der Teuerung oder der Energiekrise betroffen sind. Das liegt unter anderem daran, dass Frauen noch immer weniger verdienen als Männer – wir haben in Österreich einen der höchsten Gender Pay Gaps. Im EU-Vergleich liegen wir auf dem schlechten vorletzten Platz.

Frauen übernehmen noch immer den größten Teil der unbezahlten Arbeiten, sei es die Kinderbetreuung, die Pflege von Angehörigen oder Haushaltsarbeit. Der Care Gap, also der unterschiedliche Zeitaufwand, den Frauen und Männer für unbezahlte Arbeit aufbringen, macht in Österreich 55 Prozent aus. Gerade nach der Geburt eines Kindes sind es vor allem Mütter, die ihre Erwerbstätigkeit unterbrechen und anschließend teilzeitbeschäftigt auf den Arbeitsmarkt zurückkehren. Im Gegensatz dazu beeinflussen Kinder in der Familie die Erwerbsarbeit von Männern wenig, Väter arbeiten im Schnitt sogar mehr als Männer ohne Kinder.

Aufgrund der ihnen zugeschriebenen unbezahlten Betreuungsaufgaben haben Frauen im Schnitt weniger Einkommen zur Verfügung, können weniger sparen und haben weniger finanzielle Polster in Krisenzeiten. Daher stellen Einkommensausfälle und plötzliche hohe Ausgaben eine große Belastung dar. Im Vergleich zu Männern können sie in diesen Situationen weniger leicht und auf weniger Reserven zurückgreifen. Damit ist nicht nur der Gender Pay Gap, sondern auch der Vermögensunterschied, der Gender Wealth Gap, eine zentrale Dimension der Geschlechterungleichheit, die politisch verändert werden muss!

In der medialen Berichterstattung spielt das allerdings kaum eine Rolle, wie die vorliegende Frauenmedienanalyse zeigt. Frauenspezifische Inhalte und die Sichtbarkeit von Frauen sind nochmals drastisch zurückgegangen, und das, obwohl frauenpolitische Inhalte auch schon bisher medial eher politische Nebenschauplätze waren.

Paradoxerweise tragen vor allem multiple Krisen dazu bei, dass frauenpolitische Anliegen noch stärker marginalisiert werden. Gerade in Österreich zeichnen sich die vergangenen Jahre durch einen eklatanten Stillstand in der Gleichstellungspolitik aus. Gleichstellungspolitiken werden als „Luxus“ abgetan, für den in Krisenzeiten kein Platz ist. Die Betroffenheiten von Frauen werden Großteils ignoriert

Es braucht daher Gleichstellungspolitik als Querschnittsmaterie, die nicht als Luxusproblem abgetan wird und auch durchgehend und in Krisenzeiten zum Einsatz kommt. Sie kann wesentlich dazu beitragen, den Gender Pay Gap und perspektivisch auch den Gender Wealth Gap zu verringern.

Ökonomische Unabhängigkeit zählt zu den dringlichsten Herausforderungen, um das Leben von Frauen zu verbessern. Die Medien können dazu ihren Beitrag leisten und dringend anstehenden Veränderungen zu mehr Sichtbarkeit verhelfen: Diese reichen von Chancengleichheit auf dem Arbeitsmarkt mit einer gerechteren Bewertung von Frauenarbeit über bessere Angebote im Care-Sektor bis hin zu Halbe-Halbe bei der unbezahlten Arbeit und in Entscheidungspositionen.

VORWORT

Sabine Macha

Stv. Bereichsleiterin Corporate Sustainability
Raiffeisen Capital Management



© Roland Rudolph

Wer nur wenig Geld zur Verfügung hat, hat auch wenig Möglichkeiten, finanziell vorzusorgen. Traurige Wahrheit ist, dass das mehrheitlich auf Frauen zutrifft. Auch im 21. Jahrhundert ist der Vermögensunterschied zwischen den Geschlechtern gravierend. Das liegt einerseits daran, dass Frauen vielfach weniger verdienen, aber auch daran, dass sie ihr Ersparnis konservativer anlegen. Eine Vielzahl an Umfragen belegt, dass Frauen bei der Vorsorge auf sichere Ansparformen setzen und die Risiken von höheren Ertragsmöglichkeiten an den Kapitalmärkten vermeiden. Männer hingegen, die aufgrund des größeren finanziellen Spielraums etwaige Verluste besser wegstecken können, nehmen diese Risiken mehrheitlich in Kauf und lukrieren dadurch oft auch höhere Erträge. So wird das Gap zwischen den Vermögen von Frauen und Männern immer größer anstatt kleiner.

Aus diesem Grund appellieren wir an Frauen, mutiger beim Anlegen zu sein und Chancen auf höhere Erträge wahrzunehmen. Wir möchten Frauen bewusst darin unterstützen, ihren Vermögensaufbau aktiv zu steuern und finanziell in die Gänge zu kommen und nicht auf die sprichwörtlich „besseren Zeiten“ zu warten. Richtig ist, dass Kapitalmarktveranlagungen mit gewissen Risiken verbunden sind, aber wer die Möglichkeit hat, länger in einem Investment zu bleiben, kann am Kapitalmarkt oft wesentlich höhere Erträge erzielen, als dies mit Sparbuch & Co möglich ist.

Raiffeisen Capital Management (Raiffeisen Kapitalanlage-Gesellschaft m.b.H.) setzt eine Reihe von Maßnahmen, das Finanzwissen von Frauen zu stärken, Kapitalmarktinvestments bei Frauen populärer zu machen und so ihren finanziellen Spielraum zu erweitern. Das bedeutet vor allem, über die Themen Sicherheit und Risiken zu informieren und auch zu vermitteln, dass bereits mit vergleichsweise kleinen Beträgen – auf monatlicher Basis – am Kapitalmarkt investiert werden kann. Regelmäßiges Fondssparen, beispielsweise, ist bereits ab 50 Euro im Monat möglich. Ein wichtiges Merkmal des Fondssparens ist neben dem niedrigen Einstiegsbetrag die Möglichkeit, den Einzahlungsmodus nach der aktuellen persönlichen Lebenssituation zu steuern. Konkret heißt das, dass die monatliche Einzahlung jederzeit erhöht, reduziert oder unterbrochen werden kann, wenn es zu finanziellen Engpässen kommen sollte. Das kann gerade vor dem Hintergrund der aktuellen Inflationsentwicklung ein Thema sein.

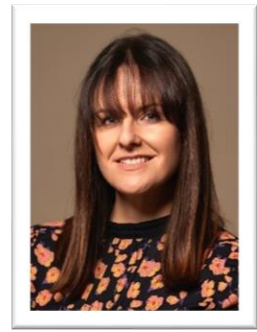
Und noch eines – da Frauen das Thema Nachhaltigkeit besonders wichtig ist: Seit einigen Jahren legen Anleger:innen zunehmend Wert darauf, ihr Kapital verantwortlich anzulegen. Nachhaltig zu investieren bedeutet, dass neben rein finanziellen Aspekten auch Kriterien zu Umwelt, Gesellschaft und guter Unternehmensführung berücksichtigt werden. Investiert wird nur in Unternehmen, die strenge Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Auch das kann ein gutes Argument sein, in ein Kapitalmarktinvestment einzusteigen.

VORWORT

Maria Pernegger

Studienautorin

Eine Frage der Wertigkeit



©supersusi.com

“That is where the power, opportunity, and choice come from – when you have money. Money equals opportunity. There is no question.”
(Billie Jean King, Tennislegende)

Ende 2021 liegt Österreich mit einem Gender Pay Gap von 18,5 Prozent im internationalen Vergleich so schlecht wie kaum ein anderes Land in der EU. Der Österreichische Gewerkschaftsbund (ÖGB) berechnete, was diese Zahl für Frauen ganz konkret bedeutet: Erwerbstätigen Frauen entsteht in Österreich dadurch jährlich ein Einkommensverlust von rund 10.000 Euro, im Lauf eines Erwerbslebens fehlen den Frauen unterm Strich atemberaubende 435.000 Euro¹. Bei dieser erdrückenden Datenlage ist es umso überraschender, wie wenig im öffentlichen Diskurs über dieses Gefälle bei Geld und Einkommen gesprochen wird. Seitens Politik oder Wirtschaft bleibt das Thema häufig unter den Teppich gekehrt – auch Medien widmen sich der Thematik abseits der einschlägigen Aktionen rund um den Equal Pay Day wenig. Dabei ist eines klar: Solange Frauen nicht über gleich viel Geld verfügen, sie keinen annähernd gleich großen Anteil am Vermögenskuchen besitzen und ihre Arbeit nicht gleich entlohnt wird, bleibt die Realisierung der Gleichberechtigung der Geschlechter utopisch. Denn die finanzielle Schlechterstellung ist unerschütterliche Grundfeste für Machtgefälle und Abhängigkeiten jeglicher Art, die sich in der Gesellschaft abbilden und die sich nach wie vor über Generationen einzementieren.

Berechnungen zeigen: Es dauert noch Jahrzehnte, bis der Gender Pay Gap in Österreich überwunden wird – vorausgesetzt natürlich, es gibt keine neuerlichen gravierenden frauenpolitischen Rückschritte. Auch davor ist eine Gesellschaft nicht gefeit. Denn frauenpolitische Errungenschaften der letzten Jahrzehnte sind nicht in Stein gemeißelt. Das haben etwa die jüngsten Krisenjahre recht eindeutig gezeigt. Frauen sind auch in einem hoch entwickelten Land wie Österreich überdurchschnittlich stark von häuslicher Gewalt betroffen, Frauen sind während der Corona-Pandemie zusehends von der öffentlichen Bildfläche verschwunden, der Einfluss von Frauen in der Politik ist rückläufig, Themen wie das Recht auf Schwangerschaftsabbruch oder feministische Inhalte polarisieren stärker und provozieren Anfeindungen.

Wie viel ist die Gleichberechtigung von Frauen einer Gesellschaft wert? Welche Priorität schenken die politischen und wirtschaftlichen Entscheider:innen der Thematik? Wie stark ist die intrinsische Motivation dabei? Priorisierung oder Vernachlässigung sind Prüfsteine für Wertschätzung und Wertigkeit. In der Wirtschaft gibt es derzeit messbare positive Entwicklungen, was Frauen in Top-Positionen betrifft. Der äußere Druck steigt, wenn man Gefahr läuft, ESG-Ziele zu verpassen. In der Politik ist das aktuell anders, der frauenpolitische Diskurs legt in der Öffentlichkeit eine Vollbremsung hin. Was sagt das über den Stellenwert der Frauen in der Gesellschaft aus?

¹ <https://www.oegb.at/themen/gleichstellung/geschlechtergerechtigkeit/32-jahre-bis-zur-lohngleichheit>

1 ZIELE UND INHALTE DER STUDIE

Medien wirken nachhaltig auf Bewusstseinsbildung, politische Stimmungslage, Bekanntheitsgrad, Sichtbarkeit und Wahrnehmung von Akteur:innen und Themen in der breiten Öffentlichkeit. Eine intakte Medienlandschaft ist zentraler Bestandteil einer funktionierenden Demokratie. Wie und worüber Medien schreiben, welche Inhalte verbreitet werden und welche Menschenbilder darin gezeichnet werden, ist daher für die Gesellschaft und ihre Entwicklung von grundlegender Bedeutung. Die MediaAffairs-Studien der letzten Jahre setzen genau an diesem gesamtgesellschaftlichen Punkt an und zeigen, dass es teilweise grobe Schieflagen und Einseitigkeiten in der medialen Darstellung von Frauen und frauenpolitischen Themen gibt. Zentrales Ziel der vorliegenden Medienstudie ist es, die Berichterstattung über Frauen und Frauenpolitik in ausgewählten, reichweitenstarken Medien Österreichs regelmäßig quantitativ und qualitativ zu analysieren, auszuwerten und Entwicklungen im Vergleich zu den Vorjahren in Zahlen zu fassen.

Die Untersuchung beinhaltet dabei drei Bereiche:

- › Relevanz frauenpolitischer Themen im gesamtpolitischen Kontext und die Rolle von Frauen in der Spitzenpolitik;
- › öffentliche Präsenz, Positionierung und bildliche Darstellung von Frauen in österreichischen Massenmedien – abseits der Politik;
- › Relevanz und mediale Sichtbarkeit von „Frauen & Geld“ als gesellschaftspolitisch relevantes Thema und darüber hinaus die Sichtbarkeit von Frauen und Männern in der Finanzbranche.

1.1 Inhalte

a) Die Rolle der Frauenpolitik im gesamtpolitischen Diskurs

- › Frauenpolitische Themenfelder im Jahr 2022 und im Vergleich mit den Vorjahren
- › Mediale Highlights in der Frauenpolitik und Entwicklungen bei den präsentesten Top-Themen

› Parteienrelevanz und relevanteste Player in der Frauenpolitik

› Die Rolle von Frauen in der Politik

b) Bildsprache in Medien und Sichtbarkeit von Frauen und Männern

› Bildliche Inszenierung von Männern und Frauen

› Frau vs. Mann – Rollenklischees und Stereotype in der medialen Darstellung

› Mediale Unterschiede in Bildsprache und Inszenierung – insbesondere zwischen sogenannten Boulevard- und Qualitätsmedien

› Vergleiche und Entwicklungen im Jahresvergleich

c) Partizipation und mediale Sichtbarkeit von Frauen im Kontext „Frauen & Geld“

› Mediale und politische Auseinandersetzung mit der finanziellen Situation, Absicherung und finanziellen Unabhängigkeit von Frauen sowie einschlägigen Themen im Kontext Frauen und Geld

› Unterschiede in der Partizipation und medialen Präsenz von Frauen und Männern aus dem Finanz- und Bankensektor

› Geschlechterunterschiede bei öffentlicher Profilierung bei diesem Querschnittsthema

1.2 Medienauswahl und Methodik

Für die vorliegende Studie wurden die Printausgaben folgender Zeitungen in den jeweils durchmutierten Teilen für den Zeitraum 1. Jänner bis 31. Dezember 2022 analysiert:

Boulevardmedien

Kronen Zeitung

Österreich

Heute

Qualitätsmedien

Der Standard

Die Presse

Kurier

In der österreichischen Medienlandschaft nehmen die klassischen Printmedien trotz steigender Bedeutung von Social Media und Onlineangeboten nach wie vor eine zentrale Stellung als Informationsquellen und in der (politischen) Meinungsbildung der Bevölkerung ein. Insgesamt zeigt sich, dass die Reichweiten der österreichischen Printmedien im Jahr 2022 im Vergleich zum Vorjahr – mit kleinen Ausnahmen – tendenziell stabil geblieben sind und der Boulevard zwar an Leser:innen verloren hat, aber trotzdem noch die größte Marktmacht erreicht. Das reichweitenstärkste dieser Medien ist die *Kronen Zeitung*, die zwar zuletzt wieder leichte Rückgänge verzeichnet, aber mit einer Leserschaft von 1,7 Millionen weiterhin unangefochten an der Spitze liegt. Das im urbanen Raum sehr verbreitete Gratisblatt *Heute* festigt mit leichten Zuwächsen gegenüber dem Vorjahr seine Position an zweiter Stelle. Mit *Österreich* liegt ein weiteres Boulevardblatt an vierter Stelle. An dritter Stelle *Der Standard*, der mit über einer halben Million Leser:innen zuletzt sogar leichte Zugewinne bei der Reichweite verzeichnen konnte, während der *Kurier* leichte und *Die Presse* spürbare Verluste hinnehmen mussten. Von den untersuchten Printmedien haben alle Boulevardmedien zusammen genommen mehr als doppelt so viele Leser:innen wie die Qualitätszeitungen.

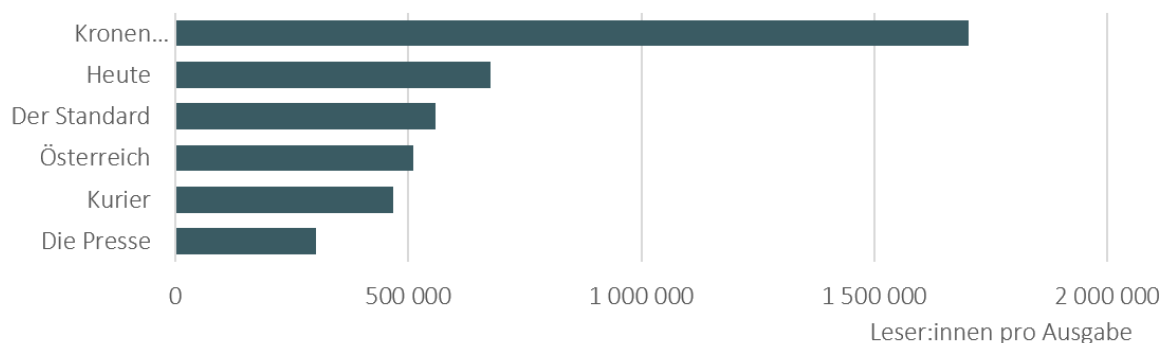


Abbildung 1: Nationale Reichweite überregionaler österreichischer Tageszeitungen²

Außerdem wurden im Zuge der Studie die beiden wichtigsten Nachrichtenformate des ORF – Zeit im Bild und die ZiB II – für den Zeitraum von 1. Jänner bis 31. Dezember 2022 analysiert.

Für den Schwerpunkt 2022 „Frauen & Geld“ wurde die Berichterstattung der gewählten Printmedien zusätzlich über den gesamten Zeitraum (1. Jänner bis 31. Dezember 2022) im Hinblick auf Präsenz und inhaltliche Positionierung zur finanziellen Situation von

² <http://www.media-analyse.at/table/3806>

Frauen und darüber hinaus die Profilierung von Männern und Frauen aus der Finanzbranche im Kontext Finanzen ausgewertet.

MediaAffairs hat eine einzigartige und hochdifferenzierte Methodik entwickelt, Inhalte und Berichtstonalität in diversen Medienformaten auszuwerten. Die Analyse erfolgt durch geschulte Analyst:innen inhaltlich und wortgenau, die Ergebnisse werden außerdem entsprechend der medialen Reichweite der jeweiligen Medien gewichtet. Bilder werden vermessen, inhaltlich kategorisiert und ebenfalls entsprechend der Reichweite des jeweiligen Mediums gewichtet. (Ein Bild/Wort in der *Kronen Zeitung* beispielsweise wiegt aufgrund der höheren Reichweite mehr als ein Bild/Wort im reichweiteschwächeren *Der Standard*). Die Berichterstattung in den ZiB-Formaten wird sekundengenau erfasst. Teilweise fließen in diese Studie darüber hinaus Ergebnisse aus den Vorjahresstudien und aus anderen Medienanalyse-Projekten von MediaAffairs ein, etwa bei langfristigen Entwicklungen oder ergänzenden Vergleichen im gesamtpolitischen Kontext.

ABSCHNITT I

FRAUENPOLITIK & MEDIEN

„Solange mehrheitlich Männer darüber entscheiden können,
was für Frauen, Kinder und sie selbst gut ist,
wird es die erforderlichen substanziellen Quantensprünge nicht geben.“

*Johanna Dohnal
Bundesfrauenkonferenz der SPÖ 1995*

2 DAS POLITISCHE THEMENSPEKTRUM UND DIE RELEVANZ DER FRAUENPOLITIK

2.1 Frauenpolitik verliert in Zeiten multipler Krisen markant an Boden

Frauenpolitische Anliegen haben in Politik und Medien oft das Nachsehen, das haben die Medienanalysen der letzten Jahre regelmäßig bestätigt. Paradoxe Weise tragen offensichtlich vor allem Krisen dazu bei, dass frauenpolitische Anliegen noch stärker marginalisiert werden, obwohl Frauen überproportional stark von Krisen wie Corona oder Teuerung betroffen sind.

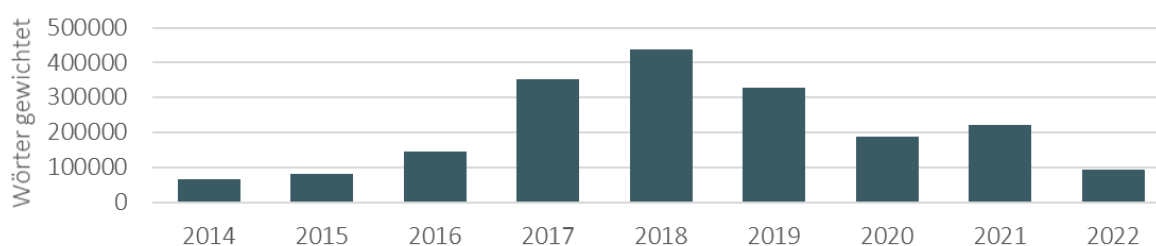


Abbildung 2: Entwicklung des Berichtsvolumens über frauenpolitische Themen

Im Zeitraum zwischen 2014 und 2018 ist ein kontinuierlicher Anstieg der Aufmerksamkeit, die frauenpolitische Themen in der Berichterstattung erlangen, zu beobachten. Doch erst im Jahr 2017, als die Politik vermehrt kontroverse Themen in Zusammenhang mit Frauenpolitik aufgreift, gelingt der Sprung über die Wahrnehmungsschwelle. Das Tabu, über Sexismus und sexuelle Belästigung zu sprechen, wird im Zuge der #metoo-Bewegung gebrochen. Darüber hinaus führt die stark gestiegene Zahl an Femiziden zu einer intensiven Auseinandersetzung mit Gewalt und Gewaltschutz. Insbesondere die ÖVP-FPÖ-Regierung bringt in dieser Zeit auch frauenpolitische Themen regelmäßig in Verbindung mit Migration. So beschert unter anderem eine ausufernde Kopftuchdebatte der Frauenpolitik im Jahr 2018 mit über 400.000 gewichteten Wörtern ein mediales Hoch. Die Corona-Pandemie führt 2020 zu einem starken Rückgang frauenpolitischer Themen in der Berichterstattung. 2021 kommt es zu einem leichten Anstieg, der insbesondere durch die sich intensivierende Auseinandersetzung mit Gewaltschutz und -prävention zu erklären ist. Das Thema „Gewalt gegen Frauen“ hält sich seit 2018 kontinuierlich an der Spitze der frauenpolitischen Berichterstattung.

Als Hauptthema in den Medien wird die Corona-Pandemie im Jahr 2022 vom Krieg Russlands gegen die Ukraine und der damit zusammenhängenden Energie- und Teuerungskrise abgelöst. Einmal mehr kann die Politik wenig gestaltend agieren, sondern wird durch äußere Umstände zum Handeln gezwungen und durch globale Ereignisse getrieben. Insbesondere die zahlreichen Hilfspakete und Maßnahmen gegen die galoppierende Inflation beanspruchen einen Großteil der Aufmerksamkeit in der politischen Arbeit und Kommunikation der Bundesregierung und bieten gleichzeitig viel Angriffsfläche für die Opposition. Und wo bleibt die Frauenpolitik in dieser Gemengelage? Sie erlebt einen historischen Rückgang und verliert markant an öffentlicher Bühne. Frauenpolitische Inhalte sind traditionell eher politische Nebenschauplätze, aber im Jahr 2022 werden sie tatsächlich weitgehend ausgespart. Es sind wenige Themen, die es aufs politische Parkett schaffen und die Auseinandersetzung mit ihnen bleibt zu meist so oberflächlich, dass die meisten Themen weit unter der Wahrnehmungsschelle bleiben.

2.2 Differierende Affinität der Medien zu frauenpolitischen Themen

Die nachfolgende Abbildung macht deutlich, dass es starke Unterschiede bei der Fokussierung auf Frauenpolitik in den einzelnen Medien gibt.

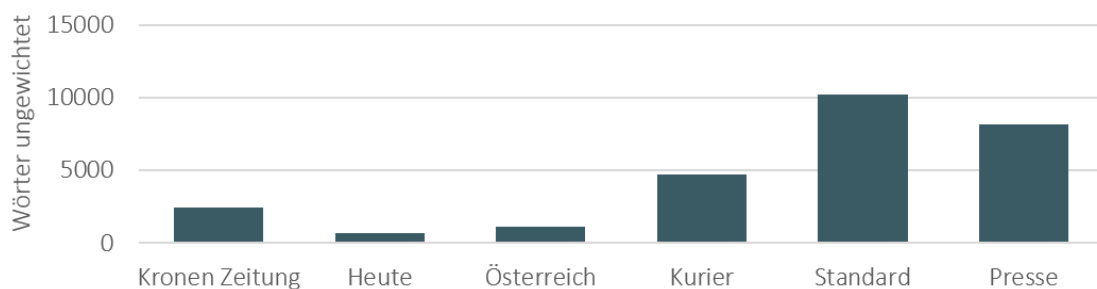


Abbildung 3: Berichtsvolumen der einzelnen Medien im Kontext Frauenpolitik im Jahr 2022

Der Befund aus den Vorjahren, dass sogenannte Qualitätsmedien frauenpolitischen Themen am meisten Raum in ihrer Berichterstattung geben, bestätigt sich auch im Jahr 2022. Dieser Umstand steht mit dem größeren Format und dementsprechend umfangreicherer Artikel in Zusammenhang, aber auch mit einer höheren Affinität zu einschlägigen Themen. Das Berichtsvolumen ist im Jahr 2022 im *Standard* am größten. Dahinter folgt die *Presse*. Am drittstärksten berichtet, wie schon 2021, der *Kurier* über Frauenpolitik. Lag die *Kronen Zeitung* im Vorjahr noch fast gleichauf mit dem *Kurier*, so hat sich der Abstand in der aktuellen Untersuchungsperiode deutlich vergrößert. Mit

etwa halb so hohem Berichtsvolumen liegt die Kronen Zeitung auf dem vierten Platz der untersuchten Zeitungen. Gleichgeblieben ist, dass *Österreich* und *Heute* im Medienvergleich am wenigsten über frauenpolitische Agenden berichten. In den kleinformatischen Boulevardmedien wird üblicherweise weniger umfangreich berichtet, unter Berücksichtigung ihrer Reichweite liegen sie allerdings besonders im urbanen Raum im Spitzenfeld. Diese hohe Reichweite wirkt sich auf die Sichtbarkeit bzw. Unsichtbarkeit der Themen aus und fließt über die nach Reichweite gewichtete Berechnung des Wortvolumens in die Auswertungen dieser Studie mit ein.

3 FRAUENPOLITIK 2022 – DIE THEMEN

3.1 Polarisierende Themen können sich am ehesten halten

In der Politik verengt sich der Themenfokus auf die Krisenbekämpfung. Für gesellschaftspolitische Themen bleibt unter diesen Bedingungen kaum Raum, wenngleich die Gesellschaft insgesamt – und vulnerable Gruppen im Speziellen – aktuell besonders betroffen sind. Auch dass die Berichterstattung über frauenpolitische Inhalte stark anlassbezogen erfolgt, ist ein Trend, der bereits in den Vorjahren zu beobachten war und der sich 2022 noch ausgeprägter als sonst fortsetzt.

Femizide stoßen auch im aktuellen Untersuchungszeitraum Debatten über Gewaltprävention und Schutzmaßnahmen an, wenn auch auf deutlich niedrigerem Niveau als im Vorjahr. Die Regierungskoalition aus ÖVP und Grünen findet nicht in allen Fragen einen gemeinsamen Nenner. Gewaltschutz ist aber ein Thema, das meist gemeinsam und geschlossen nach außen kommuniziert wird. So stellten die Parteien im Februar 2022 gemeinsam eine neue Notruf-App vor, die bei Gewalt gegen Frauen zum Einsatz kommen soll. Insgesamt ist das Thema „Gewalt gegen Frauen“ zwar weit vom Wert der letzten Untersuchung entfernt, liegt aber noch immer mit großem Abstand auf dem ersten Platz im Themenranking.

Durch das allgemein sehr niedrige Berichtsvolumen wirken sich einzelne wortreiche Artikel umso stärker auf das Gesamtranking aus. Dass das Thema Hass im Netz so weit vorne rangiert, liegt beispielsweise daran, dass der Standard in einem

umfangreichen Beitrag Politikerinnen verschiedener Parteien über ihre Erfahrungen mit sexistischen Anfeindungen im Internet zu Wort kommen lässt.

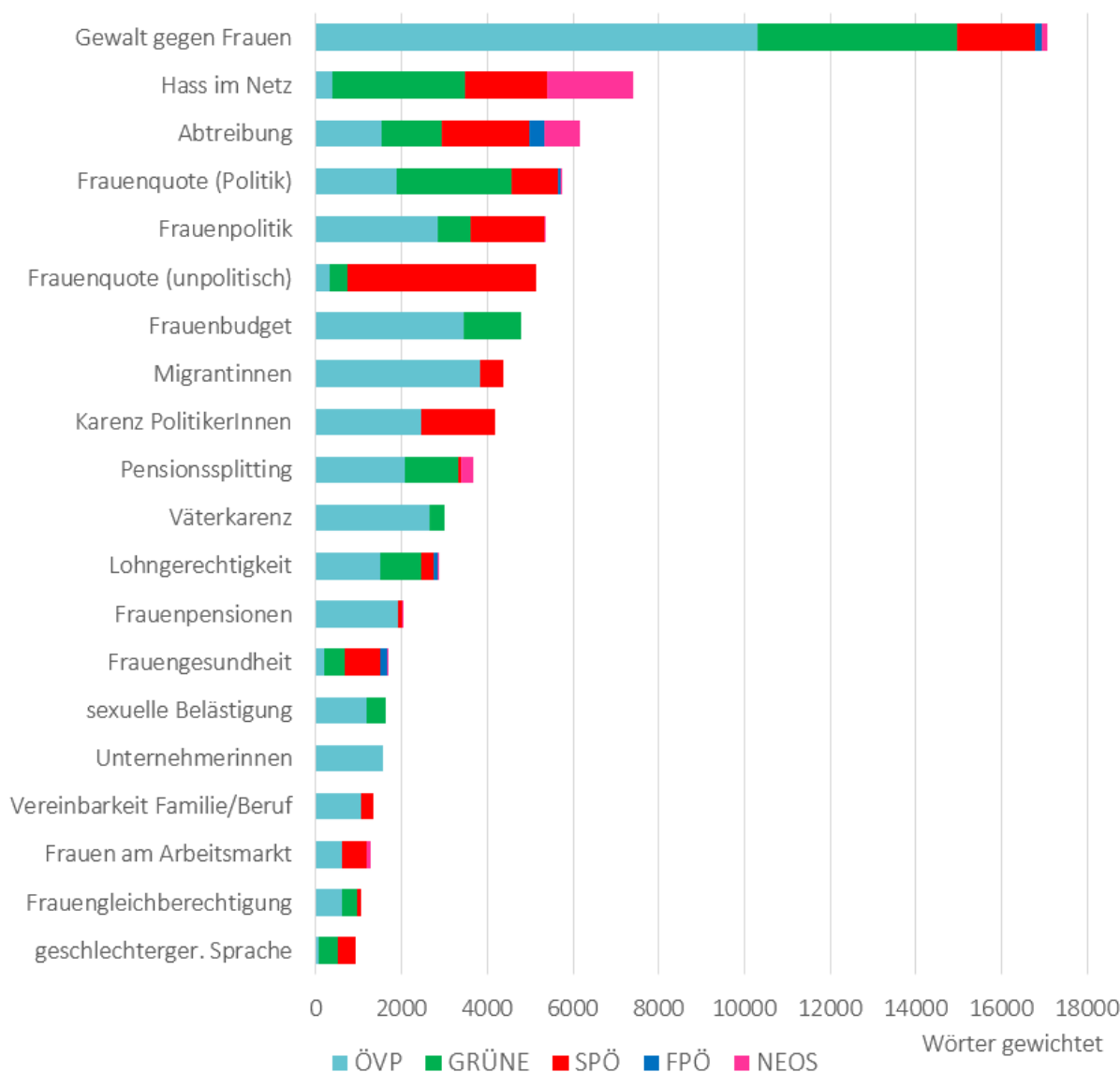


Abbildung 4: Themenführerschaft im frauenpolitischen Kontext – Top-Themen 2022

Von der Bildfläche verschwunden ist das Thema Zwangsehe, welches Bundesministerin Susanne Raab im Jahr 2021 auf die Agenda gesetzt hat. Abtreibungen schaffen es 2022 hingegen erstmals unter die Top-Themen. Anlass ist die internationale Debatte – ausgelöst durch die Abtreibungsdebatten in den USA, die auf Europa überschwappen und auch in Österreich die Diskussion anregen. Anlässlich des Rücktritts der Tiroler Landtagsvizepräsidentin Stephanie Jicha, der sich in eine Welle von Rücktritten anderer weiblicher Spitzenpolitikerinnen der Tiroler Grünen einreihet, entfacht *Der Standard* die Debatte um Frauenquoten in der Politik neu. Auch im privatwirtschaftlichen Bereich

werden Frauenquoten von der Politik thematisiert, etwa weil in der EU eine Einigung über Frauenquoten in Aufsichtsräten erzielt wurde.

Unter Frauenpolitik werden Beiträge subsumiert, die eher allgemein bleiben und bei denen keine spezifischere thematische Zuordnung möglich ist. Darunter fällt im Untersuchungszeitraum beispielsweise die Absicht von Frauenministerin Susanne Raab, einen Frauenförderungsfonds einzurichten, was vom Frauenring als „Privatisierung der Frauenpolitik“ kritisiert wird. Dass das Frauenbudget 2023 an die Inflation angepasst wird und auch darüber hinaus deutlich um 5,9 Millionen Euro aufgestockt wird, ist ebenso Teil der Berichterstattung. In vereinzelt Beiträgen thematisiert die Politik die Anliegen und Bedürfnisse der Frauen und ihrer Kinder, die im Zuge der durch den Krieg Russlands gegen die Ukraine ausgelösten Migrationsbewegung in Österreich Schutz suchen.

Der Standard widmet der Karenz von Politikerinnen einen ausführlichen Artikel, der das Thema unter die Top 10 bringt. Wie schon in den Vorjahren wird dieses Thema nicht allgemein, sondern anhand von Einzelfällen und konkreten Beispielen behandelt. Dazu passend die Debatte um Väterkarenz – ein Thema, das im öffentlichen Diskurs regelmäßig zu beobachten ist. Schließlich gibt es zwar seit Langem die Möglichkeit zur Väterkarenz, und es wurden auf politischer Ebene verschiedene Modelle ausgearbeitet. Genutzt wird sie trotzdem kaum, wie etwa regelmäßige Erhebungen der Arbeiterkammer zeigen.

Die Tatsache, dass SPÖ und Grüne Frauen einen Krankenstand bei Menstruationsbeschwerden ermöglichen wollen, wird vom *Kurier* aufgegriffen und gibt dem Thema Frauengesundheit, das ansonsten im polit-medialen Diskurs nur sporadisch aufgegriffen wird, einen temporären Schub.

Frauenpolitische Themen mit Wirtschaftsbezug bleiben 2022 erneut eine Randerscheinung. Zwar wird anlässlich des Equal Pay Day vereinzelt über Lohngerechtigkeit diskutiert, wobei etwa Meri Disoski als frauenpolitische Sprecherin der Grünen der ÖVP eine Blockadehaltung vorwirft, eine breite Debatte blieb allerdings aus. Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf wird im öffentlichen Diskurs aufgrund des geringen Wortvolumens kaum wahrgenommen. Dasselbe gilt für Frauen am Arbeitsmarkt, die 2022 in den Medien wieder stark an Bedeutung verlieren, obwohl der Fachkräftemangel

omnipräsent ist und viele Frauen prekäre Arbeitsbedingungen vorfinden. Generell findet die finanzielle Situation von Frauen, die vor allem im Alter oft prekär und von Abhängigkeit geprägt ist, in der politischen Diskussion kaum Beachtung. So spielen Frauenpensionen nur eine geringe Rolle und Frauenarmut findet sich nicht unter den 20 wichtigsten frauenpolitischen Themen. Obwohl ÖVP und Grüne im Regierungsprogramm das Pensionssplitting verankert haben, wonach die Pensionsbeiträge für die Zeit nach der Geburt von Kindern automatisch geteilt werden sollen (damit der Elternteil, der sich mehr um die Kinder kümmert und weniger arbeitet, keine Pensionseinbußen erleidet), konnte noch keine Einigung über die konkrete Umsetzung erzielt werden. Dass Ministerin Raab mit dem Wechsel im Sozialministerium einen neuen Anlauf zur Umsetzung unternimmt, findet mediales Echo. Unbezahlte Care-Arbeit bleibt – einmal mehr – trotz der durch die Pandemie verschärften Ausgangslage unterhalb der Wahrnehmungsschwelle im öffentlichen Diskurs.

3.2 Entwicklung der Frauenpolitik im Verlauf eines Jahres

Der Jahresverlauf der Berichterstattung ist ein guter Indikator für die Resonanz von Inhalten und zeigt, zu welchen Zeitpunkten der Fokus auf Frauenpolitik gerichtet ist. Üblicherweise ist der Weltfrauentag Anlass, um frauenpolitische Themen in den Mittelpunkt zu rücken, auch wenn diese bei näherer Betrachtung selten inhaltlich in die Tiefe gehen. 2022 ist in den untersuchten Medien aber selbst eine oberflächliche Beschäftigung mit frauenpolitischen Themen rund um den Weltfrauentag fast gänzlich ausgeblieben. Der Angriffskrieg von Russland auf die Ukraine Ende Februar führte dazu, dass sich die Berichterstattung vor allem in den ersten Wochen komplett auf den Krieg verengt. Somit ist der Weltfrauentag 2022 erstmals seit Beginn der Untersuchung vor zehn Jahren medial kaum existent.

Aber auch über den Equal Pay Day wird diesmal recht wenig berichtet, auch das ist außergewöhnlich. Im Februar 2022 wird eine Notruf-App für Gewaltopfer von der Regierung vorgestellt, was medial sehr breit rezipiert wurde und für den ersten großen Peak in der Jahresberichterstattung sorgte. Hinter den anderen Spitzen liegen hingegen kaum breite Diskussionen, diese gehen eher auf einzelne Berichte (von Hass im Netz über Karenz von Politikerinnen bis hin zu Abtreibung) oder solche Debatten zurück, die über eine sehr kurze Zeitspanne im politischen und medialen Fokus stehen.

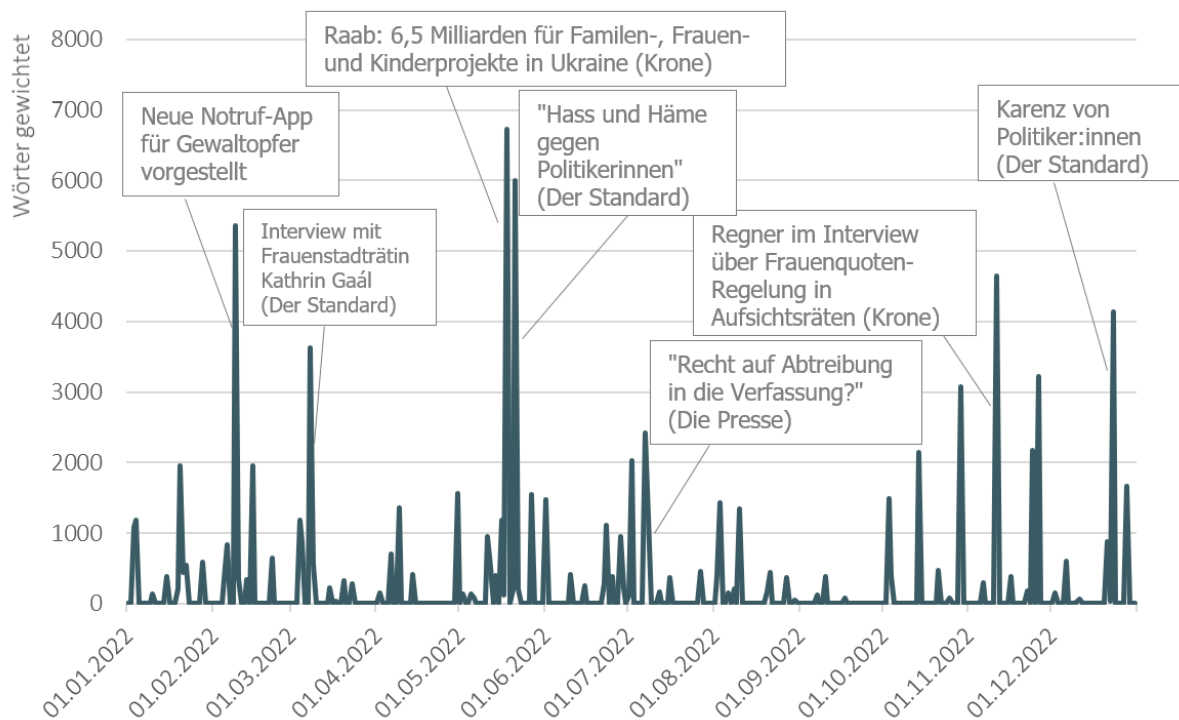


Abbildung 5: Entwicklung der medialen Aufmerksamkeit im Verlauf eines Jahres

3.3 Prägende und fehlende Themen im Politdiskurs

a) Nur wenige Themen bewegen – meist, weil sie öffentlich polarisieren

Seit Beginn dieser Medienmarktanalyse lässt sich ein Phänomen gut beobachten: Es gibt Jahr für Jahr nur zwei, drei frauenpolitische Themen, die den öffentlichen Diskurs dominieren. In den letzten Jahren waren das allen voran Gewalt gegen Frauen, die Debatte um Kopftuch/Verschleierung, Sexismus (#metoo), Frauenquoten oder – wie im Jahr 2022 – darüber hinaus die Themen Abtreibung und Hass im Netz. Weniger polarisierende Themen schaffen den Sprung in die breitere politische und mediale Debatte meist gar nicht. Abgesehen vom Weltfrauentag oder dem Equal Pay Day, die diesmal, wie bereits erwähnt, jedoch auch keine markanten Berichtsanstiege nach sich ziehen.

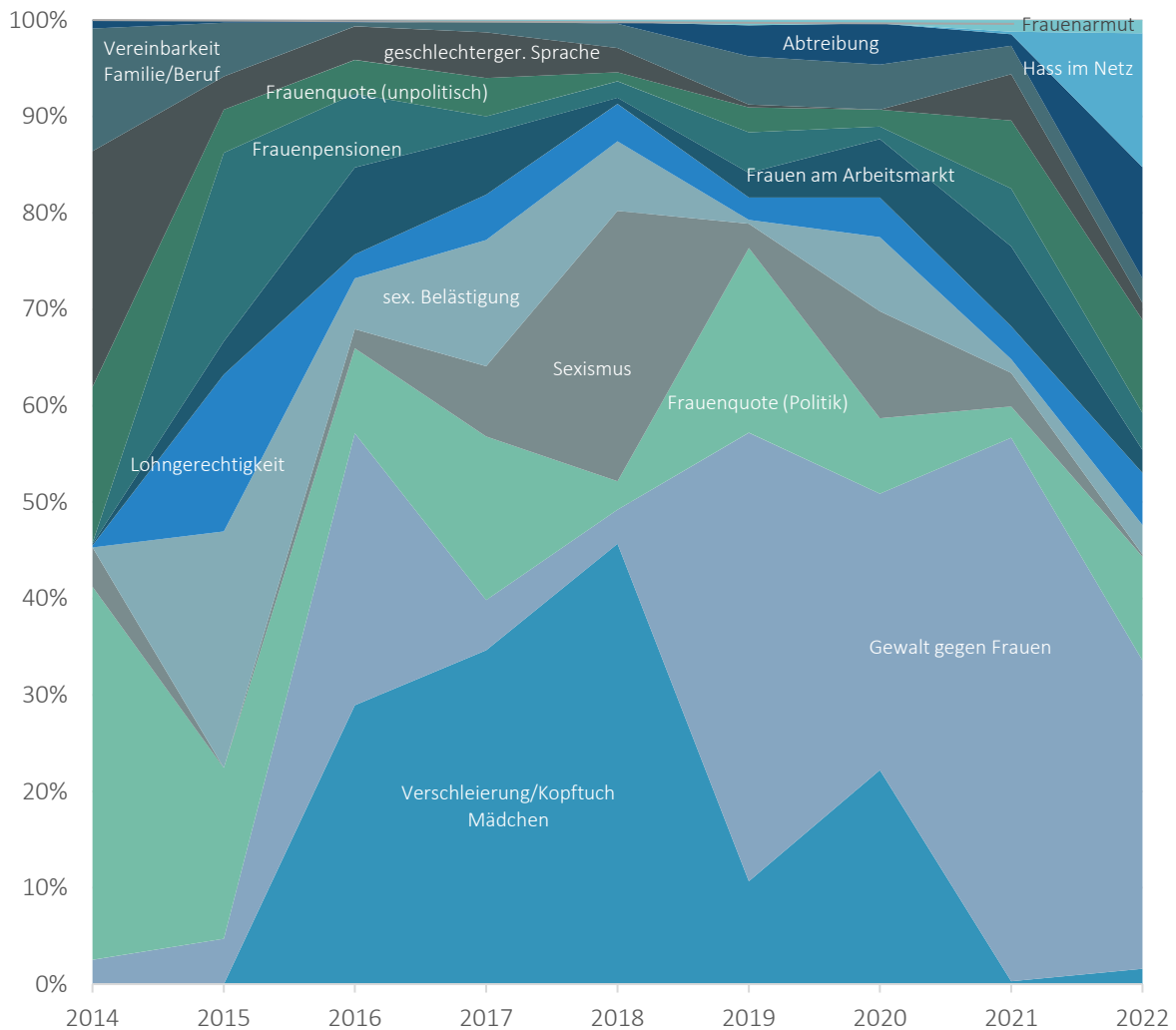


Abbildung 6: Entwicklung des Anteils frauenpolitischer Themen im Zeitverlauf

b) Gewalt gegen Frauen – Sichtbarkeit erhöht Druck und Bewusstseinsbildung

Gewalt gegen Frauen ist das einzige frauenpolitische Thema, welches im politischen Alltag wirklich angekommen zu sein scheint. Das zeigt die starke Akzentuierung des Themas. Kein anderes erreicht auch nur annähernd so viel Resonanz. Es ist aber auch jenes Thema, wo parteiübergreifend am ehesten ein Konsens gelingt. Zwar setzen die Parteien dabei unterschiedliche Schwerpunkte, aber es gibt ein grundsätzliches Bekenntnis zur Notwendigkeit politischen Handelns. Gewalt an Frauen hat viele Erscheinungsformen. Die Statistik Austria erfasst in einer umfangreichen Studie Drohungen, physische, psychische und sexuelle Gewalt (innerhalb und außerhalb von intimen Beziehungen), Stalking und sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz. Oft erleben Frauen mehrere Formen von Gewalt.

Die Zahlen dazu sprechen für sich: Jede dritte Frau in Österreich erlebt ab dem 15. Lebensjahr körperliche oder sexuelle Gewalt. Von Stalking ist jede fünfte Frau und von

sexueller Belästigung am Arbeitsplatz jede vierte betroffen (vgl. Statistik Austria 2022). 2022 gibt es zudem 28 Frauenmorde und 30 Fälle von mutmaßlichen Mordversuchen oder schwerer Gewalt an Frauen (vgl. AÖF 2022a, b). Heute weiß man, dass Gewalt gegen Frauen kein Nischen- oder Schichtenproblem, sondern ein Massenphänomen ist, welches lange verschwiegen oder in der Dimension nicht richtig eingeschätzt wurde. Was im öffentlichen Diskurs neu ist: Seit der hohen Anzahl an Frauenmorden 2018 greifen Medien das Thema Gewalt gegen Frauen wesentlich stärker auf, und seitens der Politik findet eine intensivere und regelmäßige Auseinandersetzung mit dem Thema statt. Es gibt eindeutig Bemühungen, Aufmerksamkeit zu schaffen, Tabus zu brechen und konkrete Maßnahmen auf den Weg zu bringen.

Im Mai 2021 wird in Österreich von der Regierung ein Maßnahmenpaket gegen Gewalt an Frauen beschlossen. Es zielt vorrangig auf Verbesserungen im Opferschutz ab. Dabei spielen Sensibilisierungskampagnen zum Thema eine zentrale Rolle, der professionellere Umgang mit betroffenen Frauen (etwa auf Behördenseite) sowie Maßnahmen zur Gewaltprävention, insbesondere im Kontext häuslicher Gewalt. Die Bundesregierung stellt zusätzlich 24,6 Mio. Euro zu diesen Zwecken bereit. Am 8. Februar 2022 werden die entwickelten Maßnahmen der Öffentlichkeit vorgestellt. Sie betreffen einen „stillen Notruf“: eine App, mit der unbemerkt die Polizei verständigt werden kann, verstärkte Präventionsarbeit und den Ausbau von Fachberatungsstellen (vgl. BMI 2022). Auf EU-Ebene wurden am 8. März 2022 ein „Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen und häuslicher Gewalt“ verabschiedet (vgl. Europäische Kommission 2022). Ziel ist, europäische Mindeststandards im Opferschutz zu erreichen.

Am 6. Dezember 2022 findet der dritte Gewaltschutzgipfel in Österreich statt. Der Termin wurde so gewählt, dass er in den Zeitraum der internationalen „16 Tage gegen Gewalt“ fällt, die seit 1991 jährlich zwischen 25. November und 10. Dezember stattfinden. In diesem Zeitraum finden regelmäßig auch zahlreiche Aktionen von NGOs statt. Viele dieser Maßnahmen, Aktionen oder Bemühungen werden medial begleitet und/oder diskutiert. Einige der umfangreichsten Artikel zum Thema 2022 betreffen die Einführung des „stillen Notrufs“. Von da her zeichnet sich medial auch eine qualitative Veränderung des Diskurses ab. Es geht weiterhin um das Aufzeigen von Missständen

und um Sensibilisierung im Gewaltkontext, aber es steigt das Berichtsvolumen über ganz konkrete Schritte.

Dieser seit Jahren breiter geführte gesellschaftliche Diskurs bleibt offensichtlich nicht ohne Folgen. 2022 werden 14 643 Betretungs- und Annäherungsverbote von der Polizei verhängt (vgl. AÖF 2023c). Seit Jahren ist ein kontinuierlicher Anstieg der verhängten Betretungs- oder Annäherungsverbote zu beobachten: 2021 sind es 13 690, 2020 noch 11 495 Verbote, in den Jahren davor bewegen sich die Zahlen konstant zwischen 8 000 und 8 700 (vgl. ebd.). Hinter dieser Entwicklung darf man die gestiegene Bereitschaft von betroffenen Frauen und ihren Angehörigen vermuten, bei Gewaltdelikten rechtliche Schritte einzuleiten.

c) Hass im Netz – der digitale Raum als Tatort

Ein neuer Schauplatz für Gewalt gegen Frauen ist der digitale Raum. Die Gewaltformen sind dabei nicht per se neu, sie stellen jedoch Politik, Justiz und Gesellschaft vor neue Herausforderungen. Unter Gewalt im Netz versteht man „jede sprachliche oder darstellende Äußerung, verbreitet oder zugestellt durch das Medium Internet, die von unmittelbaren und/oder mittelbaren Empfänger:innen als bedrohlich, herabwürdigend oder verunglimpfend empfunden wird oder durch welche die Empfänger:innen sich in ihrer Lebensgestaltung auf unzumutbare Weise beeinträchtigt fühlen. Bezugspunkt ist nicht ausschließlich das individuelle Empfinden, sondern das Empfinden eines wahrnehmbaren Teils der rechtsverbundenen Sprachgemeinschaft.“ (Weißer Ring 2018: 4). Diese Form von Gewalt wird von Opfern aufgrund der meist öffentlichen Sichtbarkeit als besonders belastend wahrgenommen. Frauen und Mädchen sind unverhältnismäßig stark von Hass im Netz betroffen. Eine Online-Befragung des Vereins zur Opferhilfe „Weißer Ring“ ergab, dass jede Dritte der Teilnehmerinnen bereits Gewalt im Netz erlebt hat.

Politisch gibt es hier Bewegung. Am 1. Jänner 2021 tritt das Gesetzespaket „Hass im Netz“ in Kraft: Es soll Betroffenen die Rechtsdurchsetzung erleichtern, so das Justizministerium. Es umfasst unter anderem die Möglichkeit zur gerichtlich angeordneten Löschung von Hasspostings mittels Mahnverfahrens, die erleichterte Ausforschung von Täterinnen, Entfall des Kostenrisikos, Ausweitung der Prozessbegleitung und höhere Schadenersatzzahlungen (vgl. BMJ 2021). Expertinnen sehen in diesem Gesetz einen ersten Tropfen auf einen sehr heißen Stein. Eineinhalb Jahre nach seinem Inkrafttreten

nimmt sich die oberösterreichische Ärztin Lisa Maria Kellermayr am 29. Juli 2022 das Leben. Durch ihr öffentliches Engagement während der Corona-Pandemie wird sie zur Zielscheibe von Hass, Hetze und Drohungen, die in realer Gefährdung münden. Es fehlt an zeitnaher, unmittelbarer behördlicher Unterstützung, um ihre Sicherheit zu gewährleisten. Der Fall beschäftigt Politik und Medien gleichermaßen. Eine öfter diskutierte Schwachstelle, zeigt Armin Wolf in einem ZiB-II-Interview mit Justizministerin Alma Zadić auf: Es reicht nicht, Plattformen dazu zu bewegen, problematische Postings zu löschen. Die Justizministerin verweist hier auf den European Digital Services Act³, der jedoch erst 2024 seine Geltung erlangt. Auch gebe es noch Lücken in der entsprechenden Schulung von Beamten, so die Justizministerin im gleichen Interview (vgl. ZiB II vom 9.8.2022). Die Tatsache, dass sich Kriminalität immer mehr in den digitalen Raum verlagert, aber auch die stetig steigende Zahl von betroffenen Frauen, aber auch Männern, untermauert die Dringlichkeit der Handlung. Ähnlich wie bei physischer Gewalt im privaten und öffentlichen Raum braucht es einen Mix aus Gewaltprävention, Aufklärung, Unterstützung einerseits und Sanktion von Straftaten andererseits.

d) Schwangerschaftsabbruch – ein Tabuthema schlägt in der öffentlichen Debatte auf

Zu Jahresmitte 2022 erfährt das bisher sehr stark tabuisierte und polarisierende Thema Schwangerschaftsabbruch starke mediale Aufmerksamkeit. Dem zugrunde liegt das am 24. Juni 2022 gefällte Urteil des US-Supreme Court im Fall Dobbs v. Jackson Women's Health Organisation, in dem ein in den USA über 50 Jahre lang geltendes Recht auf Abtreibung aufgehoben wird und die Entscheidung über die Legalität von Schwangerschaftsabbrüchen an die Bundesstaaten ergeht (vgl. Supreme Court 2022). Auch innerhalb der EU entscheiden Staaten souverän über dieses Recht, jedoch zeigt sich ein meist sehr viel liberaleres Bild als in den USA. Gegenwärtig sind Abtreibungen in fast allen EU-Staaten legal oder straffrei gestellt, mit Ausnahme von Polen und Malta (vgl. Center for Reproductive Rights 2022). Das Europäische Parlament reagiert auf das US-Urteil am 7. Juli 2022 mit dem Vorschlag, das Recht auf Abtreibung in Artikel 7 der EU-Grundrechte-Charta aufzunehmen (vgl. Europäisches Parlament 2022) – ein Vorschlag, der gerade konservativen Kräften viel zu weit geht. Da es für diese

³ <https://www.bmj.gv.at/themen/EU-und-Internationales/Digital-Services-Act.html>

Änderung der Grundrechte-Charta Einstimmigkeit unter den Mitgliedsstaaten bedarf, wurde dieser Vorschlag noch nicht umgesetzt.

In Österreich gibt es kein dezidiertes Recht auf Abtreibung, gewährleistet wird lediglich die Straffreiheit bei einer Durchführung vor Ende des ersten Trimesters und in bestimmten Fällen darüber hinaus. Auf nationalpolitischer Ebene entfacht das Urteil des Supreme Courts eine Debatte um die Absicherung des Rechts auf Abtreibung in der österreichischen Verfassung. Während Grüne, Neos und SPÖ hier Handlungsbedarf sehen, wollen FPÖ und ÖVP die geltende Regelung beibehalten und forcieren den Rechtsanspruch nicht. Medial werden auch die Möglichkeiten zum Schwangerschaftsabbruch in den österreichischen Bundesländern betrachtet und aktuelle Bezüge gefunden. Zwei Beispiele, die medial bewegen: In Vorarlberg etwa gibt es nur einen Gynäkologen, der Schwangerschaftsabbrüche vornimmt. Er steht kurz vor dem Pensionsantritt (vgl. Der Standard, 7. Juli 2022). Im Burgenland gibt es keine Möglichkeit, einen Schwangerschaftsabbruch vorzunehmen (vgl. Die Presse, 8. Juli 2022).

e) Viele frauenpolitische Themen verlieren derzeit an Relevanz und Sichtbarkeit

Frauenpolitische Inhalte werden derzeit massiv zurückgedrängt. Das macht sich am deutlich gesunkenen Berichtsvolumen bemerkbar und zeigt sich konkret auch im Rückgang der öffentlichen Präsenz jener Themen, die in den letzten Jahren den öffentlichen Diskurs geprägt haben. Dazu gehört etwa auch das Thema Gewalt gegen Frauen, welches sich zwar immer noch an der Spitze der präsentesten frauenpolitischen Themen findet, das Berichtsvolumen beträgt allerdings nur mehr einen Bruchteil der Werte aus den Vorjahren. Hass im Netz und Abtreibung sind zwei Themen, die aufgrund aktueller Debatten an Sichtbarkeit gewonnen haben. Bei vielen anderen Themen gibt es herbe Rückgänge, sie bleiben in der öffentlichen Debatte weit unter der Wahrnehmungsschwelle. Dazu gehört beispielsweise die Situation von Frauen am Arbeitsmarkt, die Frauenpensionen (das zuletzt breiter diskutierte Pensionssplitting ist hier die Ausnahme), Bekämpfung von Sexismus. Die Debatte über Frauenquoten verliert ebenso an Relevanz wie die Auseinandersetzung mit der finanziellen und wirtschaftlichen Situation von Frauen. Lohngerechtigkeit oder Frauenarmut sind in puncto politischer und medialer Aufmerksamkeit klar unter den Verliererthemen.

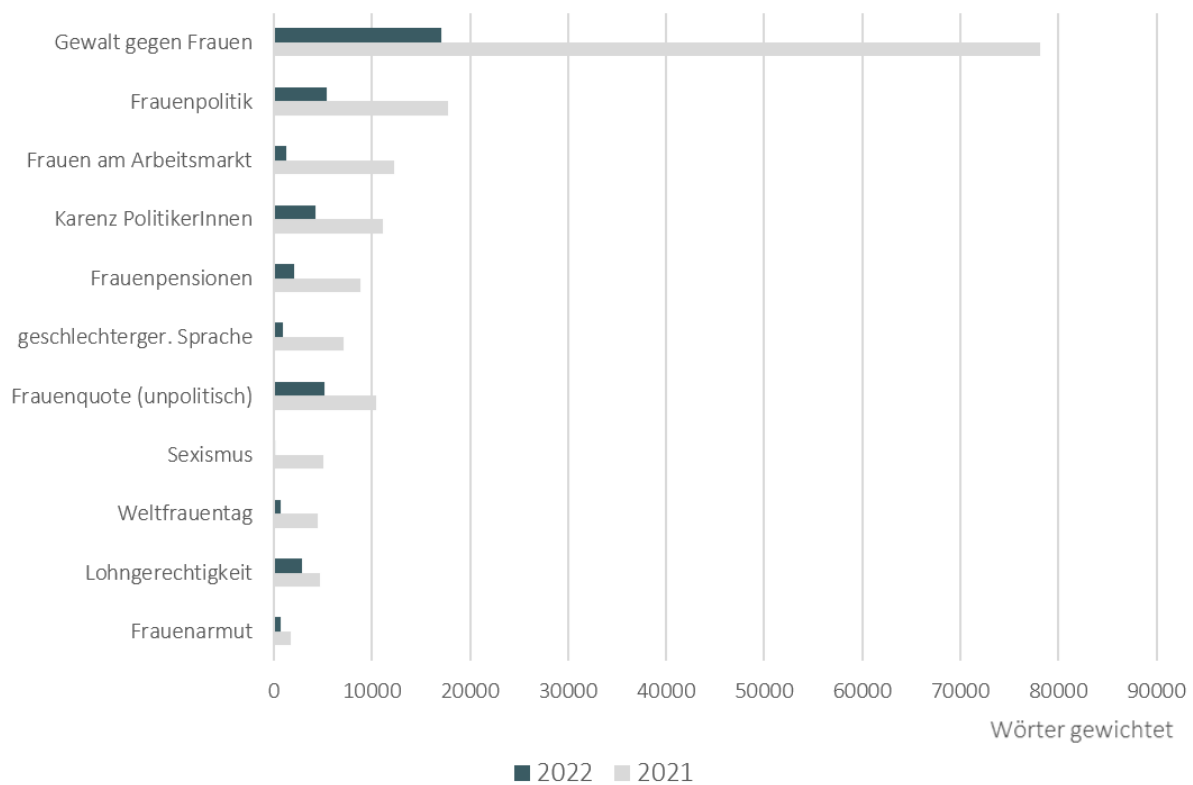


Abbildung 7: Top-Absteiger – Themen, die mediale Aufmerksamkeit verlieren

3.4 Frauen in Politik – Markanter Rückgang in der Regierung

Bis vor wenigen Jahrzehnten waren Frauen in der Politik, insbesondere in Spitzenpositionen und im Nationalrat, stark unterrepräsentiert. Erst in jüngster Zeit hat sich dies allmählich geändert. Ein Blick in die Geschichtsbücher zeigt, dass der Frauenanteil im Parlament erst in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich gestiegen ist. In den 1990er-Jahren wurde erstmals die 30-Prozent-Marke erreicht und im Jahr 2002 ein vorläufiger Höhepunkt (etwa 35 Prozent) in der parlamentarischen Partizipation von Frauen.

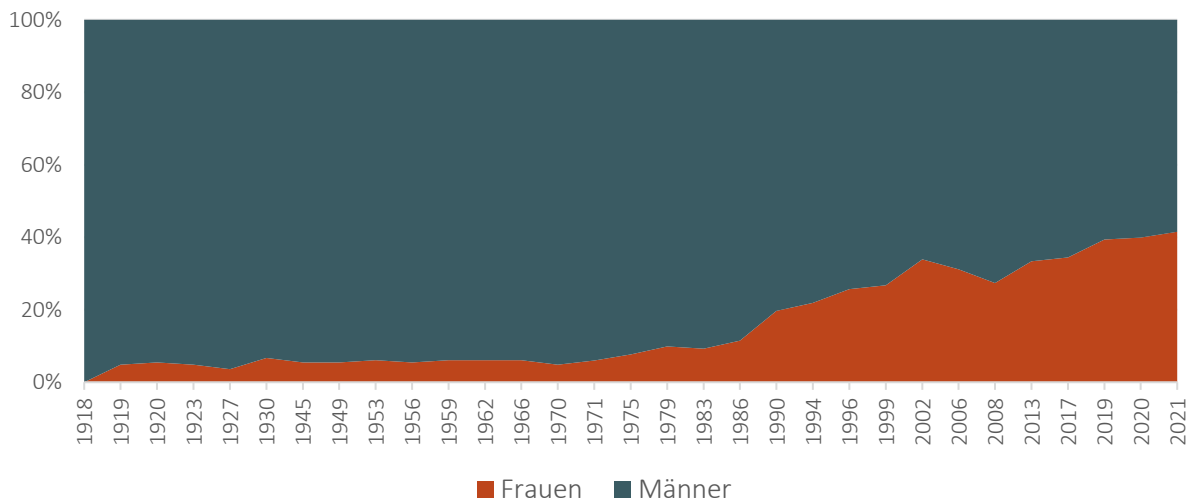


Abbildung 8: Entwicklung des Frauenanteils im Nationalrat, Stand 17.05.2021 (vgl. Österreichisches Parlament 2022)⁴

Mit der Regierung Schüssel II 2006 (ÖVP-FPÖ/BZÖ) sinkt der Frauenanteil wieder leicht und erreicht im Jahr 2008 unter der Regierung Faymann I (SPÖ-ÖVP) den seither niedrigsten Wert in den 2000er Jahren. In den letzten Jahren ist das Verständnis für eine breitere Frauenbeteiligung in der Spitzenpolitik gewachsen, und der mediale und öffentliche Druck ist größer geworden. Ende 2018 sind von 183 Abgeordneten im Parlament 68 Frauen – das entspricht einem Anteil von 37,2 Prozent. Im Jahr 2021 sind es nach der Nationalratswahl im Oktober 2019 mittlerweile 76 Frauen, also 41,5 Prozent. Das war der bis dato höchste Frauenanteil in der Geschichte des österreichischen Parlaments, aktuell ist er wieder leicht rückläufig.

Frauen in der Spitzenpolitik haben jedenfalls inzwischen ihren einstigen Exotinnen-Status verloren. Die Präsenz von Frauen als Ministerinnen, Parteivorsitzende, Fraktionsleiterinnen oder in der Landespolitik wird mittlerweile als selbstverständlich angesehen und nicht mehr hinterfragt. Trotzdem gibt es nach wie vor ein Machtgefälle innerhalb von Parteien und Strukturen, das den Aufstieg von Frauen in der Spitzen- und Kommunalpolitik erschwert. So hat sich auch die Bundesregierung von einer paritätischen Besetzung wieder weiter entfernt. Das Landwirtschaftsministerium ist nach dem Abgang von Elisabeth Köstinger mit Norbert Totschnig ebenso männlich besetzt wie das Wirtschaftsministerium nach dem Rücktritt von Margarete Schramböck. Letzteres wird durch die Aufstockung des Arbeitsressorts von Martin Kocher kompensiert, der ab Mai 2022 auch die Agenden des Wirtschaftsministeriums übernimmt. Ihm wird mit Susanne Kraus-Winkler eine weibliche Staatssekretärin zur Seite gestellt.

⁴ https://www.parlament.gv.at/recherchieren/statistiken/personen-statistiken/entw_frauen/NR

Gleichzeitig wird das Finanzministerium mit Florian Tursky um einen männlichen Staatssekretär erweitert. Bei den Grünen folgt nach dem Rücktritt von Wolfgang Mückstein mit Johannes Rauch ebenfalls ein Mann als Gesundheits- und Sozialminister. Von den 18 Posten auf Regierungsebene, einschließlich Staatssekretariate, sind somit acht mit Frauen besetzt. Es gibt nur fünf Ministerinnen, mit Susanne Raab und Karoline Edtstadler (beide ÖVP) immerhin zwei Kanzleramtsministerinnen, darüber hinaus Verteidigungsministerin Klaudia Tanner (ÖVP), Klimaministerin Leonore Gewessler und Justizministerin Alma Zadić (beide Grüne), zudem drei Staatssekretärinnen: Andrea Mayer (Grüne), Claudia Plakolm und Susanne Kraus-Winkler (beide ÖVP).

Wie bereits erwähnt, ist im Parlament der Frauenanteil zuletzt von 2021 auf 2022 leicht von 41,5 auf 40,44 Prozent gesunken. Die Chancen, als Frau in den Nationalrat einzuziehen, unterscheiden sich je nach Parteizugehörigkeit zum Teil erheblich:

	2018	2019	2020	2021	2022
ÖVP	36%	37%	37%	38%	37%
SPÖ	48%	48%	50%	50%	48%
FPÖ	23%	17%	17%	17%	17%
NEOS	50%	40%	40%	53%	53%
GRÜNE	/	58%	58%	58%	58%

Abbildung 9: Entwicklung des Frauenanteils in den Parlamentsklubs, Stand: 08.02.2023 ⁵

Der Frauenanteil im Parlamentsklub der ÖVP stagniert seit 2018 bei rund 37 Prozent. Von 71 Mandaten vergibt die Volkspartei 26 an Frauen, womit sie bei der geschlechterparitätischen Mandatsverteilung an vierter Stelle im Parteienvergleich liegt. Die SPÖ erreicht 2020 eine ausgeglichene Verteilung ihrer Mandate, fällt aber aktuell mit 48 Prozent wieder leicht beim Frauenanteil zurück. Die NEOS haben in den letzten Jahren – mit Ausnahme der Jahre 2019 und 2020 – für eine paritätische Verteilung der Nationalratsmandate in ihrem Parlamentsklub gesorgt und stellen mit 8 von 15 Mandaten derzeit sogar mehr Frauen als Männer. Die FPÖ verliert nach der Nationalratswahl 2019

⁵ [https://www.parlament.gv.at/recherchieren/statistiken/personen-statistiken/frauen/NR#:~:text=Von%20den%20183%20Abgeordneten%20des,\(40%2C44%20%25\)](https://www.parlament.gv.at/recherchieren/statistiken/personen-statistiken/frauen/NR#:~:text=Von%20den%20183%20Abgeordneten%20des,(40%2C44%20%25))

viele Sitze im Parlament, was sich negativ auf den ohnehin niedrigen Frauenanteil auswirkt, der seither nur mehr bei 17 Prozent liegt. Den höchsten Frauenanteil unter den Parlamentsklubs weisen die Grünen auf, die seit ihrem Wiedereinzug in den Nationalrat 15 ihrer 26 Nationalratsmandate mit Frauen besetzen.

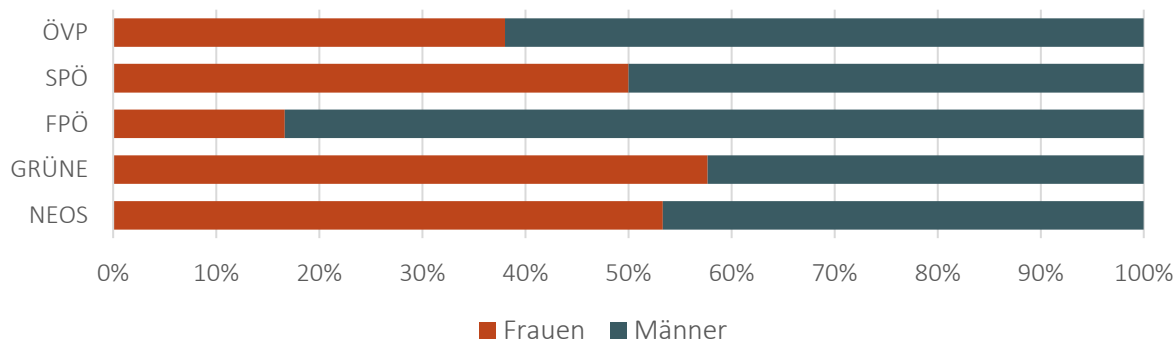


Abbildung 10: Frauen-/Männeranteil in den Parteien (Regierung, Klubobleute, Abgeordnete, Parteispitzen), Stand: 14.04.2022⁶

Mit der stärkeren Partizipation von Frauen im Parlament und der Spitzenpolitik wächst ihre Sichtbarkeit. In der Politik entstehen neue Karrierechancen. Gleichzeitig hängt es von den besetzten Positionen und den Rahmenbedingungen ab, wie einflussreich, mächtig und sichtbar Frauen im Parlament, in der Regierung und damit auch im öffentlichen Diskurs tatsächlich sein können.

3.5 Aufholbedarf in den Regionen und Gemeinden

Was bezogen auf die Partizipation von Frauen auf Bundesebene in Nationalrat und Regierung durch Reißverschlussysteme oder höheren öffentlichen Druck mittlerweile gut gelingt, funktioniert andernorts noch nicht. In Österreich gab es noch nie eine Bundespräsidentin als Staatsoberhaupt, die einzige Kanzlerin in der Geschichte war eine (nicht gewählte) Übergangskanzlerin nach dem Rücktritt der Bundesregierung als Folge des Ibiza-Skandals, und unter den neun Landeshauptleuten ist nur eine Frau.

Besonders auf Gemeindeebene sind Frauen als Bürgermeisterinnen oder im Gemeinderat stark unterrepräsentiert. Für Frauen gibt es dort oftmals besonders große Hürden zu nehmen – aber auch Vorurteile, die noch nicht überwunden scheinen. Eine Karte des österreichischen Gemeindebundes zeigt, wie unterrepräsentiert Bürgermeisterinnen im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen nach wie vor sind.

⁶ [https://www.parlament.gv.at/recherchieren/statistiken/personen-statistiken/frauen/NR#:~:text=Von%20den%20183%20Abgeordneten%20des,\(40%2C44%20%25\)](https://www.parlament.gv.at/recherchieren/statistiken/personen-statistiken/frauen/NR#:~:text=Von%20den%20183%20Abgeordneten%20des,(40%2C44%20%25))

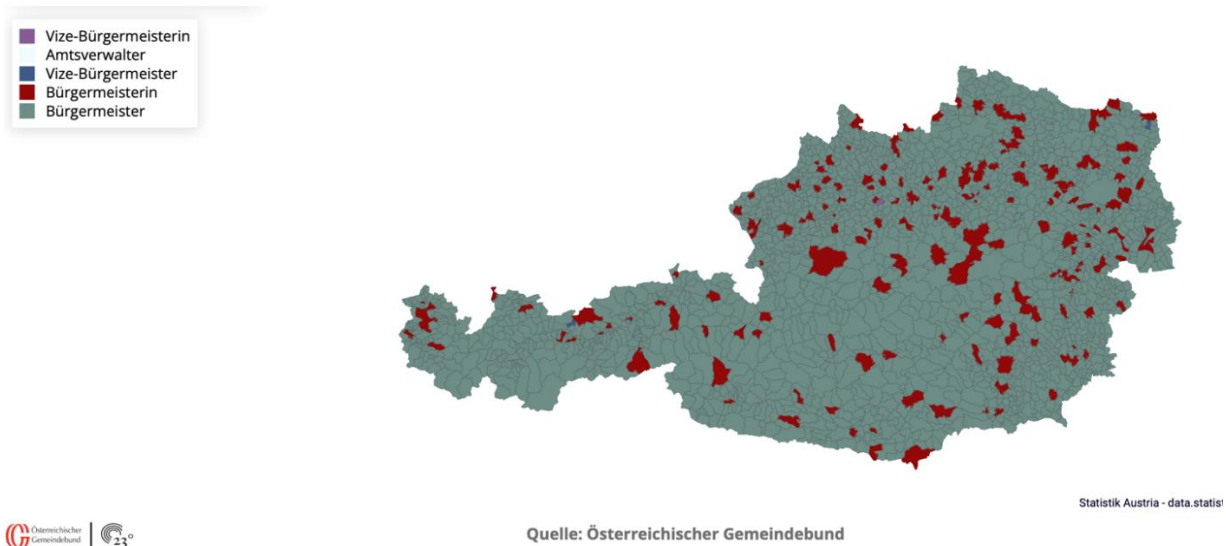


Abbildung 11: Gemeinden mit Bürgermeisterinnen 2017 ⁷

Zur Geschichte: Im Jahr 1948 wurde in Niederösterreich erstmals eine Frau als Bürgermeisterin angelobt: Zenzi Hölzl (SPÖ) lenkte zehn Jahre die Geschicke von Gloggnitz. In den letzten Jahrzehnten kamen immer wieder einzelne Bürgermeisterinnen hinzu, insgesamt ist die Zahl der Ortschefinnen sehr langsam gestiegen. 2017 werden 160 Gemeinden von Frauen geführt – dies entspricht einem Anteil von weniger als 8 Prozent. Ende 2019 bekommt die Landeshauptstadt Graz mit Elke Kahr erstmals eine Bürgermeisterin, gleichzeitig wird auch erstmals in der Geschichte die 200er-Marke bei den Bürgermeisterinnen erreicht – damit liegt der Frauenanteil 2021 bei 9,5 Prozent.⁸ Im Jahr 2022 wird erstmals die 10-Prozent Hürde genommen⁹. Es gibt also einen leichten und langsamen Aufwärtstrend beim Frauenanteil, aber mit einem weiblichen Anteil von nur einem Zehntel befindet sich die lokale Politik immer noch sehr stark in Männerhand.

⁶ <https://gemeindebund.at/buergermeister-und-buergermeisterinnen/>

⁸ <https://www.sn.at/politik/innenpolitik/erstmal-200-buergermeisterinnen-in-oesterreich-110970256>

⁹ <https://genderatlas.at/articles/buergermeisterinnen.html>

4 DIE FRAUENPOLITIK UND IHRE PLAYER

4.1 Parteienpräsenz im frauenpolitischen Kontext



Abbildung 12: Frauenpolitik – Parteienpräsenz 2022

Im Jahr 2021 hat die ÖVP bei Frauenthemen mit 55 Prozent den größten Anteil an der Berichterstattung, gefolgt von den Grünen mit 22 Prozent und der SPÖ mit 19 Prozent. Die NEOS und die FPÖ liegen mit 3 Prozent bzw. 2 Prozent deutlich dahinter. Im Jahr 2022 hat sich die Verteilung leicht verschoben. Die ÖVP hat zwar immer noch den größten Anteil an der Berichterstattung, verliert aber im Vergleich zum Vorjahr rund 5 Prozentpunkte. Die Grünen können mit 23 Prozent ihren Anteil steigern und nehmen damit eine durchaus starke Position im frauenpolitischen Diskurs ein. Auch die SPÖ legt erstmals seit Jahren wieder zu und liegt mit 22 Prozent etwa gleichauf mit den Grünen. Die NEOS können zwar ihren Anteil auf 4 Prozent steigern, als kleinste Fraktion können sie aber keinen signifikanten Anteil am frauenpolitischen Diskurs verzeichnen. Bei der FPÖ bleiben frauenpolitische Positionierungen seit dem Ausscheiden aus der Regierung weitgehend unter der Wahrnehmungsschwelle.

4.2 Top-Player im frauenpolitischen Kontext

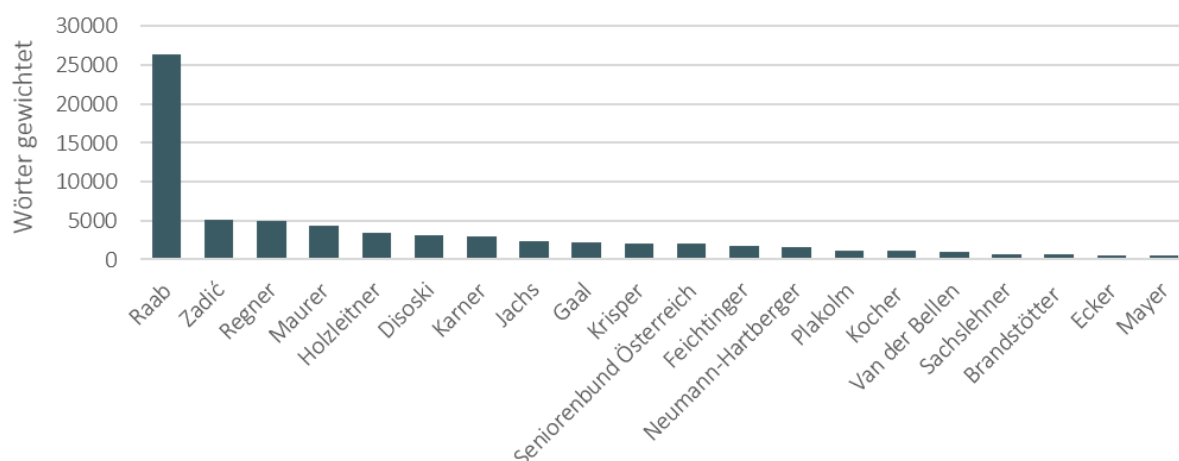


Abbildung 13: Politische Top-Player im frauenpolitischen Kontext 2022

Frauenministerin Susanne Raab nimmt als zuständige Ressortministerin medial die mit Abstand präsenteste Position ein und erreicht mit über 25.000 gewichteten Wörtern in etwa das gleiche Berichtsvolumen wie die sieben nächstplatzierten Akteur:innen zusammen. Innerhalb ihrer Partei bleibt sie damit – bezogen auf die öffentliche Aufmerksamkeit – außer Konkurrenz, erst an sechster Stelle folgt Innenminister Gerhard Karner. Im vorangegangenen Untersuchungszeitraum schafft der damalige Innenminister Karl Nehammer durch die Verknüpfung von frauenpolitischen und sicherheitsrelevanten Aspekten im Zuge der zahlreichen Frauenmorde einen weiten Sprung nach vorne. Das Innenministerium unter Gerhard Karner weist hingegen eine deutlich schwächere Positionierung bei frauenpolitischen Themen auf, die Ausrichtung bleibt jedoch ähnlich. Gerhard Karner präsentiert gemeinsam mit Parteikollegin Susanne Raab und Justizministerin Alma Zadić von den Grünen eine Notruf-App, die bei Gewalt gegen Frauen zum Einsatz kommen soll. Eine nennenswerte Positionierung innerhalb der ÖVP gelang ansonsten nur der Nationalratsabgeordneten Johanna Jachs, die sich in der Debatte zum Thema Karenz für Politikerinnen zu Wort meldet. Der ÖVP-Seniorenbund unter Ingrid Korosec thematisiert anlässlich des Equal Pension Day die Altersarmut von Frauen und forciert das Pensionssplitting als Lösungsansatz.

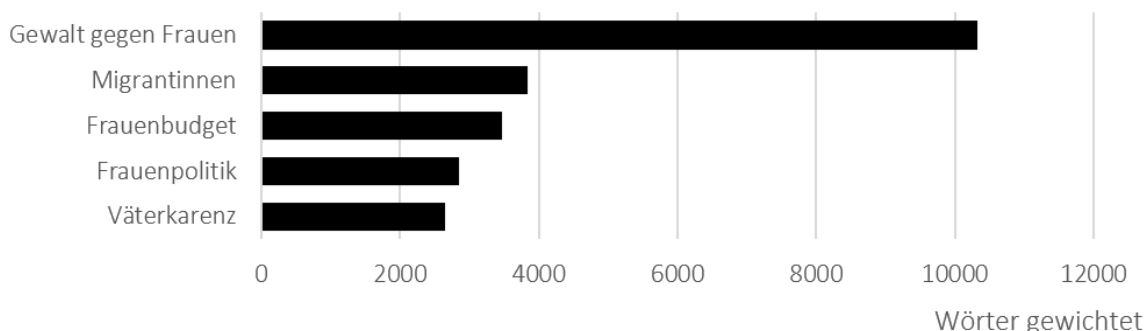
Arbeitsminister Martin Kocher kann im Vorjahr mit Initiativen zur Erhöhung der Frauenerwerbsquote immer wieder auf sich aufmerksam machen, ist aber 2022 im öffentlichen Diskurs kaum mehr wahrnehmbar, die Debatte nimmt erst Anfang 2023 wieder Fahrt auf. Verteidigungsministerin Klaudia Tanner, die im Vorjahr noch durch Initiativen für mehr Frauen im Bundesheer auffällt, schafft es 2022 nicht mehr unter die Top

20, gleiches gilt für Europa- und Verfassungsministerin Karoline Edtstadler. Bei den Grünen, die ihren Gesamtanteil an der frauenpolitischen Debatte steigern können, werden frauenpolitische Inhalte vor allem von Justizministerin Alma Zadić, Klubobfrau Sigrid Maurer und Frauensprecherin Meri Disoski kommuniziert. Dass Alma Zadić als Justizministerin im Zusammenhang mit der Erhöhung des Frauenbudgets genannt wird und gemeinsam mit Susanne Raab und Gerhard Karner die Notruf-App präsentiert, schlägt sich auf ihre Medienpräsenz nieder.

Von den Oppositionsparteien schafft nur die SPÖ eine nennenswerte Positionierung, allen voran die Vizepräsidentin des Europäischen Parlaments, Evelyn Regner. Diese wird in einem Interview mit der *Kronen Zeitung* zur Einführung von Frauenquoten in Führungspositionen befragt. SPÖ-Parteichefin Pamela Rendi-Wagner, die schon in der Vergangenheit nur selten mit frauenpolitischen Themen in Verbindung zu bringen war, hält sich 2022 noch stärker zurück und kommuniziert frauenpolitische Themen defacto nicht. Am zweitstärksten innerhalb der SPÖ wird die frauenpolitische Sprecherin der SPÖ, Eva Maria Holzleitner, wahrgenommen. Ihre Präsenz ist vorrangig auf ein Interview mit dem *Kurier* und ihrer Kritik an der von Ministerin Susanne Raab vorgeschlagenen Einführung eines Frauenfonds zurückzuführen. Bei den NEOS ist lediglich die Nationalratsabgeordnete Stephanie Krisper in den Top 20 vertreten, von der FPÖ niemand.

4.3 Themensetting und Performance der unterschiedlichen Parteien

a) Die ÖVP

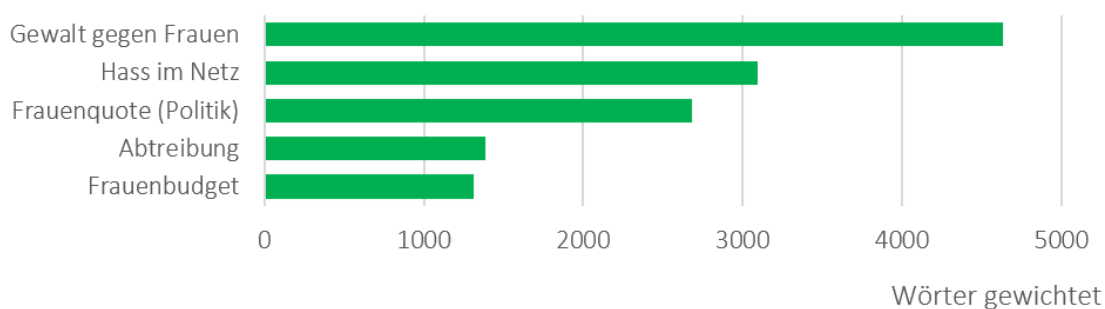


Die ÖVP erreicht den Großteil ihrer Medienpräsenz wiederholt im Gewaltkontext, wenn auch auf deutlich geringerem Niveau als im Vorjahr. Darüber hinaus gibt es kaum frauenpolitische Initiativen der Volkspartei, die nennenswerte Resonanz erzeugen. Die fünf stärksten frauenpolitischen Themen der ÖVP werden – mit Ausnahme der

Präsentation der Notruf-App für Gewaltopfer, bei der auch Innenminister Gerhard Karner involviert ist – ausschließlich von Frauenministerin Susanne Raab bespielt.

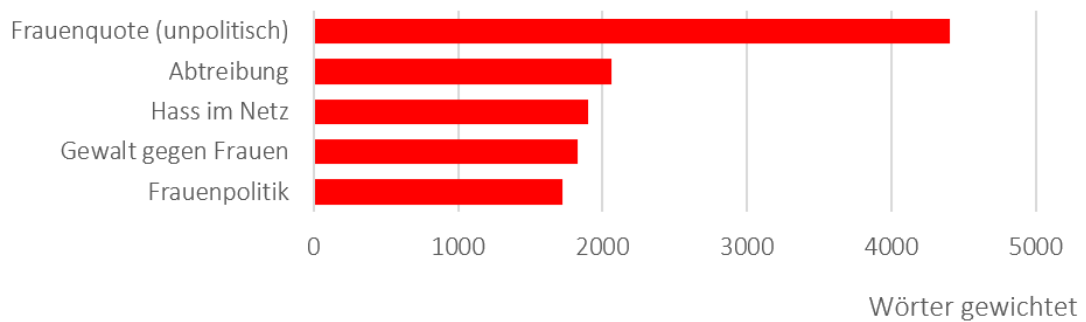
Eine Geberkonferenz für die Ukraine bietet Ministerin Raab eine Gelegenheit, sich in der *Kronen Zeitung* zu positionieren. Dabei setzt sie frauenpolitische Akzente, indem sie betont, dass österreichische Gelder ausschließlich in Projekte für geflüchtete Frauen, Kinder und Familien fließen. Auch die Vorstellung des Frauenbudgets beschert ihr öffentliche Sichtbarkeit. Die von Susanne Raab initiierte Gründung eines Frauenfonds stößt auf kritische Gegenstimmen, insbesondere im *Standard*. Die angestoßene Debatte zur Väterkarenz wurde am prominentesten ebenfalls vom *Standard* aufgegriffen. Raab selbst wird dabei als Rolemodel herangezogen, weil sie sich die Karenzzeit mit ihrem Mann aufgeteilt hat.

b) Die Grünen



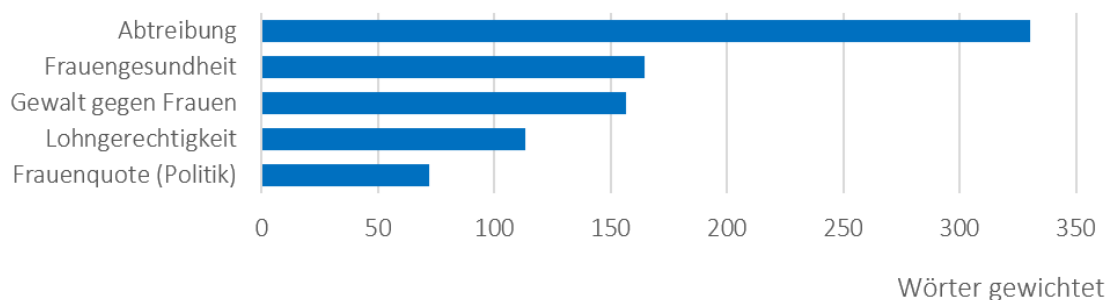
Da Justizministerin Alma Zadić ebenfalls in die Präsentation der Notruf-App für Gewaltopfer eingebunden ist, rangiert Gewalt gegen Frauen auch im Themenranking der Grünen an erster Stelle. Das Thema Hass im Netz wurde vor allem von Klubobfrau Sigrid Maurer aufgegriffen, die im *Standard* über ihre persönlichen Erfahrungen mit dem Thema berichtet. Die prekäre Versorgungssituation bei legalen Schwangerschaftsabbrüchen in Tirol und Vorarlberg führt zu einer parteiübergreifenden Diskussion, an der sich auch die Grüne Frauensprecherin Meri Disoski beteiligt. In der *Kronen Zeitung* erhält Justizministerin Alma Zadić im Zuge der Erhöhung des Frauenbudgets eine nicht unbedeutende Bildpräsenz.

c) Die SPÖ



Entgegen dem Trend in der Gesamtberichterstattung rangiert Gewalt gegen Frauen bei den Oppositionsparteien nicht auf Platz 1. Die SPÖ setzt primär auf die Frauenquote im privatwirtschaftlichen Bereich. Den Sozialdemokraten gelingt es kaum, eine prägnante frauenpolitische Positionierung zu erreichen, weshalb sich ein einzelnes Interview der EU-Parlaments-Vizepräsidentin Evelyn Regner umso stärker auf das Themensetting der Partei auswirkt, welches die *Kronen Zeitung* anlässlich der Einführung einer verpflichtenden Frauenquote für Führungspositionen mit ihr führt. Eigene Initiativen der Partei, die wahrnehmbare Spuren in den Medien hinterlassen, sind selten. Die Vorsitzende der SPÖ-Frauen, Eva Maria Holzleitner, greift die prekäre Situation bezüglich legaler Abtreibungen in den westlichen Bundesländern auf und kritisiert die Gründung eines neuen Frauenfonds durch ÖVP-Ministerin Susanne Raab als „intransparente Showpolitik“.

d) Die FPÖ



Wie schon im vorangegangenen Untersuchungszeitraum ist die Präsenz der FPÖ im Frauenkontext nur in den seltensten Fällen auf eigene Initiativen zurückzuführen. In erster Linie sind es Debatten, die von anderen Parteien, von Medien oder durch äußere Umstände angestoßen werden, bei denen die Zeitungen auch Wortmeldungen von Vertreter:innen der FPÖ, vorrangig ihrer Frauensprecherin Rosa Ecker, einholen. Im

Zuge der von SPÖ, NEOS und Grünen angestoßenen Abtreibungsdebatte äußert sich Ecker etwa zur bestehenden Fristenlösung, die sie in Übereinstimmung mit Frauenministerin Raab als ausreichend erachtet. Auf die von SPÖ und Grünen aufgeworfene Frage nach einer möglichen Arbeitsunterbrechung bei Menstruationsbeschwerden angesprochen, äußert die freiheitliche Frauensprecherin Bedenken bezüglich möglicher Benachteiligungen für Frauen am Arbeitsmarkt. Auch zu den Themen Lohngerechtigkeit und Frauenquote gibt es vereinzelte Statements Eckers in den Medien.

e) NEOS

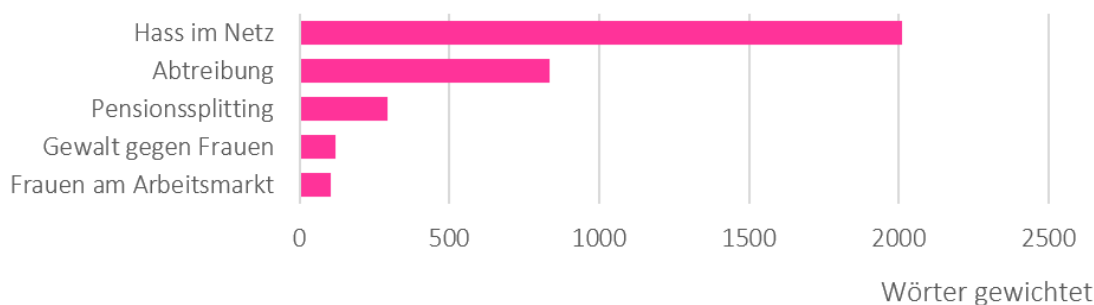


Abbildung 14: Themensetting und Performance der unterschiedlichen Parteien

Ein großer Standard-Artikel über sexistische Anfeindungen gegen Politikerinnen im Internet, in dem auch NEOS-Abgeordnete Stephanie Krisper über ihre Erfahrungen berichtet, hat einen starken Einfluss auf das mediale Themensetting der NEOS. Darüber hinaus gelingt es den NEOS im Zuge der Abtreibungsdebatte, mit ihren frauenpolitischen Anliegen medial Gehör zu finden. Vereinzelt schaltet sich NEOS-Sozialsprecher Loacker in die Diskussion um das Pensionssplitting ein, und im Zuge des ersten Femi-zids 2022 spricht sich NEOS-Frauensprecherin Henrike Brandstötter für einen besseren Gewaltschutz aus. Ansonsten ist das frauenpolitische Engagement der NEOS kaum wahrnehmbar, das trifft in Bezug auf frauenpolitische Inhalte besonders auch auf Parteichefin Beate Meisl-Reisinger zu.

5 EXKURS: DIE „ZEIT-IM-BILD“-FORMATE UND FRAUENPOLITIK

5.1 Frauenpolitische Inhalte verlieren enorm an Sichtbarkeit

Die Zeit-im-Bild-Formate gehören zu den reichweitenstärksten und damit wichtigsten Nachrichtenformaten des Landes. Frauenpolitische Inhalte sind darin, seit es diese Untersuchung gibt, traditionell eine Randerscheinung. Der Fokus von ZiB I und ZiB II liegt primär auf nationaler und internationaler Politik – und dort werden frauenpolitische Themen von anderen Themen regelmäßig verdrängt. Die Krisen unserer Zeit haben diesen Effekt noch verstärkt, was sich 2022 in der Medienanalyse in einem markanten Rückgang der frauenpolitischen Inhalte zeigt.

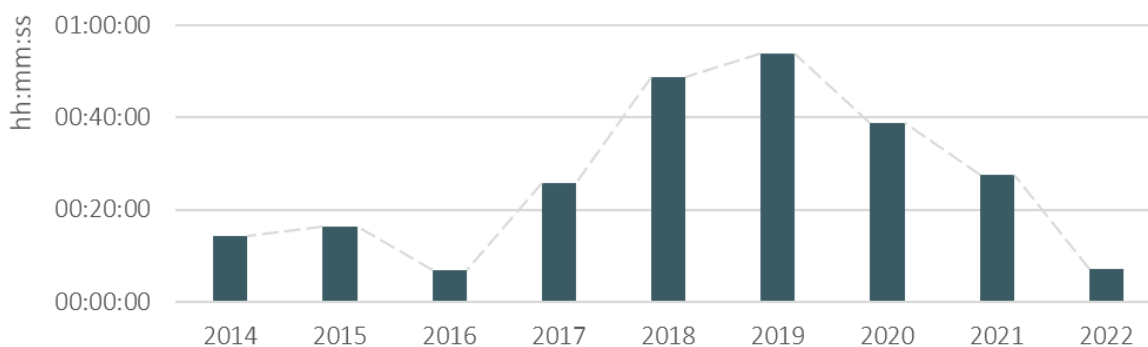


Abbildung 15: Präsenz der parteipolitisch besetzten Frauenpolitik in den ZiB-Formaten

Seit dem Höchstwert an frauenpolitischer Berichterstattung im Jahr 2019 ist die Aufmerksamkeit kontinuierlich gesunken. Gab es 2019 noch knapp 54 Minuten parteipolitisch besetzte Berichterstattung zu Frauenthemen, waren es 2020 dann 39, 2021 noch 27 und 2022 schließlich nur noch 7 Minuten Sendezeit. Einen vergleichbar niedrigen Stand gab es seit Bestehen dieser Untersuchung nur im Jahr 2016. Der Rückgang hängt nicht nur mit der Prioritätensetzung der Redaktion zusammen, er ist auch dem frauenpolitischen Vakuum auf bundespolitischer Ebene geschuldet.

5.2 Frauenpolitik in der ZiB – Themenführerschaft

Es wird nicht nur gemessen am Volumen wenig berichtet, es wird auch nur über wenige Themen berichtet. Gewalt gegen Frauen erlangt mit knapp 3 Minuten Sendezeit schon seit Jahren in Folge die Themenführerschaft in der parteipolitischen ZiB-Berichterstattung. Das spiegelt es auch die thematische Schwerpunktsetzung in den Printmedien wider, wo Gewalt gegen Frauen nun schon mehrere Jahre ganz vorne liegt. Es

zeigt auch, dass die Parteien kaum andere Themen haben, die breit diskutiert werden. Sexuelle Belästigung wird hier als eigenes Thema erfasst, ist aber ebenso wie Hass im Netz (wenn dieser Frauen adressiert) eine Form von Gewalt gegen Frauen

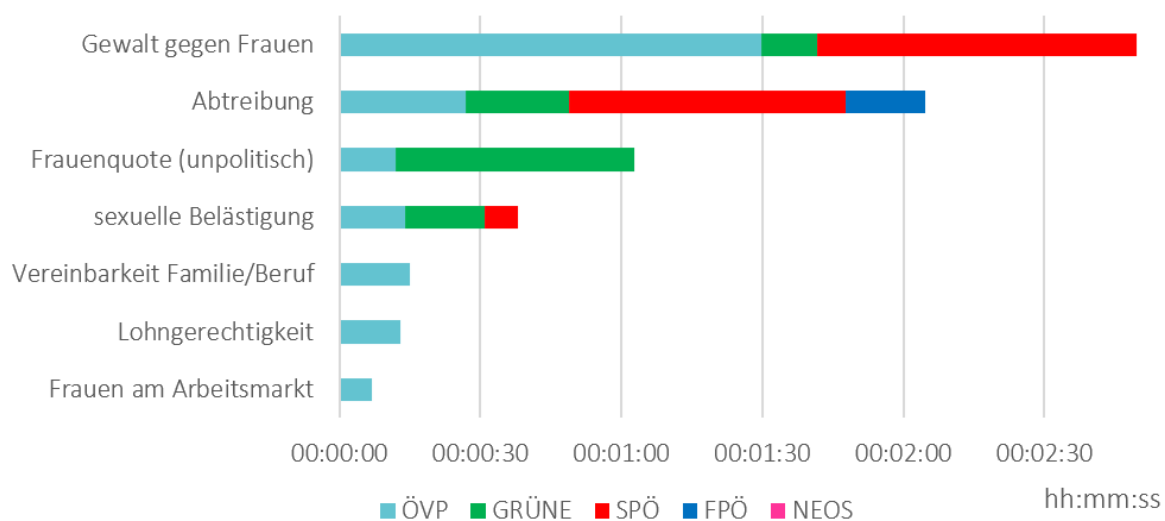


Abbildung 16: Frauenpolitik – Themenführerschaft der Parteien in den ZiB-I- und ZiB-II-Formaten

Neu findet sich 2022 die stark polarisierende Debatte um Abtreibung und Schwangerschaftsabbrüche, angestoßen durch die internationalen Weichenstellungen, etwa in den USA oder in Polen. Abtreibung ist mit knapp 2 Minuten Sendezeit das zweitpräsenteste frauenpolitische Thema. Vier weitere Themen betreffen im Grunde Rahmenbedingungen für die Arbeitssituation von Frauen: Frauenquote, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Lohngerechtigkeit und Frauen am Arbeitsmarkt. Jedes dieser Themen wäre für sich allein schon aufgrund von immer noch präsenten Mängeln und dem existenten Geschlechter-Gap frauenpolitisch relevant. Zusammen kommen sie jedoch auf nur etwa eineinhalb Minuten Sendezeit, diese Themen sind somit Randnotizen. Das öffentlich und politisch geprägte sehr eingeschränkte Themenranking zeigt, wie wenig Raum frauenpolitische Agenden derzeit auf medialer und politischer Ebene bekommen. Und gleichzeitig wird greifbar, wie sehr sich die ohnehin eingeschränkte Debatte inhaltlich verengt. Die finanzielle Situation von Frauen etwa, strukturelle Benachteiligung am Arbeitsmarkt, Altersarmut, unbezahlte Care-Arbeit oder viele andere Aspekte, die einen breiten Teil der weiblichen Bevölkerung betreffen, bleiben in den ORF-Hauptnachrichtenformaten weitgehend unberücksichtigt.

ABSCHNITT II

BILDPRÄSENZ VON FRAUEN –

BILDER SCHAFFEN PERSPEKTIVEN!

„Wenn man ein Mädchen erzieht, bringt man einen Kreislauf von Erfolg in Schwung.
Es hat wirtschaftlichen Sinn. Es hat sozialen Sinn.
Es hat moralischen Sinn. Doch der Sinn dahinter scheint vielen noch nicht klar zu
sein.“

Königin Rania von Jordanien

6 FRAUENBILDER IN MEDIEN

6.1 Medien als Abbild der Wirklichkeit?

An Medien wird der Anspruch gestellt, ein Spiegel der Welt zu sein. In der Gesellschaft werden Medienberichte oft als objektives Abbild der Wirklichkeit angesehen. Doch die eine, reine Objektivität existiert nicht – weder in der Vergangenheit noch in der Gegenwart (vgl. Dorer und Marschik 1999: 6f.). Was an der medialen Berichterstattung als objektiv betrachtet wird, ist immer auch von der Subjektivität derer geprägt, die das Narrativ prägen und kontrollieren. Sie treffen die Auswahl, welche Ereignisse es „wert“ sind, darüber zu berichten. Nachdem – trotz positiver Entwicklungen hin zu mehr Frauen – Entscheidungspositionen im Medienbereich immer noch überwiegend von Männern besetzt werden, prägen sie dieses Narrativ auch bewusst oder unbewusst mit. Für die Auswahl, worüber berichtet wird, gibt es zwar definierte Nachrichtenfaktoren, die Journalist:innen dabei helfen sollen zu entscheiden, ob und wie über bestimmte Inhalte berichtet werden soll, allerdings fließt hier die subjektive Interpretation ein. Medien berichten über Themen und Personen, von denen die Berichterstat-ter:innen denken, dass sie vom Publikum als relevant empfunden werden könnten. Gleichzeitig beeinflussen sie mit ihrer Auswahl selbst, was von ihren Leser:innen als berichtenswert eingestuft wird. So wird ein Thema oft erst dann zum breit diskutierten Thema, wenn dieses von den Massenmedien aufgegriffen wird. Medien sind also maßgeblich dafür verantwortlich, wie Themen und Personen im öffentlichen Diskurs wahrgenommen werden (vgl. Burkhart 2021: 270ff.).

Aus der langjährigen Medieninhaltsanalyse und Forschungsarbeit bei MediaAffairs zeigt sich, dass Beiträge mit Bildern wesentlich mehr Aufmerksamkeit generieren als solche ohne Bilder. Bilder unterstreichen das Geschriebene – oder sie ersetzen es. Bilder personifizieren, emotionalisieren, vereinfachen, polarisieren, verstärken oder provozieren mitunter. Die Menge, der Kontext und die Aufbereitung von Bildern sind also mitbestimmend dafür, wie Menschen die Welt und die Gesellschaft wahrnehmen und welche Menschenbilder darin existieren.

6.2 Repräsentation von Frauen in Medien und Berichterstattung

Es arbeiten zwar immer mehr Frauen in der Medienbranche, aber laut der Datenbank des „European Institute for Gender Equality“ sind nur 15,6 Prozent der CEOs in der

Medienbranche weiblich (vgl. UNESCO 2018: 97). Auch in Österreich sind die tonangebenden Chefredakteure und Herausgeber immer noch zu einem überwiegenden Teil männlich. Zum Beispiel haben alle für diese Studie analysierten Massenmedien, mit Ausnahme des *Kurier*, einen Mann in der Position des Chefredakteurs.

Ganz generell zeigt sich: Fehlen Frauen als sichtbare Vorbilder und nahbare Rolemodels, dann ist dies oftmals eine nur schwer zu überbrückende Schwelle für andere Frauen, um in Verantwortungspositionen zu kommen oder um überhaupt in klassische Männerdomänen einzusteigen. Das gesellschaftlich vorherrschende, über Jahrhunderte gewachsene und weitergegebene Verständnis von Geschlechterrollen ist nach wie vor ein Hemmschuh, wenn es um die Erreichung von Chancengleichheit für Frauen in Beruf und Lebensalltag geht. Sichtbarkeit und Präsenz im öffentlichen Diskurs sind dabei wichtige Gradmesser. Medien können aktiv einen Beitrag leisten, indem sie eine möglichst faire, ausgeglichene, stereotypfreie Berichterstattung anstreben, in der sich möglichst alle Beteiligten einer Gesellschaft gleichermaßen repräsentiert fühlen. MediaAffairs will mit der jährlichen Analyse der Bildberichterstattung Zahlen und Fakten zur Repräsentation und medialen Sichtbarkeit von Frauen in Medien und Öffentlichkeit schaffen und so den Diskurs anregen.

Zum sechsten Mal in Folge wurden im Rahmen dieser Studie die Unterschiede bei der Bildpräsenz von Männern und Frauen herausgearbeitet. Dafür wurden einige der einflussreichsten Tageszeitungen Österreichs – jeweils drei Boulevard- und drei Qualitätszeitungen – herangezogen. Frauen sind mit einem Anteil von 33 Prozent bei der medialen Bildpräsenz im Gegensatz zu Männern (77 Prozent) immer noch erheblich unterrepräsentiert.

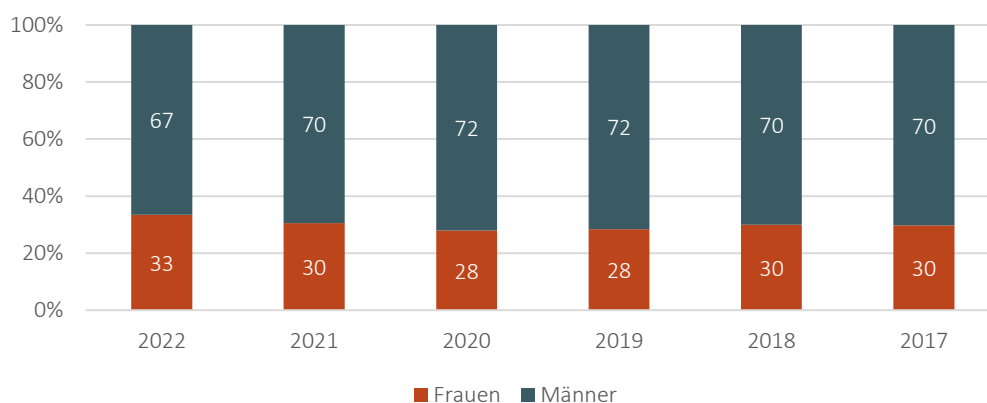


Abbildung 17: Jahresvergleich der medialen Bildpräsenz von Frauen

Bis 2020 stagniert die Bildpräsenz von Frauen zwischen 28 und 30 Prozent, 2022 liegt der Wert erstmals bei einem Drittel. Es kann zuletzt also ein Aufwärtstrend verzeichnet werden.

Hintergrundinformation: In den heimischen Medien werden etwa zwei Drittel der Bildpräsenz in nur fünf zentralen Kategorien generiert. Besonders „bildlastig“ sind in Tageszeitungen die Sportberichterstattung, Politik, Kultur, Internationale Politik und allgemeine Präsentations-Stockbilder mit Personen. In anderen Bereichen und Themenfeldern gibt es oft weniger oder auch viel kleinere Bilder. In Branchen wie Politik oder Sport ist öffentliche und mediale Sichtbarkeit von besonders hohem Wert. In der Politik etwa korreliert die mediale Bildpräsenz mit der Bekanntheit und kann Wahlerfolg und Reputation beeinflussen. Im Sport ist manchmal weniger die sportliche Leistung an sich als vielmehr die Kombination aus Leistung und medialer Sichtbarkeit zentrale Basis für attraktive Sponsoringverträge.

6.3 Sichtbarkeit nach Themenbereichen

Ganz generell sind Frauen mit einem Anteil von einem Drittel an der medialen Bildpräsenz gemessen am Anteil an der Bevölkerung deutlich unterrepräsentiert. Neben diesem generellen Befund braucht es aber die detailliertere Betrachtung, denn je nach Themenkategorie oder Branche ergeben sich zum Teil große Abweichungen bei der Präsenz der Geschlechter.

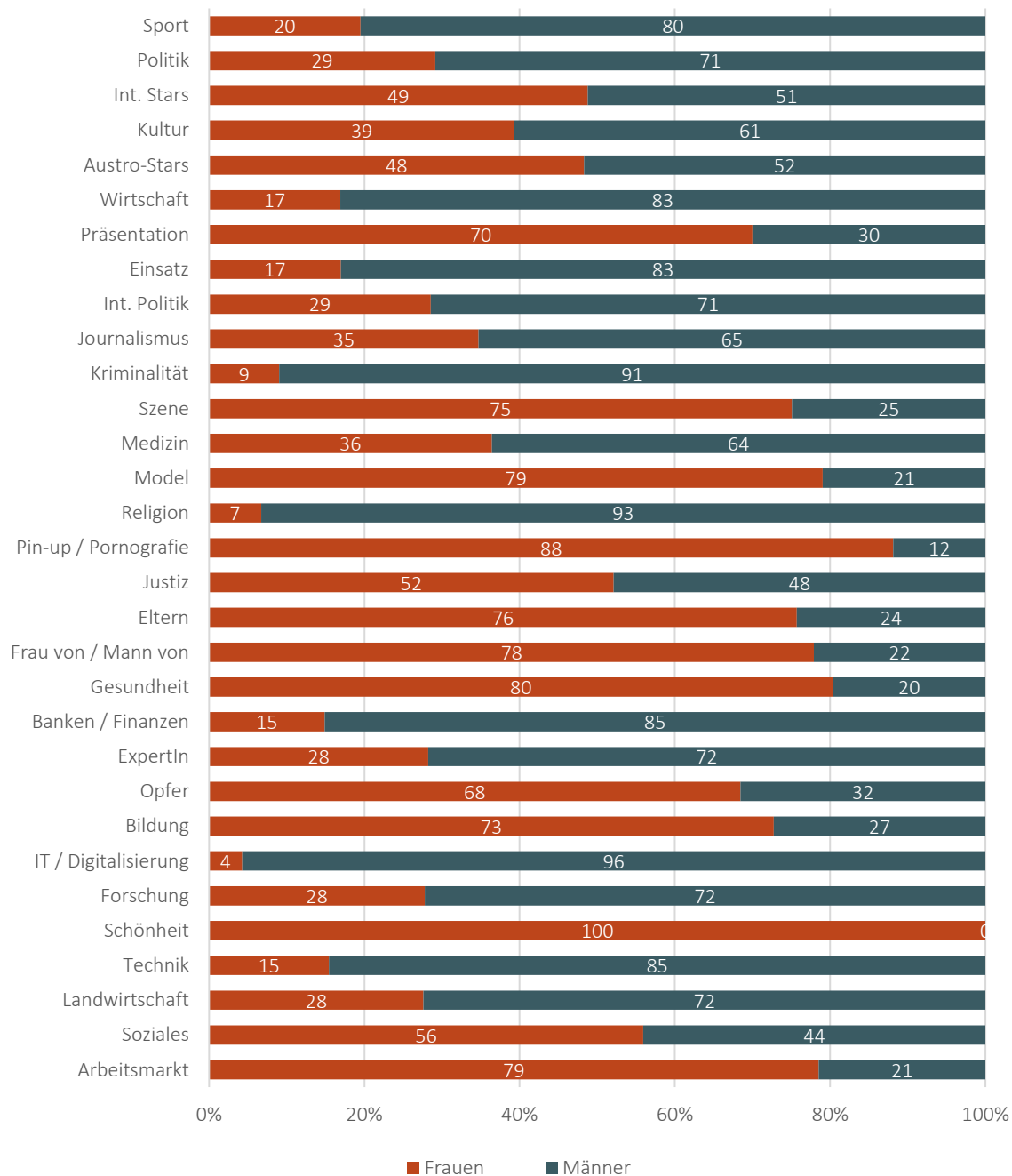


Abbildung 18: Bildpräsenz von Frauen und Männern nach Themenbereichen

Es lässt sich in einigen Kategorien in den letzten Jahren ein Aufwärtstrend bei der Präsenz von Frauen feststellen. In der bildstärksten Kategorie Sport etwa erreichen Athletinnen im Jahr 2020 einen Anteil von 20 Prozent. Damit sind Frauen hier immer noch massiv unterrepräsentiert, aber im Vergleich zu 2021 stellt der nunmehrige Anteil von einem Fünftel eine enorme Steigerung dar. Mit einem Bildanteil von damals nur 7 Prozent befanden sich Sportlerinnen 2021 über weite Strecken unter der Wahrnehmungsschwelle. Der beachtliche Anstieg des Bilderanteils von Frauen im Sport zeigt, dass im Jahr 2022 das mediale Interesse höher war. Zurückzuführen ist das mitunter auch auf das gestiegene Interesse an Frauen-Fußballevnts rund um die EM und sehr guten Leistungen von Athletinnen bei Großevents. Entgegen herrschenden Vorurteilen – etwa, dass Frauenfußball für die breite Masse uninteressant sei – und trotz der jahrelangen Benachteiligung und medialen Vernachlässigung der Fußballerinnen melden europäische Sender, darunter der ORF¹⁰, Rekordeinschaltquoten bei der Fußball-EM 2022. An der Entwicklung des öffentlichen Interesses an der Frauenfußball-EM lässt sich erkennen, welchen Einfluss Massenmedien immer noch auf die Meinungs- und Interessensbildung der Bevölkerung haben. Vermeintliches Desinteresse des Publikums kann beispielsweise auf mangelnder Medienpräsenz beruhen und mit weniger TV-Übertragungen zu attraktiven Sendezeiten zusammenhängen. Wie stark mediale Sichtbarkeit wirken kann, wird im Sport offensichtlich: Attraktive Sponsoringverträge sind für Athlet:innen wesentlich einfacher zu erreichen, wenn ihre Medienpräsenz hoch ist.

In der Bundespolitik hat sich in den letzten Jahren der Frauenanteil kontinuierlich erhöht (wenngleich es in der Regierung zuletzt einen deutlichen Rückgang gab), insbesondere im Nationalrat, wo mittlerweile ein historischer Höchststand von etwa 40 Prozent im Parteienschnitt verzeichnet wird. Dieser höhere Anteil schlägt sich auch in höherer Sichtbarkeit von Politikerinnen nieder, wobei diese in der Bildpräsenz weit hinter dem Anteil der von ihnen besetzten Posten zurückbleiben. Trotz (freiwilliger) Frauenquoten in der österreichischen Politik und dem seither eingeführten „Reißverschluss-system“ auf Wahllisten kommen weibliche Politikerinnen 2022 auf einen Anteil an der Bildpräsenz von 29 Prozent. Der Wert liegt zwar höher als noch vor einigen Jahren, aber bezogen auf die Sichtbarkeit liegen Politikerinnen klar hinter ihren männlichen Kollegen. Dafür gibt es viele Erklärungen – etwa, dass sehr prominente Positionen, wie

¹⁰ <https://www.derstandard.at/story/2000137243367/frauen-fussball-em-638-000-sahen-auftaktspiel-im-orf>

jene des Bundeskanzlers, Bundespräsidenten oder auch der mächtigen Landeshauptleute, männlich besetzt sind (Ausnahme NÖ). Aber durch die Bilderanalyse auch aus den vergangenen Jahren konnte immer wieder demonstriert werden, dass auch Frauen in mächtigen Rollen – etwa als Wirtschafts- oder Justizministerin – deutlich weniger Präsenz generieren können als so mancher Ministerkollege. Das zeigt sich auch in den Bundesländern, wo Landesrätinnen im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen klar unterdurchschnittlich sichtbar sind.

Dabei können kritische Medien durchaus auch als Korrektiv wirken, wenn der Frauenanteil in Regierungen zu niedrig ausfällt. Ein Beispiel dafür war die frauenlose Landesregierung in Oberösterreich im Jahr 2015. Dieser Fauxpas sorgt für einen medialen Shitstorm besonderen Ausmaßes. Aber die Aufregung ist, wenn überhaupt, nur dann groß, wenn die Kluft zu weit auseinandergeht. Im Alltag ist es so, dass Politikerinnen medial weniger stark in Erscheinung treten können. Je weiter weg von der Bundesebene, desto weniger sind Politikerinnen sichtbar und umso weniger finden sich Politikerinnen in Machtpositionen. Das trifft besonders auch auf die Kommunalebene zu. Bis vor vier Jahren gab es in Österreich sogar mehr Bürgermeister mit dem Vornamen Josef als weibliche Bürgermeisterinnen (Österreichischer Gemeindebund 2019). Der Trend ist zuletzt leicht positiv, aber die Entwicklung läuft langsam.

Ein positiver Trend ist beim weiblichen Bilderanteil in der ebenfalls männlich dominierten internationalen Politik zu beobachten. Von 2021 auf 2022 hat sich der Anteil der abgebildeten Frauen von 19 auf 29 Prozent erhöht. Das bedeutet zwar, dass der Anteil der abgebildeten Männer mit über 70 Prozent immer noch klar überwiegt; es bedeutet allerdings auch, dass Medien um etwa 50 Prozent häufiger Frauen im Kontext mit internationaler Politik abgebildet haben als im Vorjahr. Politikerinnen wie EU-Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen, die insbesondere im Russland-Ukraine-Krieg im medialen Fokus steht, aber auch europäische und internationale Politikerinnen, wie Finnlands Ministerpräsidentin Sanna Marin oder die erste schwedische Ministerpräsidentin Magdalena Andersson, können durchaus auch in internationalen Medien Aufmerksamkeit generieren.

Anders als in der Politik ist in der Justiz der Frauenanteil grundsätzlich recht hoch. Es gibt mehr weibliche als männliche Studierende der Rechtswissenschaften, und auch der Anteil der Richterinnen liegt in Österreich über 50 Prozent. 2022 spiegelt die

Bildpräsenz in den österreichischen Medien erstmals die berufliche Realität wider: Der Frauenanteil hat sich im letzten Jahr von 25 auf 52 Prozent mehr als verdoppelt. Frauen werden damit erstmals seit Beginn dieser Untersuchung entsprechend ihres hohen Anteils im Justizbereich auch öffentlich sichtbar. Auch hier wird sich in den nächsten Jahren zeigen, wie sich die öffentliche Präsenz weiterentwickelt. Bei den Rechtsanwält:innen dagegen hält sich ein sehr hoher Männeranteil. Die Gründe dafür werden in einer besonders schwierigen Vereinbarkeit von Familie und Beruf genannt (vgl. Geringer et al. 2020).

Wichtiger Seismograf für die Gleichstellung von Frauen und Männern sind die regelmäßig diskutierten Zahlen aus der Wirtschaft. Eine Forderung nach Geschlechterparität im Management klingt wie ein utopisches Ziel, betrachtet man die aktuellen Zahlen des AK-Frauen.Management.Reports. Der Druck steigt aktuell: Das EU-Parlament beschließt im November 2022 ein Gesetz, wonach bis Juli 2026 Führungsgremien börsennotierter Unternehmen auch bei den Direktorenpositionen zu einem Drittel mit Frauen (oder bei Unterrepräsentanz von Männern müssen mehr Männer zum Zug kommen) besetzt werden müssen.¹¹ Diese Regelung betrifft nur große börsennotierte Unternehmen, solche Quotenregelungen haben in der Vergangenheit aber meist auch eine lange Liste mit Ausnahmen im Kleingedruckten mit sich gebracht. Viele Unternehmen haben sich allerdings in den letzten Jahren auch verpflichtet, ESG (Anm. Environment – Social – Governance)-Ziele zu erfüllen – auch hier darf also eine Entwicklung erwartet werden.

In der medialen Berichterstattung erhöht sich die Bildpräsenz von Frauen in der Wirtschaftsberichterstattung von 15 auf 17 Prozent. Die Wirtschaftsberichterstattung ist recht breit gefasst und umfasst Unternehmer:innen, Manager:innen, Aufsichtsrät:innen in diversen Branchen, aber auch Wirtschaftsexpert:innen. Der mächtige Männerüberhang von 83 Prozent ist einerseits faktisch erklärbar: Sucht man in den Managementboards der größten Unternehmen des Landes nach Frauen, dann sind diese in den Top-200-Unternehmen mit einem Anteil von unter 10 Prozent klar in der Minderheit (Haager & Hudelist 2023: 21). Zwar hat sich aufgrund der Quotenregelungen für Aufsichtsräte in diesem speziellen Aufsichtsgremium der Frauenanteil deutlich erhöht;

¹¹ <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/arbeit-eu-frauenquote-fuer-aufsichtsrate-endgueltig-beschlossen-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-221122-99-618676>

aber Aufsichtsrät:innen stehen in der Regel weniger stark in der Öffentlichkeit, sind ein verhältnismäßig kleiner Anteil im Business und tragen damit zur medialen Sichtbarkeit insgesamt kaum bei. Der niedrige Anteil der Frauen in der Wirtschaftsberichterstattung ergibt sich außerdem aufgrund des medialen Fokus auf Großunternehmen. Kleine und mittlere Unternehmen, Start-Ups oder Kleinbetriebe schaffen es kaum in die überregionale Berichterstattung. Nachdem dort der Frauenanteil höher liegt, ist dieser Fokus auf die Großen durchaus verzerrend.

Im Banken- und Finanzbereich waren Frauen über viele Jahre stark unterrepräsentiert. Es gab kaum Frauen in Führungspositionen. In den letzten Jahren führen in der Branche mehr Frauen in Führung, Quotenregelungen und Selbstverpflichtungen durch den Bankenverband dazu, dass mehr Frauen in entscheidungsrelevante Positionen aufsteigen können. Zwischen 2015 und 2020 bewegt sich der Frauenanteil auf den Wirtschafts- und Finanzseiten weit unter der Wahrnehmungsschwelle bei etwa 5 Prozent. Im Jahr 2021 kann ein historisch hoher Wert von über 25 Prozent erreicht werden. Weibliche Führungskräfte aus der Finanzbranche – wie die CEOs Gerda Holzinger-Burgstaller (Erste Bank Oesterreich), Herta Stockbauer (BKS Bank), Silvia Schmitt-Walgenbach (CA Immo), Elisabeth Stadler (Vienna Insurance Group) oder Angelika Sommer-Hemetsberger (Österreichische Kontrollbank), – können medial durchaus Sichtbarkeit generieren. Dass der sehr hohe Anteil aus dem Jahr 2021 noch nicht dauerhaft zu halten ist, überrascht wenig, weil in der Branche der Anteil an Frauen in Führungspositionen nach wie vor sehr niedrig liegt. Laut einer Umfrage unter Mitgliedern des Bankenverbands waren im Jahr 2010 erst 6 Prozent der Bankvorstände weiblich, 2020 sind es 10 Prozent, in den Aufsichtsräten liegt der Anteil höher. Selbsternanntes Ziel ist es, den Frauenanteil in Vorständen bis 2030 auf zumindest 20 Prozent anzuheben.¹² Der Finanzbereich ist damit eine der Branchen, wo man im Business noch weit von Geschlechterparität entfernt ist. Damit ist auch der niedrige Anteil in den Medien erklärbar. Die Zahlen aus der Medienanalyse zeigen sogar: Wenn Frauen in der ersten Reihe stehen, dann können sie dort auch überdurchschnittlich starke Sichtbarkeit in den Medien generieren.

Der Kulturbereich ist nach Sport und Politik eine Sparte, wo medial sehr viele Bilder vorkommen. Kultur ist einer jener Bereiche, in denen es heutzutage viele Frauen in

¹² <https://kurier.at/wirtschaft/heimische-banken-wollen-20-prozent-frauen-in-fuehrungspositionen/401351060>

Führungsrollen gibt. In den letzten Jahren konnten hier Frauen bei der medialen Bildpräsenz in etwa gleich gut abschneiden wie Männer. Von 2021 auf 2022 zeigt sich ein markanter Rückgang: Die Bildpräsenz von Frauen verringert sich von 46 auf 39 Prozent. Woran das liegt, ist schwer zu beurteilen. Ob es sich dabei um einen nachhaltigen Abwärtstrend handelt oder um einen Einmaleffekt, wird sich in den nächsten Jahren zeigen.

Unterdurchschnittlich medial präsent sind Frauen aktuell im Bereich der Medizin. Hier haben sie im Vergleich zum Vorjahr fast 20 Prozentpunkte bei der Bildpräsenz eingebüßt. Während der Bildanteil bei Ärztinnen, Virologinnen, medizinischen Expertinnen im Jahr 2021 in den bundesweiten Medien noch bei über 55 Prozent (entspricht in etwa dem tatsächlichen Anteil von Frauen in der Branche, bzw. bei den Studienrichtungen) relativ hoch liegt, rutscht er heuer auf 36 Prozent ab. Seit Beginn der Coronapandemie 2020 schwankt dieser Wert stark. Im ersten Jahr der Pandemie fallen Medizinerinnen in der medialen Sichtbarkeit weit hinter ihre männlichen Kollegen zurück, die hier wesentlich stärker partizipieren können und vor allem zu Beginn der Pandemie die Gesundheits- und Corona-Berichterstattung dominieren. 2021 kommen verstärkt wieder Medizinerinnen zu Wort.

Es gibt viele weitere Themenfelder und Branchen, in denen Frauen kaum öffentliche Sichtbarkeit generieren können – zum Teil, weil diese Branchen auf Führungsebene stark männlich dominiert sind und seit jeher als Männerdomänen gelten. Besonders niedrig ist die Frauen-Bildpräsenz in der IT (unter 5 Prozent) und in der Technik (15 Prozent). Unterdurchschnittlich ist der Frauenanteil auch in der Forschung. Eurostat-Zahlen aus dem Jahr 2020 zeigen, dass es auf europäischer Ebene im Schnitt 41 Prozent Wissenschaftler:innen und Ingenieur:innen gibt. Österreich liegt mit einem Anteil von 46 Prozent zwar über dem Durchschnitt, allerdings gibt es große Unterschiede zwischen den Forschungsbereichen: Die Bio-Wissenschaften erreichen mit zwei Drittel Frauen den höchsten Frauenanteil, in der Mathematik liegt der Anteil bei einem Drittel und in der IT mit 15 Prozent am schlechtesten.¹³ In den Tageszeitungen sind Forscherinnen in all diesen Bereichen gemessen am realen Anteil im Forschungsfeld meist klar unterrepräsentiert. Selbst wenn an und für sich viele Frauen in einer Branche beschäftigt sind oder dort ein Studium absolvieren, ist für die mediale Sichtbarkeit

¹³ <https://www.femtech.at/news/frauenanteil-wissenschaft-und-technik-österreich-und-der-eu>

ausschlaggebend, ob diese Frauen eine Organisation nach außen hin auch sichtbar vertreten oder Führungspositionen einnehmen.

a) „Das schöne Geschlecht“ – Stereotype halten sich

Obwohl in der Medienanalyse ein Aufwärtstrend hin zu mehr Sichtbarkeit von Frauen in manchen zentralen Bereichen zu beobachten ist, werden bild- und berichtsintensive Bereiche wie Sport, (internationale) Politik und Wirtschaft klar von Männern dominiert. Durch diese Konstellation werden Stereotype immer wieder bestärkt und einzementiert: Männer managen, herrschen, gestalten, führen und sind stark. Frauen holen zwar auch in einigen dieser Männerdomänen auf, aber es sind eben immer noch Männerdomänen. Es gibt aber auch Fachbereiche, in denen Frauen stärker sichtbar sind als Männer. Das trifft etwa auf den Gesundheits-, Sozial-, Bildungs- und dieses Jahr den Justizbereich zu. Auch der Bereich Arbeitsmarkt, wo sich insbesondere die stete und starke Profilierung der AK-Präsidentin oder Gewerkschafterinnen niederschlägt. Abseits dieser (eher stereotyp weiblichen) Themen fehlen weitere Fachbereiche, die vorwiegend von Frauen repräsentiert werden.

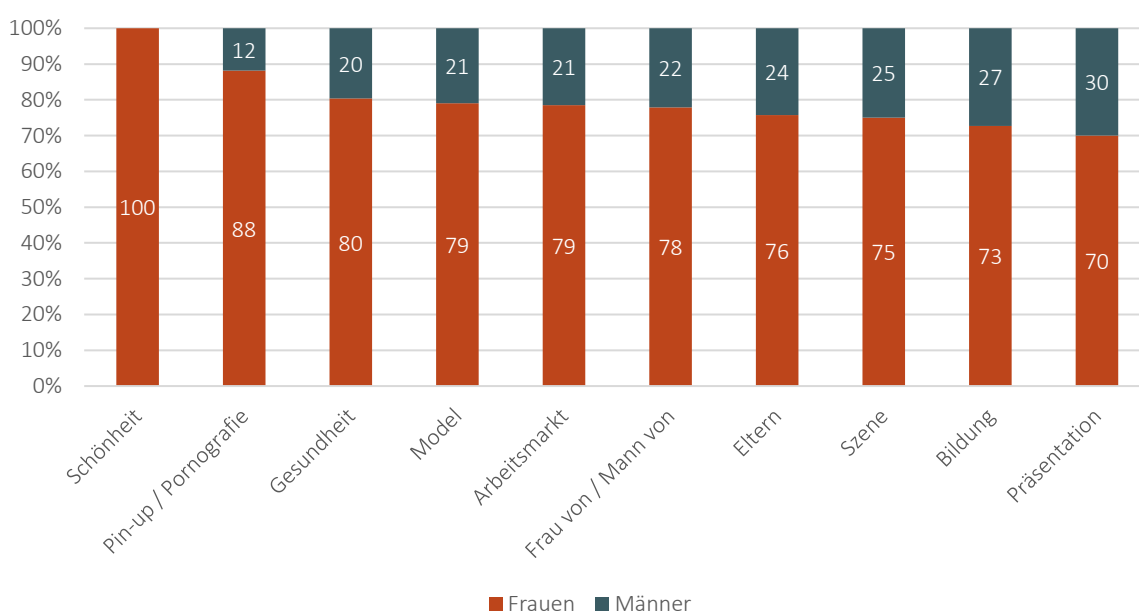


Abbildung 19: Kategorien mit tendenziell hohen Frauenanteilen

Frauenbilder überwiegen medial bei Präsentationsfotos, Schönheit, Mode und – stärker als in den letzten Jahren – auch wieder in der Mutterrolle. Auch Frauen, die in ihrer Rolle als Begleiterinnen (prominenter) Männer in den Medien aufscheinen, kommen wieder öfter vor. Eine klare Dominanz des Frauenanteil mit einer Bildpräsenz von über 80 Prozent wird bei Schönheit (über 99 Prozent), Pornografie/Pin-up (etwa 90 Prozent)

und bei Gesundheit (nicht Medizin!) erreicht. Das schafft in Summe eine hochgradig stereotype Inszenierung und ein sehr einseitiges Frauen- und Männerbild. Traditionelle Geschlechterrollen bleiben bestehen oder verfestigen sich weiter, wenn durch Bilder von Frauen diese auf ihr Äußeres reduziert werden. Für eine strukturelle Veränderung und die Abkehr von Stereotypen spielen damit auch Medien eine nicht untergeordnete Rolle.

b) Männerdomänen – wo Frauen noch lange nicht gleichziehen

Wie eingangs dargestellt, erreichen Männer mit im Schnitt 70 Prozent Bildpräsenz insgesamt eine mehr als doppelt so hohe mediale Sichtbarkeit wie Frauen. Dabei dominieren Männer vor allem Bereiche, die als wirtschaftlich bedeutend, einflussreich, finanzstark oder gesellschaftlich besonders angesehen gelten. Ein solch hoher Männeranteil in der Berichterstattung spiegelt häufig die Realität in sehr männlich dominierten Branchen wider – etwa in der Wirtschaft, in der Forschung oder im Banken- und Finanzbereich, wo Frauen in Top Positionen nach wie vor stark unterrepräsentiert sind.

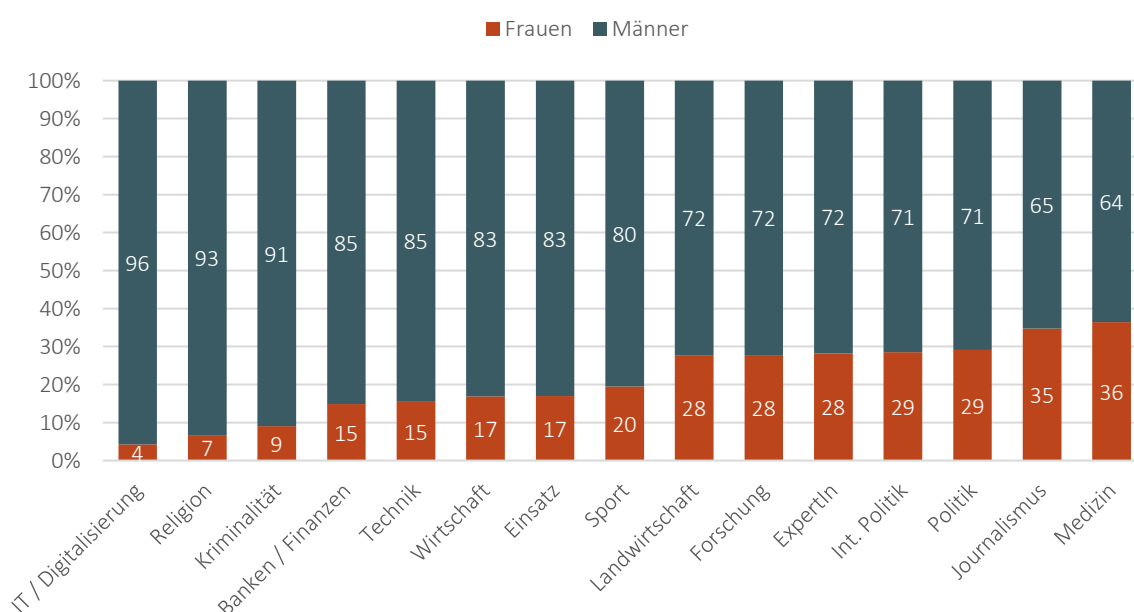


Abbildung 20: Kategorien mit tendenziell niedrigen Frauenanteilen

In all diesen Bereichen finden Frauen – ohne geänderte gesetzliche und strukturelle Rahmenbedingungen – besonders schwierige Rahmenbedingungen für Karrieren und Top-Positionen vor. Das zeigt sich etwa dort, wo erst aufgrund von Quotenregelungen erste messbare Verbesserungen des Frauenanteils realisiert werden konnten und auch künftige Ziele meist mit gesetzlichen Rahmen angestrebt werden, weil die

Vergangenheit nur sehr träge Entwicklungen bestätigt hat. Dazu kommt, dass Frauen solche Bereiche oft bewusst oder unbewusst meiden, weil es sich dabei um Männerdomänen handelt.

6.4 Medienspezifische Unterschiede der Darstellung

Sowohl Quantität als auch Art und Weise der bildlichen Inszenierung wirken auf Bewusstseinsbildung und öffentliche Wahrnehmung. Hier werden die Unterschiede der Inszenierung zwischen den verschiedenen Medien dargestellt.

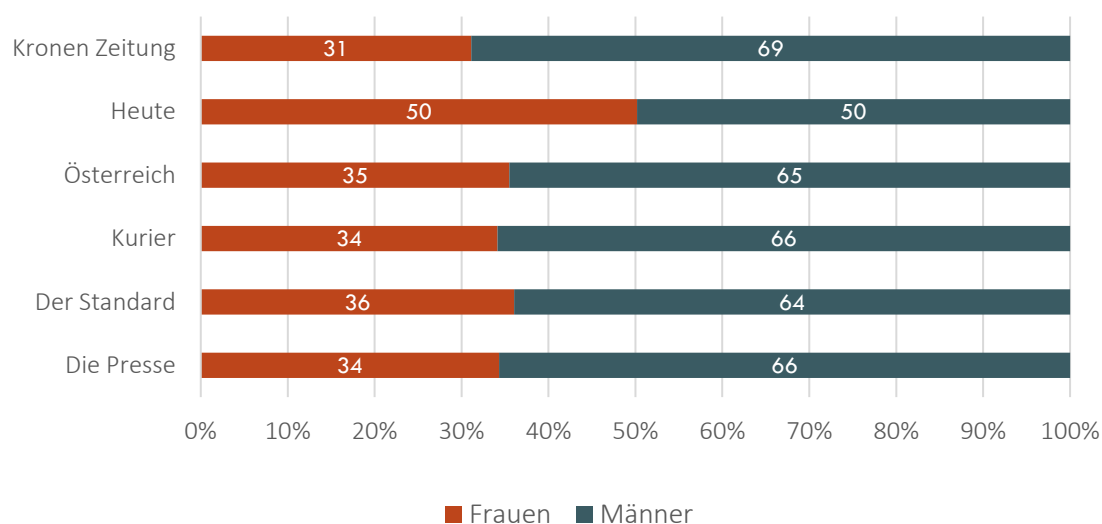


Abbildung 21: Bildpräsenz von Frauen in Boulevardmedien

Im Schnitt liegt der Frauen-Bilder-Anteil wie eingangs erwähnt bei 35 Prozent. Mit Abstand am höchsten ist die Bildpräsenz von Frauen in der Gratiszeitung *Heute*, die als einzige Geschlechterparität bei der Bildpräsenz erreicht. Boulevardmedien neigen viel eher dazu, ihre Artikel mit Bildern zu versehen. Die kontextlose Betrachtung des prozentualen Vorkommens von Frauen auf Bildern allein sagt allerdings noch nichts darüber aus, wie und in welchen Bereichen die abgebildeten Personen inszeniert werden.

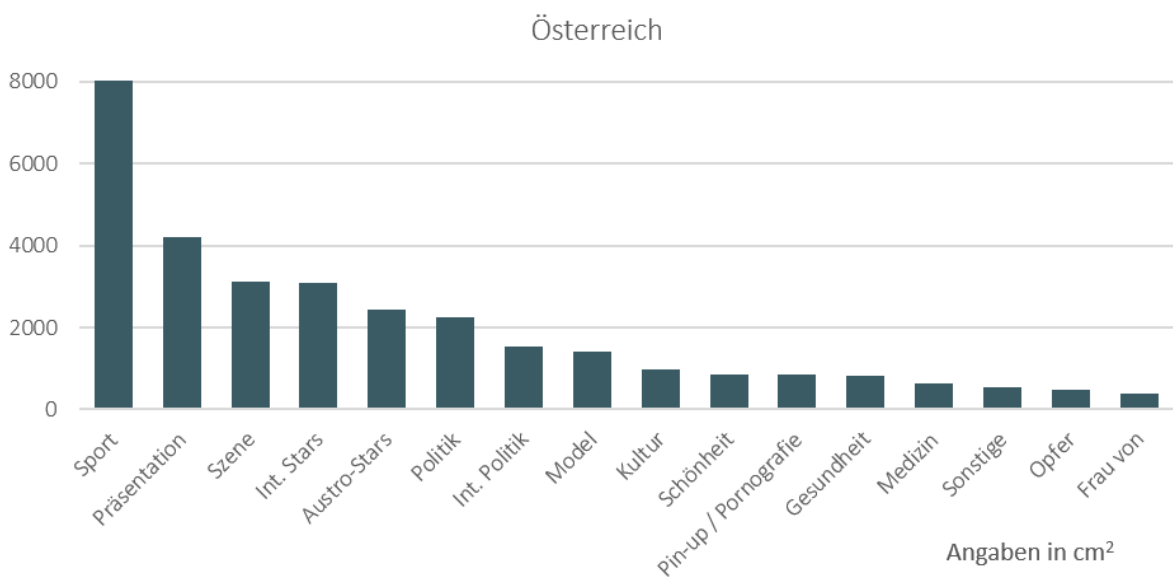
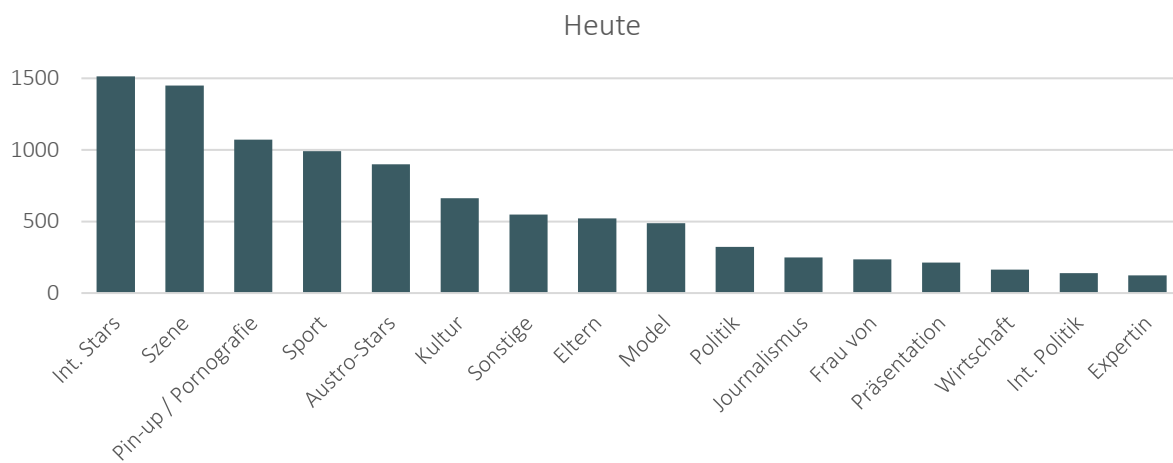
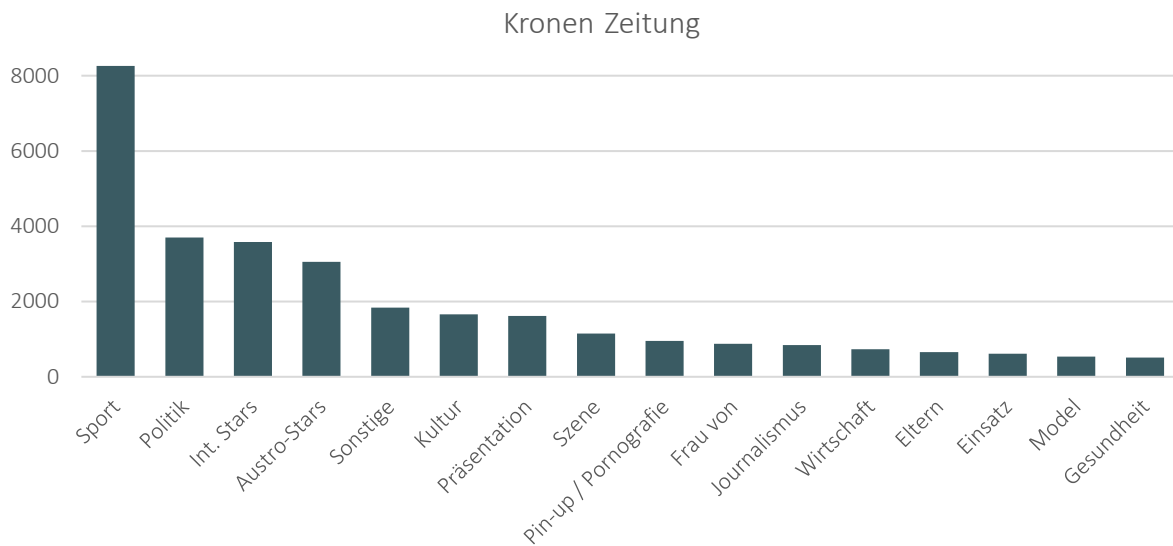


Abbildung 22: Bildpräsenz von Frauen in Boulevardmedien

Frauen werden insbesondere in *Österreich* und *Heute* überdurchschnittlich stark als optischer Aufputz dargestellt, und oftmals erst in Zusammenhang mit Adabei- und Szenenberichterstattung sichtbar. Der starke Fokus auf nationale und internationale Stars und Sternchen verbindet alle Boulevardblätter. Die Kategorie „Präsentation“, in welche beispielsweise Abbildungen von Frauen fallen, die ein Produkt in die Kamera halten, posieren oder ohne Nennung des Namens oder der Funktion als optischer Aufputz oder „Lückenfüller“ Teil der Berichterstattung werden, ist nach wie vor in den Medien relativ stark vertreten; allerdings verliert die Kategorie seit Jahren leicht an Bedeutung. Besonders stark zählt auf die Sichtbarkeit von Frauen im Boulevard die Sportberichterstattung ein. Obwohl Frauen im Vergleich zu Männern mit einem Anteil von einem Fünftel stark unterrepräsentiert sind, ist es doch jene Kategorie, in der Frauen die größte öffentliche Bühne erreichen. Sowohl in der Zeitung *Österreich* als auch in der *Kronen Zeitung* werden Frauen fast doppelt so oft im Sportkontext abgebildet wie in Verbindung mit dem zweitpräsentesten Thema.

Kritisch muss dabei allerdings angemerkt werden, dass Sportlerinnen mitunter von Boulevardmedien auch sexualisiert inszeniert werden. Das war etwa zu beobachten, als die Tageszeitung *Heute* nach dem EM-Sieg des Frauenfußballnationalteams aus England ein Bild für die Titelseite wählte, auf dem das Gesicht der Torschützin nicht zu sehen war. Im Fokus war stattdessen ihr Dekolleté im Sport-BH, wie das Moment-Magazin dokumentiert hat.¹⁴ Bei Fachthemen, die in Boulevardmedien tendenziell weniger Platz einnehmen, erreichen Frauen eine vergleichsweise geringe Präsenz. Die großen Ausnahmen sind Politik und Kultur, wo die *Kronen Zeitung* Frauen deutlich stärker abbildet als *Österreich* oder *Heute*. Die Tatsache, dass pornografische Abbildungen und Nacktbilder von Frauen in jedem der drei Boulevardblätter deutlich mehr Bildpräsenz erreichen als etwa Frauen im Wirtschaftskontext, im Journalismus oder Frauen im Medizinkontext, ist ein nicht unwesentlicher Aspekt, welcher eine durchaus kritische Schlagseite bei der Inszenierung von Frauen verdeutlicht.

¹⁴ <https://www.instagram.com/p/CgtskdDAUeF/>

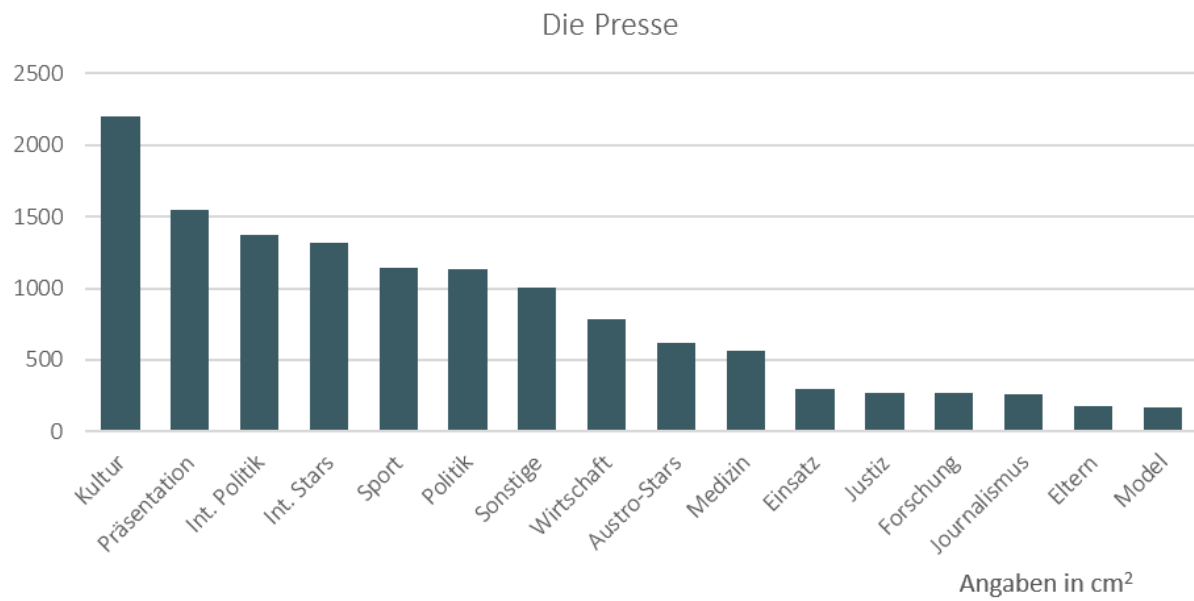
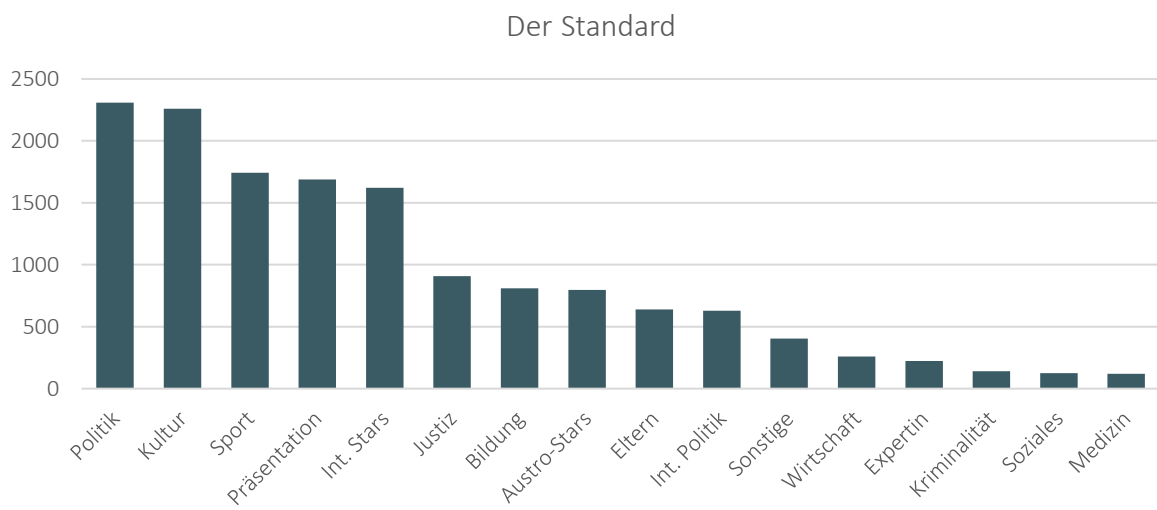
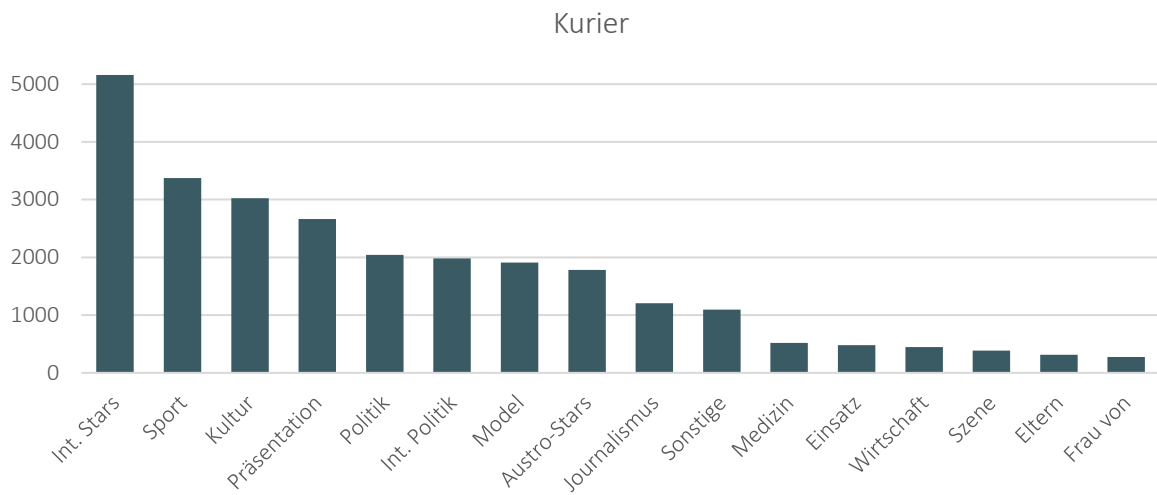


Abbildung 23: Bildpräsenz von Frauen in Qualitätsmedien

Während in Boulevardmedien viele Bilder verwendet werden, bestehen Qualitätszeitungen in der Regel aus längeren Textteilen, Bilder zur Veranschaulichung werden sparsamer und seltener eingesetzt. Unterschiede spiegeln sich aber auch bei der Bildpräsenz von Frauen wider. Der *Standard* zeigt Frauen am stärksten als Politikerinnen aus dem Inland, die *Presse* bringt eher internationale Politikerinnen. Neben der Politik ist es vor allem die Kultur, wo Frauen in diesen Medien bildlich gezeigt werden. Deutlich präsenter sind hier auch Frauen aus der Justiz und der Wirtschaft. Aber auch die Qualitätsblätter setzen besonders stark auf reine Präsentationsbilder, in denen Frauen gezeigt werden – in allen drei Medien unter den Top 5 und damit klar vor Wirtschaft, Justiz, Forschung oder allgemeinen Expert:innen. Die Funktion der Frau als kontextloser Lückenfüller und Aufputz ist also auch hier zu finden. Anders als im Boulevard findet sich die Sexualisierung von Frauen viel seltener, auch Abbildungen als Model oder Themen wie Schönheit und Gesundheit spielen eine weniger große Rolle. Dadurch ergibt sich ein etwas weniger klischeehaftes Bild als im Boulevard. Nichtsdestotrotz bleiben Frauen durch die „Brille der Medien“ vergleichsweise unsichtbar, und es gibt zweifelsohne eine stereotype Schlagseite in der Inszenierung. Der Platz für fachspezifische, öffentliche und starke Bildpräsenz bleibt also auch 2022 primär für Männern reserviert.

ABSCHNITT III

FOKUSTHEMA

FRAUEN & GELD

„Ich habe gelernt, dass der Weg des Fortschritts
weder kurz noch unbeschwerlich ist.“

Marie Curie
Zweifache Nobelpreisträgerin

7 FRAUEN UND GELD

7.1 Über Geld spricht frau nicht!

„Geld interessiert mich nicht! Das sagen Frauen sehr häufig. Und deshalb haben sie so oft keins“, meint Helma Sick, Finanzberaterin und Autorin eines Finanzratgebers für Frauen. Tatsache sei, viele Frauen befassten sich nicht gerne und ausführlich mit ihren Finanzen. Angeführte Gründe sind vielfältig: weil sie sich zu wenig auskennen, weil es ihnen an Interesse mangelt, weil der Mann diese Aufgaben übernimmt, weil Geld für manche Frauen ein negatives, tabuisiertes Thema ist. Auch weil manchen Frauen Geld betont „nicht so wichtig“ ist, weil manche finanzielle Abhängigkeit als romantisch empfinden, weil es sich mit dem geringen Einkommen erst gar nicht auszahlt, sich mit Anlage und Vorsorge zu beschäftigen, oder weil viele Frauen die intensive Auseinandersetzung mit den eigenen Finanzen und privater Vorsorge nicht priorisieren. Diese gehemmte Beziehung zu Geld und Vorsorge teilen auch intelligente, beruflich erfolgreiche Frauen. Zwar kümmern sich laut Sick Frauen oft mit großem Selbstverständnis geschickt um das kleinere Haushaltsgeld, die großen Geldflüsse, Investitionen und Aktienmärkte aber waren und sind noch immer eine traditionelle Männerdomäne (vgl. Sick und Schmidt 2015: 145).

Im Vergleich zu Männern ist für Frauen Geld historisch gesehen relatives Neuland, denn Frauen wurden über Jahrhunderte von Finanzgeschäften ausgeschlossen, im Privaten und darüber hinaus. Als Kaiserin Maria Theresia 1771 das Gründungspatent der Wiener Börse erließ, blieb der Zutritt den „Schwachsinnigen, Bankrotteuren, Straffälligen und Frauen“ verwehrt. Laut Deutschem Börsengesetz durften Frauen erst ab 1921 eine Börse überhaupt besuchen (vgl. ebd.: 146). Dazu kommt, dass von diesem Recht viele Frauen ohnehin keinen Gebrauch machen konnten, da sie weder über Freiheiten zur Veranlagung, noch über Geld verfügten. Schließlich reicht die Bevormundung der Frau durch den Mann auch in Österreich weit ins 20. Jahrhundert hinein, davor waren Frauen als Individuen rechtlich gar nicht geschäftsfähig. So war es in Österreich für Frauen beispielsweise erst ab der Reform des Familienrechts in den Jahren 1975-1978 möglich, ohne Erlaubnis des Mannes zu arbeiten.¹⁵ Heute hat sich längst durchgesetzt, dass Frauen einer Erwerbsarbeit nachgehen können und somit über Einkommen

¹⁵ <https://www.wien.gv.at/menschen/frauen/pdf/geschichte-frauenrechte.pdf>

verfügen. Gleichzeitig gibt es immer noch ein enormes Gefälle zwischen Männern und Frauen, was die Vermögens- und Einkommenssituation betrifft.

7.2 Rahmenbedingungen stabilisieren finanzielle Benachteiligung

a) Der Gender Pay Gap – eine Lücke, die Frauen unmöglich gefahren kann

Seit neun Jahren beobachtet MediaAffairs regelmäßig die Entwicklung frauenpolitischer Themen im öffentlichen Diskurs. Was von Anfang an ins Auge sticht: Die finanzielle Situation der Frauen spielt dabei eine enorm untergeordnete Rolle – insbesondere in der parteipolitischen Debatte. Im politischen Diskurs dominieren oft polarisierende Nischenthemen, aber Einkommen, Geld und Veranlagung, finanzielle Unabhängigkeit oder faire Entlohnung für Frauen bleiben Randthemen. Eine Ausnahme stellt mittlerweile der medial sehr viel stärker zelebrierte Equal Pay Day dar, wo auf eben diese Ungleichheit hingewiesen wird. Die geringe Auseinandersetzung mit dem Thema ist durchaus bemerkenswert, da der aktuelle Status quo der finanziellen Einkommenssituation von Frauen in Österreich im Jahr 2022 für die betroffenen Frauen – und damit für mehr als die Hälfte der Bevölkerung – beunruhigend sein müsste.



Abbildung 24: Gender Pay Gap im europäischen Vergleich (Quelle: Eurostat 2020¹⁶)

¹⁶ https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/6/69/Gender_pay_gap_data2020-01.jpeg

Österreich rangiert, wenn es um den Einkommensunterschied zwischen Männern und Frauen geht, im Vergleich zu den meisten anderen EU-Ländern besonders weit hinten. Im EU-Schnitt (EU-27) liegt der Einkommensunterschied laut Eurostat 2020 bei 13 Prozent, in Luxemburg ist dieser mit 0,7 Prozent am geringsten. Österreich liegt mit einem Wert von 18,9 Prozent weit abgeschlagen im hinteren Feld. Nur Estland und Lettland schneiden noch schlechter ab. Zwar schließt sich die Einkommensschere auch in Österreich seit Jahren, jedoch langsam. So lag der Gender Pay Gap im Jahr 2010 (basierend auf den durchschnittlichen Bruttostundenverdiensten) in Österreich noch bei 24 Prozent, während er EU-weit bei knapp 16 Prozent lag.

Laut einer Analyse der Statistik Austria vom März 2021¹⁷ auf Basis der Daten zum Gender Pay Gap aus 2018 wird ersichtlich, dass nur ein Drittel des gesamten Gender Pay Gap aufgrund von Merkmalen wie Branche, Beruf, Alter, Dauer der Unternehmenszugehörigkeit und Arbeitszeitausmaß erklärt werden kann. Es spielen diese wesentlichen Rahmenbedingungen also durchaus eine Rolle, allerdings ist der überwiegende Teil (zwei Drittel des gesamten Gender Pay Gap) statistisch nicht durch solche Rahmenbedingungen erklärbar. So bleibt ein struktureller, geschlechtsspezifischer Unterschied, der dazu führt, dass Frauen letztlich trotz gleicher oder gleichwertiger Arbeit deutlich weniger verdienen als Männer. Tatsache ist, dass sich dieser Gender Pay Gap im Lauf eines Frauenlebens zu einem enormen finanziellen Nachteil summiert. Neben der Tatsache, dass Frauen oftmals weniger für ihre Arbeit bezahlt bekommen, gibt es weitere strukturelle, traditionell gewachsene Rahmenbedingungen, die sich zusätzlich ungünstig auf Frauen und deren Einkommenssituation auswirken.

b) Hohe Teilzeitquote und unbezahlte Care-Arbeit

Erwerbstätigkeit ist zentrale Basis für die finanzielle Unabhängigkeit von Frauen. Die Erwerbsbeteiligung von Frauen hat sich in Österreich in den letzten Jahren deutlich erhöht. Im Jahr 2021 nahmen 91,0 Prozent der Männer und 67,2 Prozent der Frauen zwischen 15 und 64 mit betreuungspflichtigen Kindern aktiv am Arbeitsmarkt teil. Diese Differenz in den Erwerbstätigenquoten von Frauen und Männern mit Kindern (23,8 Prozentpunkte) hat sich in den letzten Jahrzehnten markant verkleinert: 1994 betrug der Unterschied noch 42,1 Prozentpunkte.

¹⁷ <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/agenda/frauen-und-gleichstellung/gleichstellung-am-arbeitsmarkt/einkommen-und-der-gender-pay-gap.html>

Frauen gehen heute also deutlich öfter einem bezahlten Job nach. Dieser starke Zuwachs ist jedoch überwiegend auf einen enormen Anstieg der Teilzeitarbeit und geringfügigen Beschäftigungen zurückzuführen. So stieg zwischen 1994 und 2021 die Teilzeitquote bei Frauen mit Kindern von 39,1 Prozent auf 72,3 Prozent enorm stark an (vgl. Statistik Austria 2022). Es wird seitens der Regierungen der letzten Jahre regelmäßig betont, dass ihnen die Wahlfreiheit zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf für Frauen besonders wichtig ist. Gleichzeitig wird in dieser Debatte meist vernachlässigt, dass Kinderbetreuung, Kindererziehung und unbezahlte Care-Arbeit Frauen wie Männer gleichermaßen betreffen könnte, in der Praxis aber überwiegend an den Frauen hängenbleibt. Während Männer 63 Prozent ihrer wöchentlichen Arbeitszeit in bezahlter Arbeit verbringen und 37 Prozent in nicht bezahlter Arbeit (Haushalt, Kinderbetreuung, Pflege, Freiwilligenarbeit), gestaltet sich die Arbeitszeitaufteilung bei Frauen genau umgekehrt (vgl. Disslbacher und Schnetzer 2019). Bei Frauen wirken sich die hohe Teilzeitquote und der große Anteil unbezahlter Arbeit langfristig und nachhaltig negativ auf deren Finanzsituation aus. Für Frauen sind die Gründe für Teilzeitarbeit meist die Kinderbetreuung und die Pflege von Angehörigen.

Aktuelle Untersuchungen zur Arbeitszufriedenheit zeigen: Auch Männer wünschen sich aktuell mehr als noch vor einigen Jahren, in Teilzeit zu arbeiten. Die Form der Erwerbstätigkeit hängt bei Männern aber viel weniger stark von ihren Kindern ab. Männer wählen primär aus anderen Gründen Teilzeitjobs – etwa aufgrund der persönlichen Work-Life-Balance oder wegen beruflicher Fortbildung.¹⁸ Kinderbetreuung wird in Österreich also immer noch in der Hauptverantwortung der Mütter gesehen, nicht der Eltern, wo auch Väter stärker eingebunden wären. Die Zahlen zur Väterkarenz in Österreich bringen die Schiefelage sehr gut auf den Punkt: In Österreich gibt es für Männer seit über 30 Jahren die Möglichkeit, in Väterkarenz zu gehen. Das Wiedereinstiegsmonitoring der L&R-Sozialforschung in Zusammenarbeit mit der AK Wien zeigt, dass tradierte Rollenbilder trotz dieser Möglichkeit nur sehr langsam aufbrechen (vgl. Riesenfelder und Danzer 2021: 5). Bei acht von zehn Paaren geht der Mann gar nicht in Karenz, nur zwei Prozent der Väter in Partnerschaften unterbrechen die Erwerbstätigkeit für drei bis sechs Monate, lediglich ein Prozent für mehr als sechs Monate (vgl. ebd.: 17).

¹⁸ <https://www.derstandard.at/story/2000132202692/warum-so-viele-frauen-in-oesterreich-teilzeit-arbeiten>

c) Prekäre Jobs und die Wertigkeit der Arbeitsleistung der Frau

Das Einkommen und die Bezahlung einer Tätigkeit werden auch durch (gesellschaftliche) Wertigkeit und Wertschätzung beeinflusst. Die Arbeit von Frauen wird im Vergleich zur jener von Männern ausgeführten oft geringgeschätzt. Das zeigt sich in besonders niedrigeren Einkommen in typischen Frauendomänen und prekären Arbeitsverhältnissen. EU-weit finden sich Frauen mehr als doppelt so häufig wie Männer in atypischen Beschäftigungsverhältnissen. Als atypische Beschäftigung gelten Teilzeit- oder geringfügige Beschäftigungen oder auch Leiharbeit (vgl. Seils und Baumann 2019: 4). Zahlen aus Österreich zeigen, dass sich Frauen 2018 mit 21,7 Prozent deutlich häufiger zu den Niedriglohnbeschäftigten¹⁹ zählen müssen als Männer mit 9,7 Prozent (vgl. Wegscheider-Pichler et al. 2020: S. 57). Ausgerechnet in vielen systemrelevanten Berufsgruppen macht sich die finanzielle Schlechterstellung der Arbeitsleistung von Frauen besonders klar bemerkbar. Der Arbeitsklimaindex der Arbeiterkammer zeigt, dass der Frauenanteil in systemrelevanten Berufsgruppen klar überwiegt. In den elf als systemkritisch eingestuften Berufsfeldern ist der Verdienst in den fünf Gruppen mit dem höchsten Frauenanteil am geringsten. Bezugnehmend auf die Devaluations- these ist das kein Zufall. Diese geht davon aus, „dass Frauen und ihre Arbeit einen geringeren gesellschaftlichen Status innehaben als Männerberufe, was sich auch auf die ökonomische Bewertung der von ihnen ausgeübten Berufe überträgt“ (Schönherr und Zandonella 2020: 9). Schlechtbezahlte und nichtbezahlte Arbeit in Kombination mit fehlenden Erwerbs- und Versicherungsjahren sowie Teilzeitbeschäftigung ergeben einen nachteiligen Cocktail für Frauen, der nachhaltig seine negative Wirkung entfaltet.

7.3 Geld, das fehlt

Geld zu besitzen und darüber frei zu verfügen, bedeutet Macht, Gestaltungsraum, Unabhängigkeit. Fehlende finanzielle Unabhängigkeit steht am Anfang vieler weiterer Probleme:

¹⁹ Niedriglohngrenze: 2018 10,06 €, 2014 9,24 €, 2010 8,52 €, 2006 7,65 € brutto pro Stunde; ohne Mehr- und Überstunden (Quelle: Wegscheider-Pichler et al. 2020: S. 57)

a) Beim Taschengeld fängt es an

Beim Geld werden schon sehr bald – bewusst oder unbewusst – Geschlechterunterschiede gemacht. Internationale und nationale Untersuchungen belegen seit Jahren, dass neben dem bekannten Gender Pay Gap auch ein Pocket Money Gap existiert, der zeigt, dass Mädchen schlechter gestellt sind. Eine Untersuchung der BAWAG Group aus dem Jahr 2020²⁰ mit über tausend Eltern zeigt, dass sich bei der Taschengeldhöhe eine stattliche Kluft zwischen Mädchen und Burschen in Österreich auftut. 85 Prozent der Kinder erhalten Taschengeld, aber Buben bekommen mit monatlich 41 Euro um 20 Prozent mehr als Mädchen, die im Schnitt nur 34 Euro erhalten. Eine Befragung der Starling Bank (UK)²¹ von über 4.000 Eltern geht noch weiter und zeigt zudem Hintergründe auf. Auch im Vereinigten Königreich erhalten Mädchen im Jahr 2022 noch 20 Prozent weniger Taschengeld. Die Studie bestätigt, dass Buben eher als Mädchen jene Summe erhalten, die sie einfordern, und dass sie außerdem eher für eine gute Schulleistung mit höherem Taschengeld belohnt werden. Mädchen dagegen erhalten eher zusätzliches Taschengeld, wenn sie Haushaltsarbeiten erledigen und gutes Benehmen an den Tag legen. Taschengeld für Jungen wird außerdem viel eher online aufs eigene Konto überwiesen, und es wird mit Buben auch eher als mit Mädchen über Geld gesprochen. Es sind also sehr stereotype Entwicklungen und Prägungen, die bereits in der frühen Kindheit stattfinden, die immer noch existieren und aufgrund derer sich bereits sehr bald erste Unterschiede hinsichtlich Geld, finanzieller Möglichkeiten und Finanzkompetenz zwischen den Geschlechtern manifestieren.

b) Fehlender Freiraum und finanzielle Abhängigkeit

Der „Hello Financial Future Report /Women“ (vgl. IPSOS 2020) bringt Zahlen zutage, die veranschaulichen, wie weit der Weg für Frauen zur finanziellen Unabhängigkeit und Autonomie in Finanzfragen selbst im Jahr 2022 noch ist. Unter 1.000 befragten Österreicherinnen zwischen 18 und 55 Jahren verfügen 16 Prozent über kein eigenes Konto. Acht von zehn Frauen entscheiden zudem nicht allein, was mit ihrem eigenen Geld passiert, hier mischen der Partner oder männliche Angehörige mit. Frauen geben selbstkritisch an, über weniger ausgeprägtes Finanzwissen zu verfügen, und der Umgang mit Geld, Vermögen und Veranlagung wird immer noch sehr stark von

²⁰ <https://www.bawagpsk.com/linkableblob/-/507518/2c9daa7bcb938e7bde311730cf031b45/20200630-taschengeld-studie-data.pdf>

²¹ <https://www.starlingbank.com/news/gender-pay-gap-starts-early/>

traditionellen Rollenbildern geprägt. Aufschlussreich sind auch die Aspekte, die als Beweggründe für die Zurückhaltung vieler Frauen bei Finanzfragen genannt werden. Ein großer Teil davon beruht nämlich auf Stereotypen, Klischees und Traditionen. An der Spitze der am häufigsten genannten Gründe sind traditionelle Rollenbilder in der Familie (36 Prozent), wo Frauen sich beim Finanzwissen auf Männer verlassen, gefolgt von mangelndem Interesse an der Thematik (32 Prozent), aber auch das Desinteresse an Zahlen und wirtschaftlichen Zusammenhängen allgemein (30 Prozent). Sehr häufig werden außerdem fehlende Schwerpunkte in der Schule (20), keine Zeit (17), wenige Vorbilder (15) genannt. Der Aussage „Finanzwelt ist eine Männerwelt“ stimmen 12 Prozent der Befragten zu und beschäftigen sich deshalb nicht mit der Thematik. Ein Zehntel der Frauen sieht zudem gar keine Notwendigkeit, sich mit der Materie auseinanderzusetzen, ebenso vielen fehlen andererseits auf Frauen zugeschnittene Angebote (vgl. IPSOS 2020).

Diese Ergebnisse zeigen, dass es noch sehr viele Bereiche gibt, wo angesetzt werden muss, um bei Frauen ein stärkeres Bewusstsein für die Auseinandersetzung mit der eigenen finanziellen Situation zu fördern und einen Diskurs dazu zu ermöglichen.

c) Über die Jahre gewachsen: (Alters-)Armut

Aus oben genannten und weiteren Faktoren entsteht für viele Frauen über die Jahrzehnte ein großes Einkommens- und Vermögensgefälle, das sich letztlich auch in einem großen Gap bei den Pensionen niederschlägt. Der Verein Damensache zeigt die aus Frauensicht negativen Entwicklungen und Auswirkungen schematisch anhand eines exemplarischen, aber nicht untypischen Einkommensverlaufes einer Frau auf. Ausgehend von gleichem Leistungs- und Ausbildungsniveau (mittlerweile bringen bereits mehr Frauen höhere Bildungsabschlüsse mit) können Frauen und Männer nach Berufsantritt in der Regel Jahr für Jahr ihr Einkommen erhöhen. Für Frauen gibt es allerdings meist einen signifikanten Einschnitt ab dem Zeitpunkt der Geburt eines Kindes, von dem sie sich finanziell lange nicht mehr erholen, weil sie sich damit oft über Jahre ganz oder überwiegend vom Arbeitsmarkt zurückziehen (müssen). Neben der unentgeltlichen Care-Arbeit, die Frauen dann häufiger zulasten ihrer eigenen Erwerbstätigkeit übernehmen, kommt als zusätzliches Risiko eine hohe Scheidungsquote. Das finanzielle Polster der Frauen ist bis dahin oftmals über Jahre hinweg nicht genug

angewachsen, um finanziell unabhängig sein zu können oder die letzten Lebensphase finanziell gut aufgestellt zu verbringen.

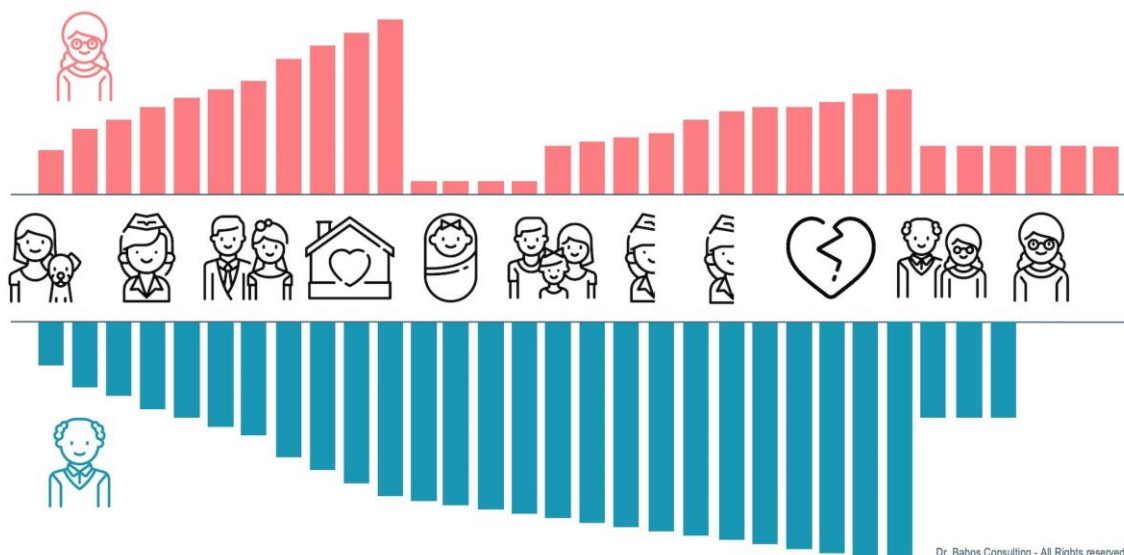


Abbildung 25: Exemplarische Entwicklung der Einkommenssituation vieler Frauen (Quelle: www.damensache.at)

Es sind wie oben erwähnt zumeist soziale Faktoren und Rollenerwartungen, die Frauen in bestimmte Rollen drängen und in dieser Konstellation finanziell letztlich sehr viel stärker betroffen machen als Männer. Bemerkbar macht sich das auch bei der Pensionshöhe und einem enormen Gender Pension Gap. Denn die Höhe der Pensionszahlung ist abhängig von der Versicherungsdauer und von der Höhe des Erwerbseinkommens. Bei Frauen führen Kindererziehung und andere unbezahlte Care-Arbeiten dazu, dass die Versicherungsdauer oft beträchtlich kürzer ist. Die Pension von Männern beträgt in Österreich durchschnittlich 2.103 Euro brutto, für Frauen 1.239 Euro brutto. Der daraus resultierende Gender Pension Gap beläuft sich im Jahr 2022 auf 41,06 Prozent (2021: 41,58 Prozent). Die Unterschiede bei der Pensionshöhe korrelieren mit der Höhe der Erwerbseinkommen zwischen Männern und Frauen, und es zeigen sich große Unterschiede zwischen den einzelnen Bundesländern²².

d) Frauen als vulnerable Gruppe in Krisenzeiten

Weil Frauen weniger verdienen, weniger Geld zum Veranlagen haben und finanziell insgesamt meist sehr viel schlechter gestellt sind, treffen sie wirtschaftliche Krisen und die aktuelle Teuerung stärker und sind für sie tendenziell existenzgefährdender. Das

²² <https://www.staedtebund.gv.at/themen/frauen/equal-pension-day/>

trifft besonders auf alleinstehende ältere Frauen, Alleinerzieherinnen und Frauen mit geringem Einkommen zu. Für Alleinerzieherinnen verdreifacht sich das Armutsrisiko. Bereits die Corona-Pandemie brachte negative Folgen für viele Frauen mit sich. Entsprechend wirken sich die Folgen auch auf die Einschätzung der eigenen finanziellen Situation aus. Frauen geben jedoch mit 29 Prozent häufiger als Männer (25 Prozent) an, dass sie seit der Pandemie mehr finanzielle Sorgen haben (vgl. Bankenverband 2022: 3). Frauen sind statistisch öfter und stärker von Armut betroffen als Männer – insbesondere im Alter. Und die Frauenarmut steigt aktuell²³. Im November 2022 liegt die Inflationsrate in Österreich bei 10,9 Prozent – einem historisch hohen Wert seit Jahrzehnten. Die Auswirkungen der aktuellen Teuerung sind noch nicht endgültig abzusehen. Aber auch hier zeichnet sich bereits ab, dass Frauen stärker betroffen sind und nachhaltig stärker betroffen sein werden, weil ihre finanzielle Ausgangslage eine schlechtere ist. Gerade in Krisenzeiten verstärken sich diese Effekte noch.

7.4 Vermögen, das ungleich verteilt ist

Wer wie viel vom Kuchen besitzt, ist aber nicht nur eine Frage des Einkommens. Hier spielt das Vermögen eine zentrale Rolle, der Mix aus Sachvermögen und Geldvermögen. Als Indikator gilt der bekannte Gini-Koeffizient, welcher aufzeigt, dass es tiefe Gräben in der Vermögensverteilung gibt und dass diese seit den 1980er Jahren kontinuierlich breiter werden. Im Euro-Raum befindet sich die Hälfte des Vermögens in den Händen der reichsten 10 Prozent. Ein Haushalt genau in der Mitte besitzt zirka 100.000 Euro. Der Haushalt an der Grenze zu den untersten 10 Prozent hat nur 1.000 Euro, während der Haushalt an der Grenze zu den obersten 10 Prozent etwa 500.000 Euro besitzt (vgl. AK Wien 2020: 8f).

Der Gender Wealth Gap fokussiert auf die Vermögenslücke zwischen Männern und Frauen. Männer besitzen in Österreich 2017 im Durchschnitt ein Nettovermögen von 165.000 Euro, Frauen von 127.000 Euro, damit besitzen Frauen um 23 Prozent weniger Nettovermögen. Diese Kluft bedeutet für Frauen weniger Macht und weniger Gestaltungsraum. Die Daten des Forschungsinstitutes „Economics of Inequality“ der Wirtschaftsuniversität Wien zeigen, dass die Vermögensschere vor allem dort groß ist, wo viel Vermögen liegt. Und das ist beim Top-1-Prozent der Vermögendsten – das reichste

²³ <https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/einkommen-und-soziale-lage/armut>

Prozent der Paarhaushalte besitzt in Österreich 28 Prozent des Gesamtvermögens. Dabei gehen die Forscher:innen davon aus, dass der Gap in Wirklichkeit noch größer ist, weil die Vermögensverhältnisse des obersten Prozents tendenziell deutlich unterschätzt werden. Die Untersuchung zeigt, dass am oberen Rand der Verteilung aber auch der Gender Gap viel größer ist als am unteren Rand, wo es kaum Geschlechterunterschiede gibt: Nur ein Viertel des Vermögens des obersten Prozents ist im Besitz von Frauen, drei Viertel sind im Besitz von Männern. Die Forscher:innen orten in diesem massiven Gap, der zu einem großen Teil auch über Unternehmenseigentum zustande kommt, in weiterer Folge ein Machtgefälle, weil durch dieses Vermögen auch wirtschaftliche und politische Macht generiert werden kann. Quer durch alle Vermögensschichten ergibt sich aus der Untersuchung ein interessantes Detail: Auch bei Vollbeschäftigung besitzen Frauen um 43 Prozent weniger Vermögen als Männer. Vollzeitbeschäftigung verringert zwar den Einkommens-Gap, schützt aber nicht vor der Vermögenslücke (vgl. Schneebaum et al. 2017).

7.5 Auseinandersetzung mit Vermögen – Anlage – Vorsorge

Einkommen und Vermögen ist die Voraussetzung für jedes Investment, für Veranlagung und Vorsorge. Die Ausgangssituation für Frauen ist hier aus oben genannten Gründen meist schlechter. Bezugnehmend auf das oben dargestellte Modell des Vereins Damensache über die exemplarische Einkommensentwicklung und die Einkommenslücken einer Frau im Lebensverlauf gibt es verschiedene Ebenen, auf denen angesetzt werden kann, um den für Frauen nachteiligen Entwicklungen entgegenzuwirken. Entscheidende Hebel sind oft Rahmenbedingungen, die politisches Eingreifen erfordern und nicht auf individueller Ebene gelöst werden können. Das anzumerken ist wichtig, da die Ursachenforschung lediglich auf individueller Ebene oft zu kurz greifen würde. Grundsätzlich sind jedenfalls genug Erwerbsjahre in Vollzeit der wahrscheinlich größte Hebel, auch wenn selbst dann noch ein negativer Gap beim Einkommen für Frauen bleibt. Zentral ist aber auf individueller Ebene auch die Auseinandersetzung mit Veranlagung und der eigenen finanziellen Situation. Erst wenn das Bewusstsein für die finanziellen Risiken und Chancen vorhanden ist, kann eher gegengesteuert werden und gewisse Fallen, die sich besonders stark und nachhaltig auswirken, womöglich eher vermieden werden. Es zeigen zahlreiche (auch oben bereits zitierte) Studien, dass Frauen oft das Interesse, die Zeit oder der Überblick über ihre eigene Finanzlage fehlt,

um entsprechend und früh ausreichend Vorsorge zu treffen. Tradierte Rollenbilder, Vorurteile und Tabus – nicht zuletzt auch die mangelhafte Thematisierung von Geld, Veranlagung und Vorsorge in der Schule oder im öffentlichen Diskurs, erschweren Awareness.

a) Geschlechterunterschiede bei Veranlagung und Vorsorge

20 Prozent der Frauen haben ein monatliches Netto-Einkommen von 1.000 Euro und darunter, leben also am Existenzminimum und können kein Geld zur Seite legen oder investieren. Vier von zehn Frauen bleibt zu wenig zur Geldanlage. Sechs von zehn Frauen können regelmäßig Geld zur Seite legen – 10 Prozent sogar höhere Geldbeträge (vgl. IPSOS 2020). Eine von Raiffeisen in Auftrag gegebene Umfrage aus dem Jahr 2020 unter 2.200 Österreicher:innen zeigt, dass zwei Drittel der Frauen davon ausgeht, dass die staatliche Pension, die sie erhalten werden, nicht reichen wird. Hier sind aktuelle Krisen und Entwicklungen der letzten beiden Jahre also noch nicht berücksichtigt. 44 Prozent der Frauen gaben damals an, dass sie davon ausgehen, monatlich weniger als 1.500 Euro in ihrer Pension zur Verfügung zu haben. 35 (!) Prozent der Frauen können gar nicht erst abschätzen, wie viel Geld sie in der Pension in etwa beziehen werden, was auch auf mangelnde Auseinandersetzung mit der finanziellen Situation rückschließen lässt. Der Befragung zufolge steht einem Viertel der befragten Männer monatlich mehr als 200 Euro für die private Vorsorge zur Verfügung. Auf der anderen Seite haben nur 12 Prozent der Frauen ebenso hohe Beträge zur privaten Vorsorge zur Verfügung. Auf die Frage, weshalb die Möglichkeiten der privaten Vorsorge – trotz Befürchtungen, dass die staatliche Pension nicht reichen wird – nicht stärker genutzt werden, geben fast die Hälfte der Frauen an, dass ihnen dafür das Geld fehlen würde (vgl. Raiffeisen KAG 2020: 5f).

Frauen und Männer haben unterschiedlich viel Geld zur Verfügung – und sie gehen in der Veranlagung und beim Vermögensaufbau unterschiedlich damit um. Frauen setzen wie Männer primär auf Lebensversicherungen und traditionellere Anlageformen wie Bausparen und das Sparbuch. Deutliche Unterschiede ergeben sich bei der Veranlagung in Wertpapiere. Diese Anlageform bejahen 27 Prozent der Männer, aber nur 15 Prozent der Frauen. Egal ob bei Fondssparen, Aktien, Investmentfonds oder auch beim Investieren in Edelmetalle, in all diesen Bereichen veranlagen Männer wesentlich stärker als Frauen. Männer sind hier zudem risikofreudiger. Wenn sie zwischen

größtmöglicher Sicherheit und größtmöglichem Ertrag wählen können, entscheidet sich fast ein Viertel der Männer für den größtmöglichen Ertrag, von den Frauen ist es knapp ein Siebtel (vgl. ebd.: 8ff).

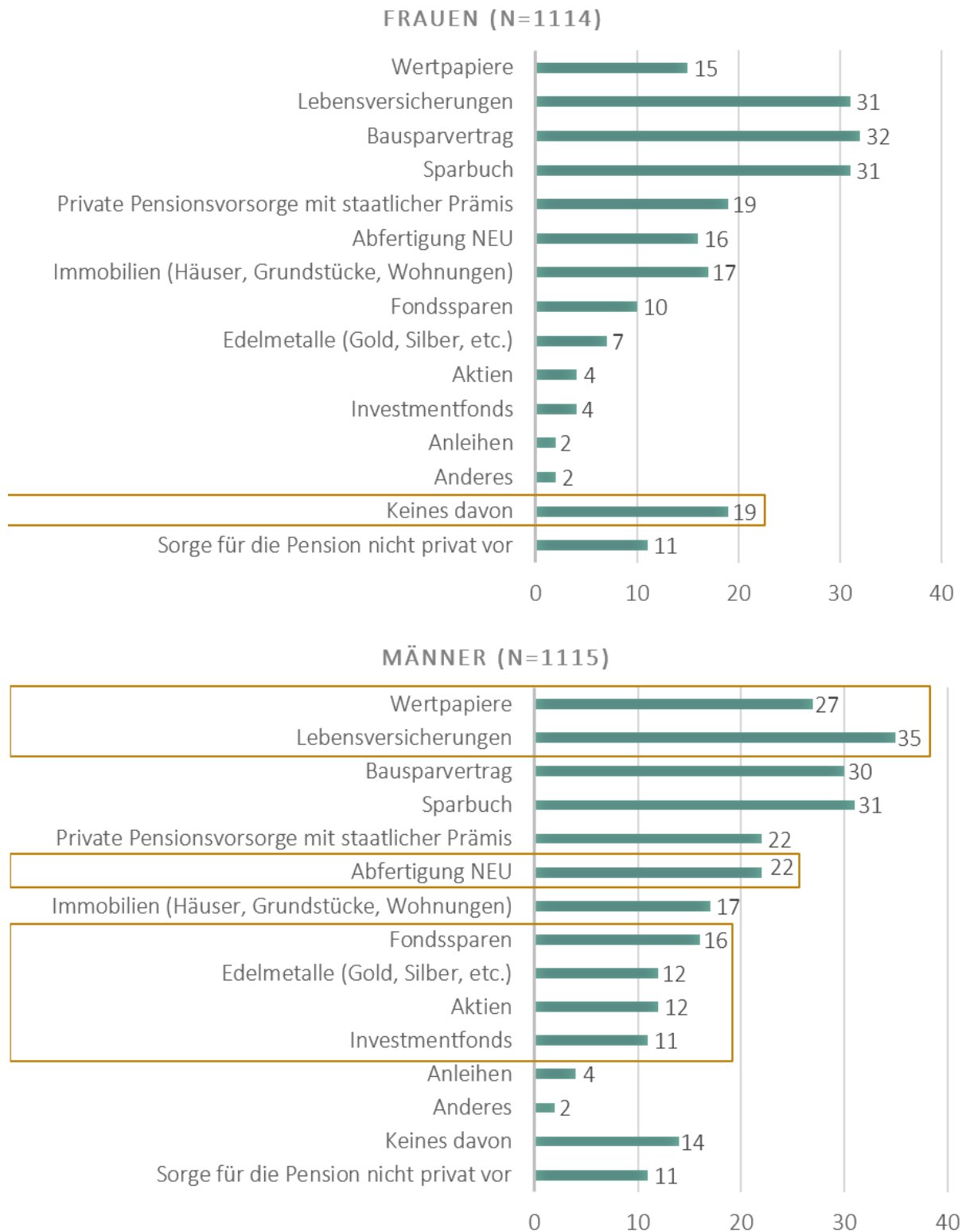


Abbildung 26: Genutzte Vorsorgeprodukte – Frauen vs. Männer (Quelle: Raiffeisen KAG 2020)

b) Wissen und Interesse am Thema als Generationenfrage

Es wurden hier bereits umfassend diverse Gründe und Vorurteile angeführt, die Frauen davon abhalten oder die hemmend sind, sich mit der eigenen finanziellen Situation, Veranlagung und Vorsorge stärker zu beschäftigen. Es gibt viele lang gewachsene Berührungspunkte mit Geld und Finanzen und eine starke Tabuisierung – auch im öffentlichen, medialen Diskurs, wie die vorliegende Studie zeigt. Aber es gibt beim Wissen und Interesse um Finanzfragen deutliche Unterschiede zwischen jüngeren, insbesondere gut gebildeten Frauen und älteren Frauen. Eine Untersuchung des Bankenverbandes zeigt, dass junge Frauen sehr viel selbstbewusster Anlageentscheidungen treffen und auch risikoreichere Anlageformen wählen. Frauen zwischen 19 und 29 Jahren schätzen mit 49 Prozent ihr eigenes Finanzwissen viel häufiger als hoch ein. Bei Frauen über 50 Jahren sind das 42 Prozent. Je höher der Bildungsgrad, umso ausgeprägter ist im Schnitt außerdem auch das Interesse an Finanzthemen und die Überzeugung, dass Finanzwissen insbesondere auch für Frauen essenziell ist. Wichtiges Detail der Untersuchung: Überwiegend bringen sich die Österreicher:innen ihr Finanzwissen selbst bei, die Schule wird als Quelle für Finanzwissen mit gut 10 Prozent nur selten genannt (vgl. Bankenverband 2022).

Dass sich gerade junge Frauen heute stärker mit Geld und finanzieller Unabhängigkeit beschäftigen, liegt womöglich an einer höheren Awareness, einer stärkeren Individualisierung, aber auch an mehr Möglichkeiten. Geld zu haben, schafft Gestaltungsspielraum. Die Wissenslücke, die oft auch nach der Schule bei Finanzthemen bleibt, wird heute zudem nach und nach eher von neuen, zusätzlichen Informationsangeboten gefüllt. Es gibt immer mehr Finanz-Podcasts, mediale Aktionen zur Bewusstseinsbildung zum Equal Pay Day und darüber hinaus. Expertinnen und Influencerinnen, wie beispielsweise „Investorella“ oder „Miss Moneypenny“, versuchen ein bisher existierendes Vakuum zu füllen. Besonders aktiv ist auch der bereits zitierte Verein Damensache. Dieser stellt niederschwellige, kostenlose Online-Tutorials zur Verfügung, in denen Themen wie private Vorsorge, Aktien oder Tipps zu Gehaltsverhandlungen an Frauen kommuniziert werden (www.damensache.at).

7.6 Geld und Finanzen als Thema mit Frauenfokus in Medien

a) Die Rolle der Medien

Medien nehmen im Bereich der Bewusstseinsbildung und Informationsbereitstellung eine zentrale Rolle ein, nicht nur in den klassischen Printprodukten, die hier untersucht wurden. Im Kontext „Frauen und Geld“ alarmieren die bereits dargelegten Ergebnisse der IPSOS-Umfrage im Auftrag der Hello-Bank. Sie bestätigen, dass es nicht nur enorme Finanzlücken, sondern auch stark ausgeprägte tradierte Rollenbilder sind, die Frauen bei Finanzfragen ausbremsen. Gleichzeitig besteht ein großer Wunsch nach zielgruppenorientierteren Angeboten und niederschweligen Informationen. Zudem erwähnt jede zehnte Frau, dass sie sich deshalb wenig mit dem Thema beschäftigt, weil die Rolemodels fehlen (vgl. IPSOS 2020) und die Materie als Männerdomäne gilt. Solche Aussagen adressieren indirekt auch die Medien, die hier verstärkt Frauen im Finanzkontext ansprechen könnten und noch sehr viel stärker im Bereich der Bewusstseinsbildung aktiv werden könnten. Vor allem auch deshalb, weil in der Schule die Finanzbildung zu kurz kommt. Eine diversere Besetzung der Finanzseiten, mehr sichtbare Rolemodels aus der Branche, auf Frauen zugeschnittene Finanzbildungsangebote oder die Thematisierung von gesellschaftspolitischen Rahmenbedingungen können nachhaltige Auswirkungen auf die Bewusstseinsbildung schaffen und Vorurteile verringern.

Je nach Blattlinie und Zielgruppe unterscheidet sich die journalistische Auseinandersetzung in den österreichischen Medien mit Finanz- und Geldthemen markant. Besonders ausführlich und intensiv berichtet traditionell die *Presse*. Auch die *Kronen Zeitung* greift täglich und in wöchentlichen Schwerpunkten Themen aus der Finanzbranche aus. Etwas anders sieht die Medienverteilung auf, wenn es um einschlägige Themen rund um „Frauen und Geld“ geht. Hier liegt der *Standard* mit Abstand weit vor den anderen Medien. Das Thema spielt ganzjährig und inhaltlich breit transportiert die größte Rolle. Der *Standard* legt einen starken Fokus auf die gesellschaftspolitische Perspektive, auf strukturellen Rahmenbedingungen und stereotype Rollenverteilungen, die zu Missständen führen. Es folgt die *Presse*, welche eine sehr starke wirtschaftliche Ausrichtung hat und auch über „Frauen und Geld“ relativ ausführlich berichtet. Die inhaltliche Ausrichtung liegt stärker als im *Standard* auf Anlageempfehlungen, Finanz- und Steuertipps für Frauen. Punktuell erscheinen in *Kurier* und *Kronen Zeitung*

größere Beiträge zum Thema, der *Kurier* mit klarer Schlagseite zur Vermittlung von Finanzwissen für Frauen, die *Kronen Zeitung* akzentuiert stärker den gesellschaftspolitischen Fokus.

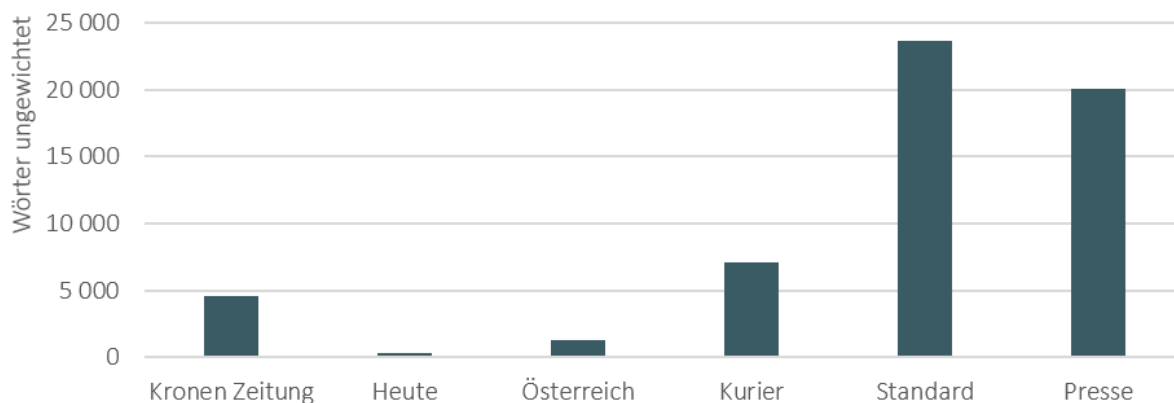


Abbildung 27: Fokus der Medien auf „Frauen und Geld“

Heute und *Österreich* fallen aufgrund des sehr viel geringeren Berichtsvolumens hier zurück, aber auch gemessen an der Anzahl der Artikel, die in den beiden reichweitenstarken Gratismedien erscheinen, liegen beide weit abgeschlagen hinter den anderen untersuchten Medien zurück.

b) Sichtbare und weniger sichtbare Themen

Der Themenkomplex „Frauen und Geld“ ist medial unterrepräsentiert, aber inhaltlich dennoch breit gefächert. Die Medienanalyse veranschaulicht, welche Themen den öffentlichen Diskurs bestimmen und in der Breite der Bevölkerung auch ankommen oder welche aufgrund des geringen Berichtsvolumens unter der Wahrnehmungsschwelle verschwinden.

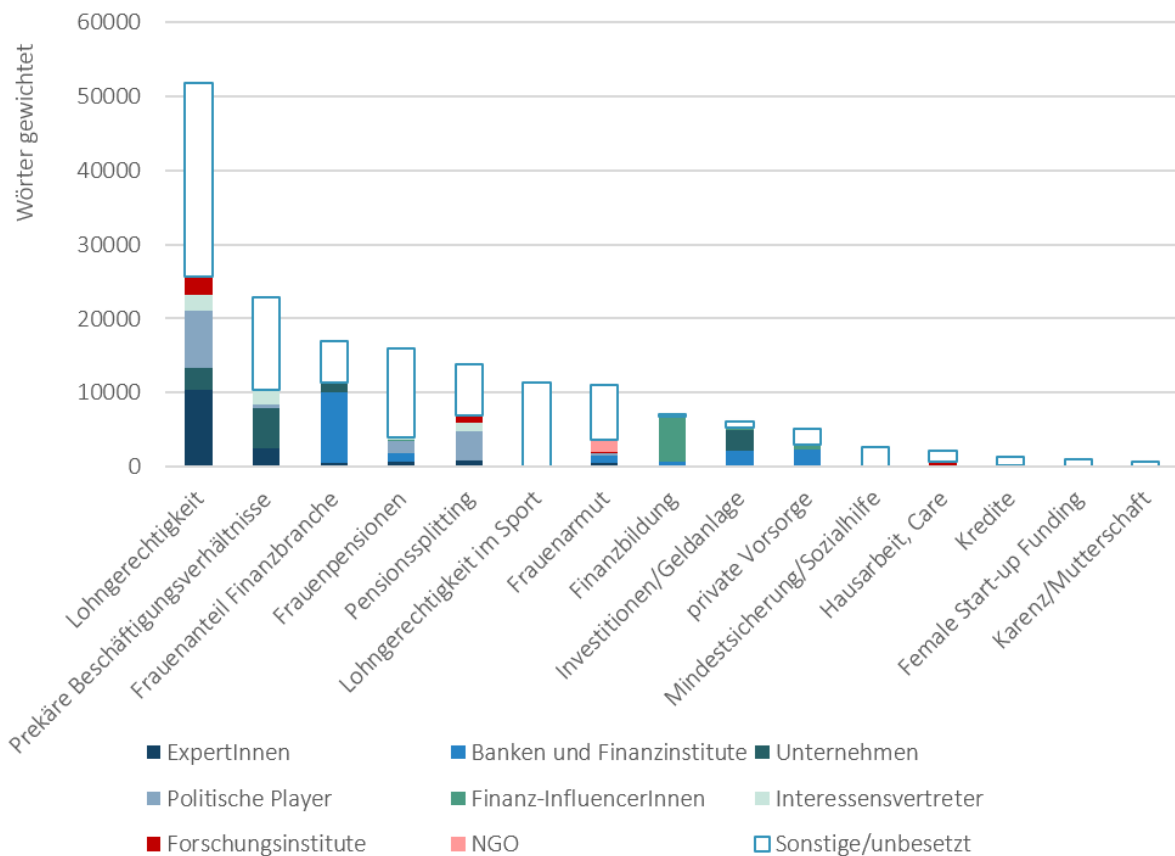


Abbildung 28: Top-15-Themen im Kontext „Frauen und Geld“

Die mit Abstand größte mediale Resonanz erhält die Debatte um Lohngerechtigkeit. Hier sind es vor allem der klassische Equal Pay Day und allgemeine Forderungen nach Gehaltstransparenz und fairer Bezahlung der Arbeit von Frauen. Als eigenes Thema wurde in dieser Untersuchung die Lohngerechtigkeit im Sport erfasst, die angestoßen durch die Frauen-Fußball-EM debattiert wird und wo sich zunehmend Player über verschieden Sportarten hinweg formieren und den teils enormen Einkommensunterschied im Sport kritisieren. Wie eine aktuelle Studie von MediaAffairs bestätigt, erreichen Sportlerinnen medial eine ungleich kleinere Bühne als männliche Athleten, was sich letztlich markant auf Sponsoringverträge und finanzielle Situation der Sportlerinnen auswirkt. Im Sport gilt: Wer medial unsichtbar ist, bleibt für Sponsoring oft unattraktiv (vgl. MediaAffairs 2021: 14).

Die Tatsache, dass öffentlich immer noch sehr wenig über Gehaltstransparenz, über Geld oder Vermögen gesprochen wird, lähmt Entwicklungen. Das trifft auf die gesellschaftspolitische Debatte über Frauen und deren finanzielle Lage besonders zu, denn der öffentliche Diskurs ist immer auch Basis für mögliche Veränderungen. In Medien, noch mehr aber in der Politik, ist der Themenkomplex „Frauen & Geld“ sehr stark an punktuelle Ereignisse gebunden und kein regelmäßig diskutiertes Querschnittsthema.

So bleiben die gleiche, faire Bezahlung für Frauen und bessere Aufteilung der unbezahlten Care-Arbeit (obwohl sich schon einiges verändert hat) eine seit Jahrzehnten bestehende, teils immer noch offene Forderung.

Befeuert durch die Debatte über prekäre Arbeitssituationen in systemrelevanten Berufsgruppen (insbesondere seit der Corona-Pandemie) und dem immer virulenter werdenden Fach- und Arbeitskräftemangel in diesem Bereich, erreicht die Problematik der prekären Arbeit neuerdings relativ viel Medienresonanz. Es ist vor allem eine politische Debatte, in die sich Player wie Gewerkschaften, Interessenvertretungen oder NGOs einbringen, aber auch die Medien eigeninitiiert aktiv werden. Auch das Thema Frauenpensionen und Pensionssplitting, als eine Möglichkeit zur Prävention gegen Altersarmut und den hohen Pension-Gap, spielt in Medien eine relativ große Rolle. Die Pensionsproblematik wird hauptsächlich durch Interessensvertretungen, weniger durch die Politik aufgegriffen.

Frauenarmut liegt im Spitzenfeld jener Themen mit höherer Medienresonanz. Es werden die vielen Facetten und Ursachen von Frauenarmut beleuchtet und aufgrund des krisenhaften Umfelds verstärkt aufgegriffen. Frauen waren auch vor der Corona-Pandemie und der Teuerung von Armut betroffen. Prekäre Arbeitsverhältnisse, kaum Erwerbsjahre in Vollzeit, andere ungünstige Entwicklungen und diskriminierende Rahmenbedingungen führen dazu, dass gerade ältere Frauen und Alleinerzieherinnen eine besonders vulnerable Gruppe darstellen. Eng in diesem Zusammenhang stehen auch die immer wiederkehrenden Debatten um die Höhe der Mindestsicherung und Sozialhilfe als finanzielles, soziales Auffangnetz, das gerade für armutsbetroffene Frauen und Alleinerzieherinnen in Krisenzeiten an Bedeutung gewinnt.

c) Das Schweigen der Politik

Bemerkenswert ist, dass die politischen Verantwortlichen in Österreich oft einen Bogen um das Thema „Frauen & Geld“ machen. Die finanzielle Situation von Frauen spielt in der Tagespolitik eine stark untergeordnete Rolle, und ein öffentlicher Diskurs dazu findet abseits des Equal Pay Days kaum statt. So werden Themen wie Gehaltstransparenz, Forderungen nach gleicher Bezahlung oder höhere Löhne in frauendominierten Branchen, Frauenarmut, Teilzeitarbeit, etc. in der politischen Debatte oft nur oberflächlich oder gar nicht abgehandelt. Besonders hemmend ist, dass es bei den meisten dieser Themen keinen parteiübergreifenden Konsens gibt. In der medialen Debatte

zeigt sich seit Jahren, wie unterrepräsentiert jene Themen sind, die auf die finanzielle Situation von Frauen Bezug nehmen. Zu den polarisierenden und damit auch medial dominierenden Themen der letzten Jahre gehören Gewalt, Verschleierung/Kopftuch, Sexismus oder Hass im Netz. Im Vergleich dazu erreicht das Finanzthema kaum politische Aufmerksamkeit.

Die mediale Berichterstattung zu „Frauen & Geld“ steigt zwar allgemein, aber nicht, weil die Politik das Thema stärker forciert, im Gegenteil: Die Politik ist beim Thema in den Medien nicht die treibende Kraft (siehe unten). Die meisten Beiträge sind von Medien eigeninitiiert oder zeigen Expert:innen aus der Banken- und Finanzbranche oder von NGOs, die sich mit der Thematik beschäftigen.

d) Der gesellschaftspolitische Fokus dominiert, konkrete Finanzthemen sind unterrepräsentiert

Das oben skizzierte Themenranking zeigt zudem deutlich, dass vor allem die Bestandsaufnahme und Daten/Fakten zur Ist-Situation im Kontext „Frauen und Geld“ im Vordergrund stehen. Es dominiert die gesellschaftspolitische Perspektive. Ein Klassiker ist die mehrfach erwähnte Berichterstattung zum Equal Pay Day. Zahlen und Statistiken über Pensionslücken und Armutsbetroffene ergänzen das Bild. Diese Beiträge sind wichtig, weil sie ein Problembewusstsein schaffen und öffentlichen, gesellschaftspolitischen Druck erzeugen. Neben diesen Problemskizzierungen und Bestandsaufnahmen macht die konkrete Aufbereitung von Finanz- und Vermögensthemen speziell für Frauen und die geschlechterspezifische Beratung in der öffentlichen Debatte nur einen viel kleineren Teil der Medienpräsenz aus. Dabei bringen die meisten Tageszeitungen regelmäßig eigene Finanz-/Geldschwerpunkte, aber eben sehr selten mit frauenspezifischem Fokus. Etwa ein Viertel der Beiträge zeigt über die theoretische, eher passive Themenabwicklung hinaus auch konkrete proaktive Maßnahmen und Möglichkeiten für Frauen auf – beispielsweise, wie Frauen aus einer misslichen finanziellen Lage herauskommen können oder erst gar nicht hineinschlittern oder wie Frauen konkret am Vermögensaufbau und an einer stabilen, erfolgreichen finanziellen Situation arbeiten können. Dazu gehören konkrete Finanzberatungen, Anlageempfehlungen und Steuertipps.

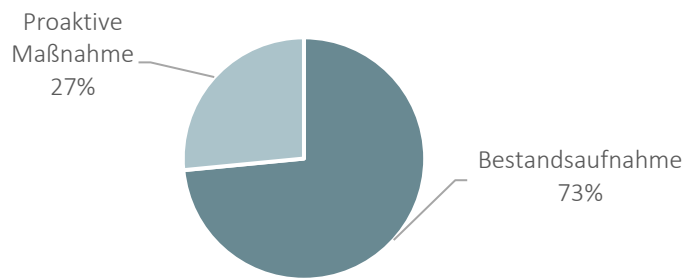


Abbildung 29: Intention der Berichterstattung – Bieten von Lösungen vs. Bestandsaufnahme

Drei Viertel der Beiträge im Kontext „Frauen und Geld“ kommen inhaltlich über eine bloße Bestandsaufnahme nicht hinaus. Dabei wäre es aus vielen, bereits erwähnten Gründen wichtig, dass auch Finanzwissen und konkrete Informations- und Beratungsangebote verstärkt Einzug in die mediale Debatte finden – etwa weil sich die Österreicher:innen einen Großteil der Finanzbildung selbst beibringen oder weil in der Schulbildung das Thema vernachlässigt wird oder Vorurteile existieren (vgl. Bankenverband 2022). Hier klafft eine Lücke zwischen Bedarf und Notwendigkeit einerseits und medialer Auseinandersetzung und Schwerpunktsetzung andererseits. Zwar zeichnet sich ein positiver Trend ab hin zu mehr Berichterstattung, mehr sichtbaren Finanzexpert:innen und zu einschlägigen Themen, die Zahlen aus der Medienanalyse belegen aber auch, dass es bei konkreten Informationsangeboten, Handlungsempfehlungen und Beratungen für Frauen in diesem Kontext noch ein Vakuum gibt, das derzeit wenig gefüllt ist.

e) Player, die die Debatte antreiben

Zu einem Drittel setzen sich Medien eigeninitiiert mit der finanziellen Situation von Frauen auseinander, indem Journalist:innen das Thema aufgreifen, recherchieren und die Themen entsprechend aufbereiten. Expert:innen kommen dabei nicht zwingend vor. Das liegt womöglich auch daran, dass ein wesentlicher Teil der Berichterstattung im Finanzkontext für Frauen stark faktenlastig ist oder eine gesellschaftspolitische Perspektive zeigt und dabei oft weniger die Beratung und Praxis-, Anlagetipps im Vordergrund stehen.

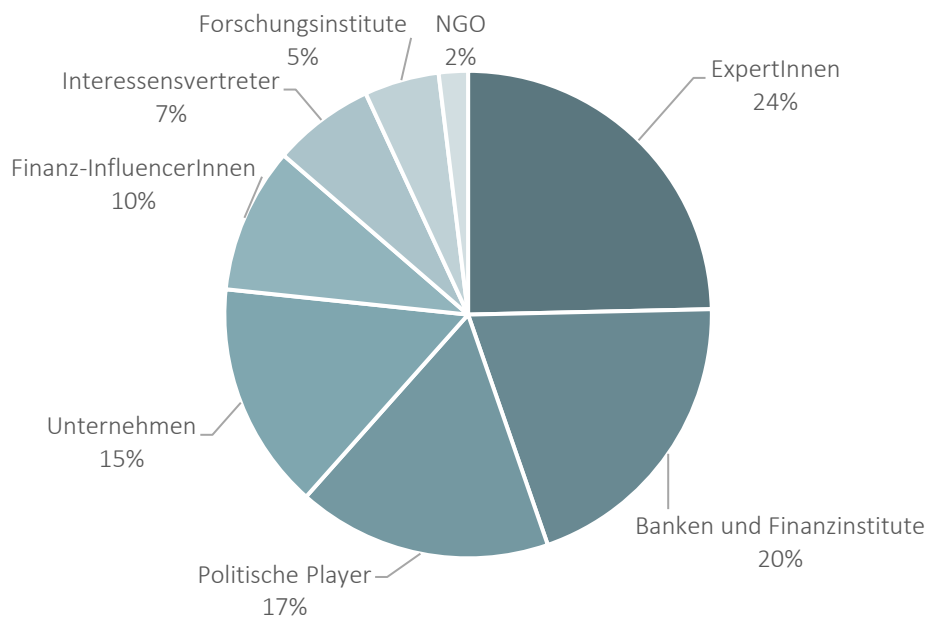


Abbildung 30: Wer kommuniziert „Frauen und Geld“?

Zum überwiegenden Teil können sich medial mit dem Thema Expert:innen, Banken und Unternehmen profilieren, die einschlägige Themen abdecken und diese speziell an Frauen adressieren – beispielsweise die Vermögenssituation von Frauen im Alter, die Auswirkung von langen Teilzeitphasen, juristische und finanzielle Beratung für Frauen in Trennungsphasen. Es haben aber auch die Banken- und Finanzinstitute Frauen längst als wichtige Zielgruppe entdeckt, und sie forcieren die stärkere Auseinandersetzung von Frauen mit Finanz- und Anlagethemen. Zugeschnittene Angebote und Beratungen für Frauen, Beiträge zur Bewusstseins- und Finanzbildung und vor allem die Möglichkeiten und Chancen, die sich durch frühzeitige Vorsorge – vor allem auch bei nur kleinem Budget – für Frauen ergeben. Interessensvertretungen wie Arbeiterkammer oder Gewerkschaften setzen sich vor allem auf politischer Seite stark für Lohngerechtigkeit ein und betreiben Aufklärungsarbeit. Unternehmen, die sich positionieren, thematisieren meist Gehaltstransparenz, gleiche Bezahlung von Männern und Frauen oder Initiativen zur Bewusstseinsbildung. Die Parteipolitik ist mit einem Anteil von 17 Prozent an der Debatte wichtig, aber nicht die treibende Kraft. Regierung und Opposition können Rahmenbedingungen schaffen und strukturelle Benachteiligungen entschärfen. Das erfolgt alles zögerlich. Es sind innerparteiliche Hürden, finanzielle Argumente, demografische und strukturelle Herausforderungen, die hemmen und letztlich die großen Würfe auf politischer Ebene ausbleiben lassen.

NGOs aus dem Sozialbereich machen mit nur zwei Prozent an der Debatte einen verhältnismäßig kleinen Teil aus. Die NGOs sind durch die starke Teuerung und die

dadurch besonders prekäre Situation vieler Frauen alarmiert. Unter Forschungsorganisationen werden beispielsweise die Aktivitäten von Universitäten und Wirtschaftsforschungsinstituten im Frauen-Finanzkontext erfasst.

Medial nimmt in den letzten Jahren aber vor allem die proaktive Auseinandersetzung mit dem Thema Fahrt auf, indem weniger die reine Diagnose, mehr konkrete Handlungsempfehlungen und die Vermittlung von Anwendungswissen in den Fokus rücken. Hier kommen Finanz-Expertinnen aus der Branche zu Wort, sie machen immerhin fast die Hälfte der externen Player und von Medien hinzugezogenen Expert:innen aus. Mit einem Anteil von fast einem Zehntel schaffen es Finanz-Influencerinnen, die üblicherweise hauptsächlich auch auf Social Media aktiv sind, mit ihrer Expertise in die klassischen analogen Zeitungen – junge Frauen, die selbstbewusst und mit speziell auf Frauen zugeschnittenen Angeboten eine Lücke füllen und es damit schaffen, dass Finanzthemen im öffentlichen Diskurs weniger männlich dominiert werden und moderner wirken. Gleichzeitig wird mit präsenten Frauen und Rolemodels aus der Finanzbranche eine große Hürde – existierende Vorurteile und Berührungsängste – beseitigt. Einige der hier untersuchten Medien, wie etwa der *Standard* oder die *Presse*, stellen neben der klassischen Berichterstattung im Printprodukt insbesondere auch beim Thema Geld und Finanzen für Frauen spezielle Angebote, Erklärvideos und Finanzpodcasts auf ihren Webseiten und via Social Media zur Verfügung.

f) Wer positioniert sich, wenn es um „Frauen und Geld“ geht?

Interessantes Detail der Medienuntersuchung: Es gibt einen klaren Gender-Gap, wer in den Medien das Thema „Frauen & Geld“ besetzt und durch wen die Themen in den Redaktionen aufgegriffen werden. Es sind zu zwei Drittel Redakteurinnen, zu einem Drittel männliche Redakteure, welche im Themenbereich „Frauen & Geld“ berichten.

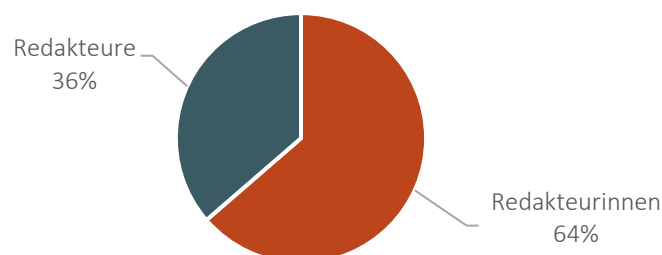


Abbildung 31: Geschlechterverhältnis bei Redakteur:innen beim Thema „Frauen und Geld“

Eine noch viel markantere Geschlechterschlagseite gibt es bei der medialen Besetzung von einschlägigen Themen rund um „Frauen & Geld“, denn egal ob allgemeine Expert:innen, Influencer:innen auf Social Media, Player aus der Banken- und Finanzbranche oder der Politik: Es positionieren sich mit 94 (!) Prozent fast ausschließlich Frauen zur Thematik. Dieser enorm hohe Frauenanteil ist ein bemerkenswerter Effekt, der scheinbar nur auftritt, wenn es speziell um „Frauen & Geld“ geht. Denn auf den Geld- und Finanzseiten der Zeitungen sieht es für gewöhnlich ganz anders aus. Dort sind es überwiegend männliche Experten (siehe nächstes Kapitel), die zu Wort kommen und öffentliche Sichtbarkeit generieren können. Da stellt sich die berechtigte Frage, weshalb die allgemeine Finanz-/Geldberichterstattung in Medien oft kaum die weibliche Finanzexpertise zeigt und diese nur dann hinzugezogen wird, wenn die Zielgruppe Frau exklusiv adressiert wird.

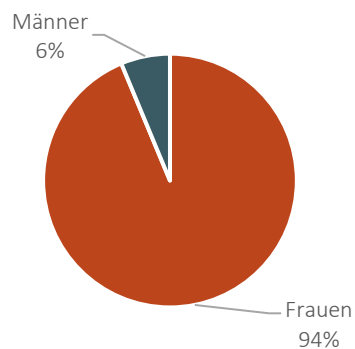


Abbildung 32: Geschlechterverhältnis bei Positionierung zum Thema „Frauen und Geld“

7.7 Die Finanzbranche in den klassischen Medien

a) Druck wirkt – der Frauenanteil in Top-Positionen der Branche steigt – und damit die mediale Sichtbarkeit

Etwas über 50 Prozent der Belegschaft in der Banken- und Finanzbranche ist weiblich. Diese Geschlechterparität ist eher auf der unteren Hierarchieebene zu finden, denn je weiter oben im Management, desto geringer wird der Frauenanteil. Dabei ist dieser nach langem Stagnieren auf besonders geringem Niveau in den letzten Jahren kontinuierlich angestiegen. Hauptgrund für diese dann doch markante Entwicklung wird der gesetzliche Rahmen sein. Anfang 2017 ist in Österreich das Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz in Kraft getreten, welches auch große Banken und Finanzinstitute verpflichtet, über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten zu berichten und Maßnahmen zur Steigerung der Diversität offenzulegen. Zusätzlich gibt es bei großen Unternehmen der Banken- und Finanzbranche seit 2014 den Nominierungsausschuss, der Zielquoten für Geschäftsführung und Aufsichtsräte beschließen muss (vgl. Haager und Wieser 2022: 13ff). Entwicklungen der letzten Jahre zeigen, dass diese Maßnahmen Wirkung zeigen. In den Aufsichtsräten liegen Banken und Finanzinstitute 2022 mit einem Frauenanteil von nun knapp einem Drittel im Vergleich zu anderen Branchen sogar überdurchschnittlich gut (vgl. ebd.: 16). In den Geschäftsführungen der größten heimischen Banken- und Finanzinstitute lag der Frauenanteil 2019 noch bei 9,3 Prozent, 2022 liegt der Anteil immerhin bei 15,2 Prozent (vgl. ebd.: 22).

Nachdem im Banken- und Finanzbereich Frauen in der ersten Reihe lange besonders selten waren, bewegte sich der Frauenanteil auf den Wirtschafts- und Finanzseiten bis 2020 weit unter der Wahrnehmungsschwelle bei etwa 5 Prozent. Frauen aus der Finanzbranche waren also in den Medien weitgehend unsichtbar, weil sie tatsächlich kaum in zentrale Spitzenpositionen kommen konnten.

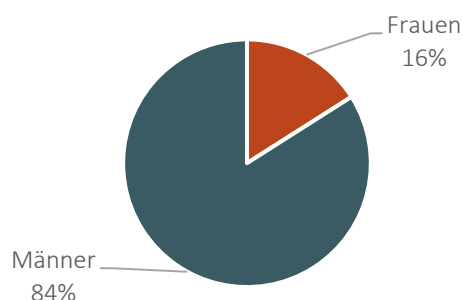


Abbildung 33: Frauenanteil in den Medien bei Banken-/Finanz-Anlagethemen

Seither steigt die Sichtbarkeit der Frauen aus der Branche. Aktuell finden sich auf den Banken- und Finanzseiten 16 Prozent Frauen, was in etwa des tatsächlichen Anteils im Top-Management entspricht. Es sind aber nicht nur Managerinnen von Finanzinstituten, auch Finanzexpertinnen, Anlage- und Wirtschaftsexpertinnen, die sich in Medien und vor allem inhaltlich mit Finanz-, Geld- und Anlagethemen profilieren können. Weibliche Führungskräfte aus der Finanzbranche mischen medial stärker mit und sind sichtbare Vertreterinnen für die Branche. Beispiele sind etwa Gerda Holzinger-Burgstaller (CEO Erste Bank Oesterreich), Herta Stockbauer (CEO BKS Bank), Silvia Schmitt-Walgenbach (CEO CA Immo), Elisabeth Stadler (CEO Vienna Insurance Group), Stefanie Christina Huber (CEO Sparkasse OÖ), Michaela Keplinger-Mitterlehner (CMO Raiffeisen Landesbank OÖ), Judit Havasi (CEO Donau Versicherung) oder Angelika Sommer-Hemetsberger (CEO Oesterreichische Kontrollbank). Die Branche war in den Medien lange Zeit Negativbeispiel, was die Partizipation von Frauen auf der Führungsebene betrifft. Derzeit rangiert diese immer noch weit hinten, aber es werden aktuell entscheidende Weichen gestellt. Es wird sich erst in den nächsten Jahren zeigen, ob sich dieser Trend fortsetzt.

Das oben dargestellte Themenranking im Kontext „Frauen & Geld“ zeigt in erster Linie Themen, die Frauen allgemein adressieren sollten. Bemerkenswert ist aber, dass sich dazwischen auch die Debatte um den Frauenanteil und die Frauenquote in der Finanzbranche sehr weit vor auf Rang drei schiebt. Dieser starke mediale Fokus, der nicht unwesentlich durch die Branche selbst und durch beschlossene Quoten und Rahmenbedingungen angestoßen wird, schafft aktuell Raum für Veränderung und Bewusstseinsbildung.

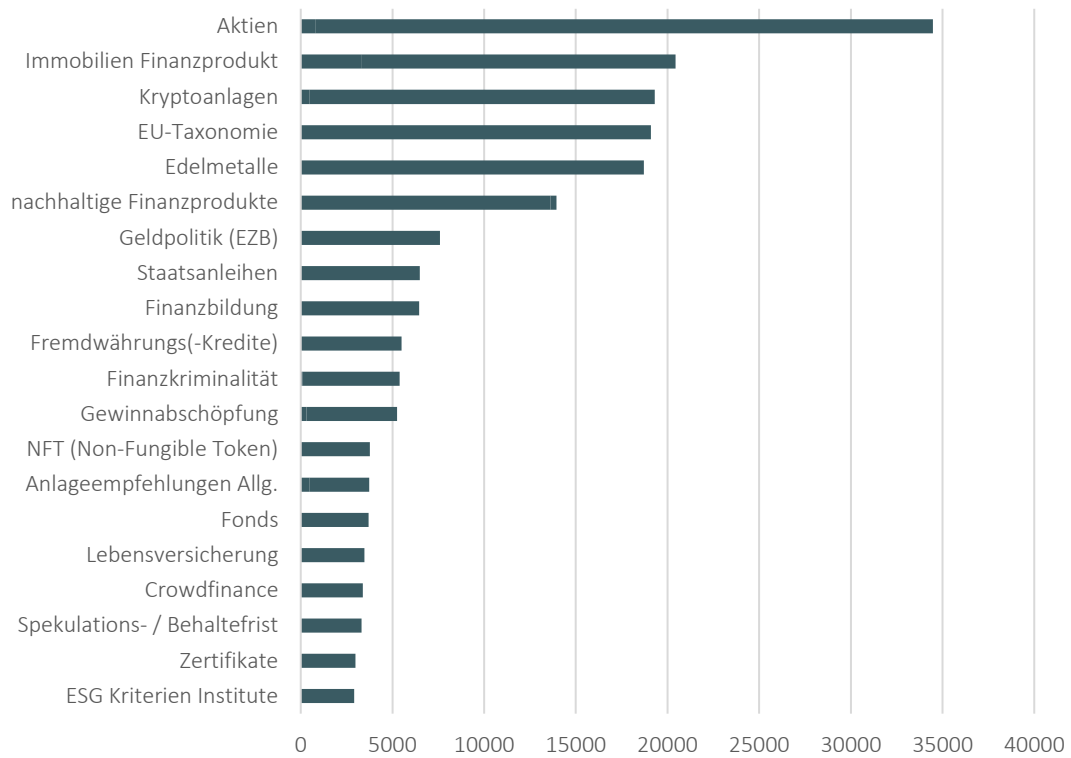
b) Unterschiede beim Themensetting von Finanzexpert:innen

Die inhaltliche Analyse der klassischen Finanz- und Geldanlage-Berichterstattung zeigt, dass Frauen und Männer aus der Finanzbranche zum Teil in Medien sehr unterschiedliche Themen besetzen. Expert:innen beider Geschlechter sind beispielsweise ähnlich stark sichtbar beim Thema Leitzins, welches besonders zu Beginn des Jahres 2022 eine enorm große Rolle gespielt hat. Andere Themen in diesem Zeitraum wie EU-Taxonomie und Immobilien-Finanzprodukte oder auch Aktien liegen bei Finanzexpertinnen und -experten im Spitzenfeld, aber Männer erreichen in Summe deutlich mehr Präsenz. Es gibt viele Themenfelder, an denen männliche Player aus der Branche medial wesentlich

stärker partizipieren können als Frauen, was daran liegt, dass die meisten Banken-Manager männlich sind und auch viele männliche Finanzexperten von Medien beigezogen werden: Beim Thema Aktien können männliche Experten in Medien etwa vier Mal so viel Präsenz generieren wie weibliche Expertinnen – ähnlich bei Immobilien-Finanzprodukten (ca. fünf Mal so viel Präsenz), bei Edelmetallen (ca. neun Mal) und bei diversen Arten von Wertpapieren, wo in den Medien sehr viel stärker die männliche Expertise dominiert. Neuere Themen wie Kryptoanlagen (eines der aktuellen Top-Themen der Branche, welches fast ausschließlich durch Männer kommuniziert wird) oder NFTs (Non-Fungible Token), sind Bereiche, in denen Finanzexpertinnen im Jahr 2022 in klassischen Medien fast unsichtbar sind. Überproportional männlich besetzt ist auch der Bereich der Geldpolitik.

Es gibt auch Themenbereiche, in denen sich Finanzexpertinnen stärker präsentieren können als Finanzexperten. Das sind vor allem Nachhaltigkeitsthemen (ESG-Themen – Environment-Social-Governance), also beispielsweise nachhaltige Finanzprodukte, die seit der EU-Taxonomie und einem anhaltenden Nachhaltigkeitsboom an Relevanz gewinnen. Neben Umwelt-Nachhaltigkeitsthemen finden sich hier auch soziale Themen wie Frauenförderung oder Mitarbeiter:innenführung. Darüber hinaus sprechen sich Finanzexpertinnen und Vertreterinnen der Branche auch viel stärker als männliche Vertreter für Finanzbildung an Schulen und auch speziell für Mädchen und Frauen aus. Außerdem positionieren sich auch Frauen zu Aktien (wie erwähnt in quantitativ geringerem Umfang als Männer) und anderen klassischen Anlageformen. Im Spitzenfeld der medial besetzten Themen bei Finanzexpertinnen liegen (etwas stereotyp) die Finanzberatung von Frauen (Frauen als Kund:innen, Anlageempfehlungen für Frauen, Positionierungen von Expertinnen zu Vorsorgeprodukten für Frauen, etc.). Expertinnen kommen zwar auch auf den Finanz- und Geldseiten vor, aber eben wesentlich seltener als beim Spezialthema „Frauen & Geld“. Zugespißt formuliert: Überwiegend dann, wenn Weltfrauentag ist, medial ein Schwerpunkt für „Frauen & Geld“ gesetzt wird oder wenn rund um den Equal Pay Day berichtet wird, können sich Frauen als Finanzexpertinnen profilieren. Es braucht somit das „Mascherl“ „weiblich“, damit Frauen als Expertinnen die größere Bühne bekommen.

Finanzexperten



Finanzexpertinnen

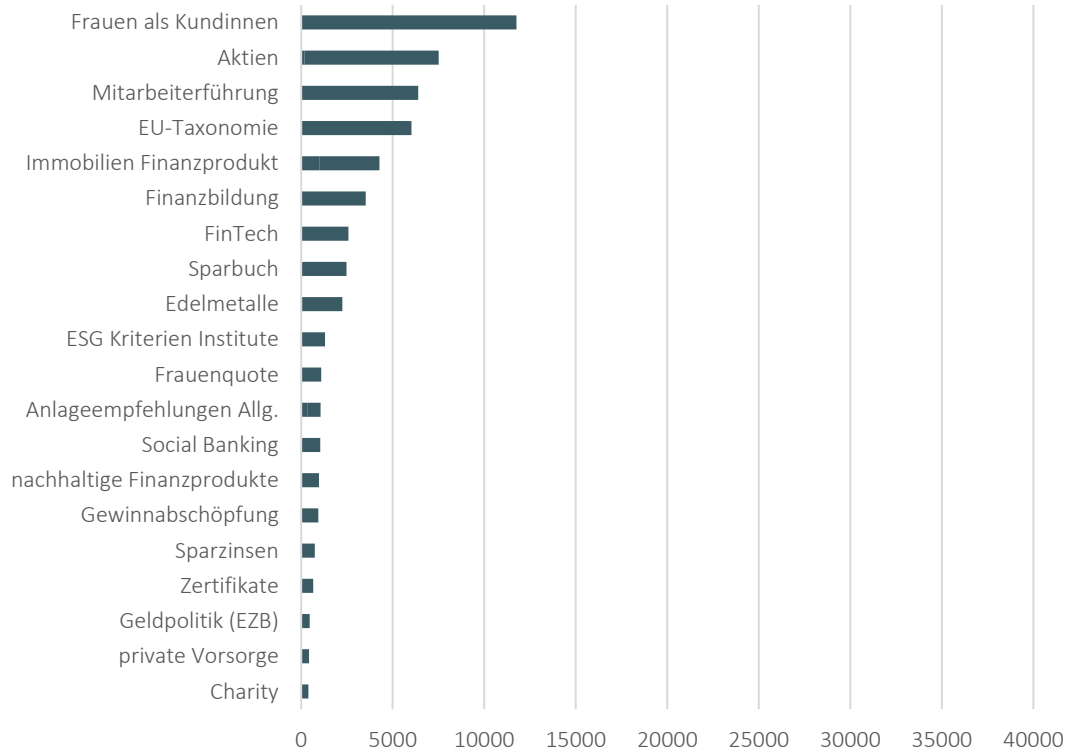


Abbildung 34: Banken- und Finanzexpert:innen – Themenschwerpunkte in den Medien

ABSCHNITT IV

KEY FINDINGS

UND ZUSAMMENFASSUNG

„The success of every woman should be the inspiration to another. We should raise each other up“

Serena Williams
Tennislegende

8 KEY FINDINGS

8.1 Frauenpolitik und Frauen in der Politik

- › Das Jahr 2022 war politisch vor allem durch den Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine und die daraus folgende Teuerungswelle geprägt. Viele gesellschaftspolitische Themen haben in diesem krisenhaften Umfeld an Präsenz im medialen Diskurs verloren. Die Frauenpolitik gehört klar zu den Verliererthemen.
- › Frauenpolitische Themen sind aus dem politischen, öffentlichen Diskurs im Jahr 2022 weitgehend verschwunden. Auch wenn frauenpolitische Inhalte traditionell oft am Rande behandelt werden, zeigt die Medienstudie diesmal einen historischen Rückgang bei den politisch gesetzten Themen und der medialen Berichterstattung darüber, obwohl Frauen, etwa von der Teuerungskrise, mitunter stärker betroffen sind.
- › Es sind wenige Frauenthemen, die öffentlich breiter diskutiert werden – darunter Gewalt gegen Frauen, Hass im Netz (der Frauen adressiert) und die Abtreibungsdebatte, welche vor allem durch die Entscheidung des US Supreme Court angestoßen wurde. Die Themen Abtreibung und Hass im Netz sind die einzigen, die mehr Sichtbarkeit erfahren. Viele andere zentrale Themen verschwinden unter der Wahrnehmungsschwelle.
- › Zu jenen Themen, die am stärksten vom Rückgang in der medialen Berichterstattung betroffen sind, gehören unter anderem Debatten um Gewalt an Frauen (das Thema liegt trotzdem an der Spitze), Frauenquoten, Sexualisierung und sexuelle Belästigung, Vereinbarkeitsfragen, die finanzielle Absicherung von Frauen im Alter, Lohngerechtigkeit oder unbezahlte Care-Arbeit.
- › Es fehlen damit viele frauenpolitische Kernthemen auf der politischen Agenda der Parteien. Aber auch der Frauenanteil in der Regierung ist zurückgegangen. Das Ausscheiden der Ministerinnen Margarete Schramböck und Elisabeth Köstinger wirkt sich negativ auf die mediale Sichtbarkeit von Frauen in der Spitzenpolitik aus.

8.2 Frauen und Sichtbarkeit – die Bildpräsenz

- › Der Frauenanteil bei der medialen Bildpräsenz erhöht sich von 30 auf 33 Prozent. Diese Entwicklung ist positiv, trotzdem sind Frauen gemessen am Anteil an der Bevölkerung noch massiv unterrepräsentiert – insbesondere bei gesellschaftlich und wirtschaftlich relevanten Bereichen wie Politik, Wirtschaft oder im Journalismus, wobei sich in diesen Branchen seit Jahren zumindest eine positive Entwicklung und kontinuierlich mehr Bildpräsenz feststellen lassen.
- › Ganz anders sieht es mit der medialen Sichtbarkeit in anderen, sehr stark männlich dominierten Feldern aus. – in der IT etwa (4 Prozent Frauenanteil bei der Bildpräsenz), der Religion (7 Prozent), in der Technik (15 Prozent) oder in der Finanzbranche. Letztere gehörte immer zu den Schlusslichtern, in den letzten Jahren gab es jedoch einen deutlichen Anstieg von 5 auf 15 Prozent.
- › Es gibt auch Fachbereiche oder Branchen, in denen Frauen überdurchschnittlich stark vertreten sind und in denen sie das öffentliche Bild sehr viel stärker prägen als Männer. Dazu gehört traditionell der Gesundheitsbereich (nicht Medizin – hier dominieren trotz Überhang von Ärztinnen im Beruf männliche Mediziner bei der Bildpräsenz). Daneben sind Frauen im Bildungs- und Sozialbereich medial besonders stark sichtbar.
- › Überwiegend dominieren Frauen dagegen seit Jahren immer wieder jene Kategorien, die mit Schönheit, Mode, Szene und Elternschaft zu tun haben oder wo Frauen als optischer Aufputz Medienseiten zieren. Diese Form der stereotypen Inszenierung erfolgt vor allem im Boulevard. In den sogenannten Qualitätsmedien werden Frauen zwar weniger stereotyp, auch seltener sexualisiert und auf die optische Erscheinung reduziert dargestellt; dennoch sind besonders dort Frauen bei der allgemeinen Bildpräsenz überdurchschnittlich unterrepräsentiert.

8.3 Fokusthema „Frauen & Geld“

- › Zahlreiche nationale und internationale Studien zur Vermögens-, Einkommens- und Finanzsituation belegen, dass es nach wie vor ein markantes Geschlechtergefälle zum Nachteil von Frauen gibt. Obwohl die Debatte um die finanzielle

Situation und Absicherung von Frauen also kein „Nischenprogramm“ ist, erfährt es im öffentlichen Diskurs oft nur sehr wenig Aufmerksamkeit – und wenn, dann nur punktuell im Rahmen des Equal Pay Day oder zum Weltfrauentag.

- › Aus einem Mix aus negativen strukturellen Rahmenbedingungen für Frauen sowie gesellschaftlichen Rollenerwartungen und Stereotypen erwachsen für viele Frauen im Lauf des Lebens finanzielle Einbußen, die in Altersarmut, wirtschaftliche Abhängigkeit oder zumindest in schlechtere finanzielle Absicherung münden können.
- › Die mediale Debatte rund um Frauen und Geld wird nur am Rande durch die Politik mitgeprägt. Bereits seit Jahren erfahren Themen, die mit der finanziellen Situation von Frauen zu tun haben, in der Parteipolitik besonders wenig Aufmerksamkeit – am ehesten rund um den Equal Pay Day, manchmal auch anlassbezogen (z.B. Frauenarmut oder Frauenpensionen), etwa dann, wenn eine Pensionsreform ansteht.
- › Oftmals fehlen konkrete Initiativen (eine Ausnahme stellt aktuell die Debatte um das Pensionssplitting dar) oder das überparteiliche Commitment bei Themen wie Lohngerechtigkeit, Gehaltstransparenz oder bei Rahmenbedingungen wie Vereinbarkeitsfragen oder Lösungen für unbezahlte Care-Arbeit, die überwiegend von Frauen gestemmt wird.
- › Einkommen ist die Voraussetzung für jedes Investment, für Veranlagung und Vorsorge. Die Einkommenssituation für Frauen ist hier aufgrund der Rahmenbedingungen und Voraussetzungen oftmals schlechter: Niedrigere Einkommen, schlechter bezahlte „frauentypische“ Branchen, Lücken ohne Erwerbsarbeit und lange Phasen der unbezahlten Care-Arbeit beispielsweise wirken sich auf die Vermögens- und Einkommenssituation teils fatal aus.
- › Gleichzeitig fehlt häufig die individuelle Auseinandersetzung mit der eigenen finanziellen Situation und das Bewusstsein von Frauen dafür, wie nachhaltig sich einzelne solcher Einschnitte auswirken. Die Basis für Finanzwissen wird in der Schule kaum gelegt, sie hängt demnach sehr stark vom individuellen Interesse, dem sozialen Umfeld und der persönlichen Auseinandersetzung mit der

Thematik zusammen. Massenmedien spielen hier im Bereich Bewusstseinsbildung und als Informationsquelle eine wichtige Rolle.

- › Umfragen zeigen zudem, dass die Hemmung in der Auseinandersetzung mit dem Thema Geld (vor allem bei älteren Frauen) oft auf sehr stereotypen Rollenbildern und tradierten Vorstellungen beruht. So sitzen Vorurteile wie „Männer kennen sich hier besser aus“, „die Thematik ist zu kompliziert“, „fehlende Vorstellung, wie auch mit kleinerem Einkommen vorgesorgt werden kann“ oder Haltungen wie „mein Mann kümmert sich ums Geld“ immer noch tief. Solche tradierten Geschlechterbilder und Rollenstereotype werden auch medial geprägt. Deshalb spielt auch das WIE in der Berichterstattung eine entscheidende Rolle. Die vorliegende Untersuchung veranschaulicht, dass seit Jahren die Finanz- und Geldseiten der Medien besonders stark männlich dominiert sind. Seit zwei Jahren gibt es hier zwar mehr sichtbare Frauen, doch die anhaltende Wirkung solcher Stereotype ist weiterhin deutlich nachweisbar.
- › Es zeigt sich zudem, dass sich viele Frauen ein stärker auf sie zugeschnittenes und speziell adressiertes Angebot in Finanzfragen wünschen. Außerdem fehlen Vorbilder und sichtbare Expertinnen, die die immer noch stark tabuisierten Themen Geld, Vorsorge und Anlage offensiv ansprechen und niederschwellig erklären.
- › Die Berichterstattung im Kontext „Frauen und Geld“ zeigt: Drei Viertel der Beiträge kommen inhaltlich über die bloße Bestandsaufnahme und die theoretische Abhandlung der gesellschaftspolitischen Perspektive nicht hinaus. Darunter fallen beispielsweise Darstellungen und Statistiken zum Gender Pay Gap oder demografische Daten, wie viele Frauen von Armut betroffen sind. Dabei wäre es zentral, dass verstärkt mehr Finanzwissen und konkrete Informations- und Beratungsangebote (an Frauen) Einzug in die mediale Debatte finden. Nur ein Viertel der Berichterstattung im Kontext „Frauen und Geld“ zeigt aktuell konkrete Lösungen, proaktive Wege, Beratungsangebote und Tipps, wie Frauen aus der Finanzmisere kommen können.
- › In den Medien kommt im Kontext „Frauen und Geld“ die Expertise hauptsächlich von Finanzexpert:innen, Bankenplayern und zunehmend auch von Finanz-

Influencer:innen – insbesondere, wenn es um konkrete Finanzberatungen und -empfehlungen geht. Generell hält sich in den Medien (trotz positiver Entwicklung) immer noch ein stark männlich geprägtes Bild. In der allgemeinen Finanz- und Bankenberichterstattung findet sich zu 84 Prozent Expertise von Männern, nur zu 16 Prozent von Frauen. Das ist eine sehr klare Schieflage. Medial jedenfalls wird ein Bild vermittelt, welches im Kontext Finanzen eine wesentlich stärker ausgeprägte Expertise der Männer vermuten lässt.

- › Spannend ist hier eine Gegenüberstellung des Geschlechterverhältnisses beim konkreten Thema „Frauen und Geld“ – etwa, wenn im Rahmen von Equal Pay Day Vorsorgeprodukte, Anlageempfehlungen oder steuerliche Beratungen für die Vermögensoptimierung von Frauen thematisiert werden. Hier kommen zu 96 (!) Prozent fast ausschließlich weibliche Finanzexpertinnen vor. Das ist eine bemerkenswerte Verzerrung. Denn offensichtlich gibt es weibliche Expertinnen, aber in den Medien braucht es häufig erst das „Mascherl“ „Frau“, damit auch weibliche Expertinnen verstärkt mitgedacht und öffentlich vor den Vorhang geholt werden.
- › Weiteres Detail der Medienuntersuchung: Es gibt einen klaren Gender Gap, wer in den Medien das Thema „Frauen & Geld“ besetzt und durch wen die Themen in den Redaktionen aufgegriffen werden. Es sind zu zwei Dritteln Redakteurinnen, zu einem Drittel männliche Redakteure, welche im Themenbereich „Frauen & Geld“ berichten. Frauen in den Redaktionen haben offensichtlich eine höhere Awareness bei diesem Thema.

ABSCHNITT V

ANHANG

„In the future, there will be no female leaders.
There will just be leaders.“

*Sheryl Sandberg
Facebook-Managerin*

9 QUELLEN

AÖF. Verein Autonome Österreichische Frauenhäuser (2023a). Mutmaßliche Femizide durch (Ex-)Partner oder Familienmitglieder oder durch Personen mit Naheverhältnis zum Opfer 2022 laut Medienberichten.

https://www.aoef.at/images/04a_zahlen-und-daten/Frauenmorde-2022_Liste-AOEF.pdf

[abgerufen am: 28.02.2023]

AÖF. Verein Autonome Österreichische Frauenhäuser (2023b). Mutmaßliche Mordversuche bzw. schwere Gewalt durch (Ex-) Partner oder Familienmitglieder oder durch Personen mit Naheverhältnis zum Opfer 2022 laut Medienberichten.

https://www.aoef.at/images/04a_zahlen-und-daten/Mordversuche-SchwereGewalt-2022_Liste-AOEF.pdf

[abgerufen am: 28.02.2023]

AÖF. Verein Autonome Österreichische Frauenhäuser (2023c). Factsheet Gewalt an Frauen und Mädchen in Österreich. https://www.aoef.at/images/04a_zahlen-und-daten/Factsheet_Gewalt-an-Frauen-und-Maedchen-in-Oesterreich.pdf

[abgerufen am: 28.02.2023]

Arbeiterkammer Wien – Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien (2020): Vermögensverteilung. Für die Vielen, nicht die Wenigen. 2. Auflage, Wien

<https://www.arbeiterkammer.at/interessenvertretung/wirtschaft/verteilungsgerechtigkeit/Vermögensverteilung.pdf>

[abgerufen am 15.03.2023]

Bankenverband (2022): Studie "Frauen und Finanzen". Eine Studie im Rahmen der Gender Diversity Initiative des Bankenverbandes. Unterlagen zum Pressegespräch vom 17.01.2022

https://www.bankenverband.at/site/assets/files/18214/2021_01_17_pk_studie_frauen_und_finanzen_journalisten_final.pdf

[abgerufen am: 15.03.2023]

BMI – Bundesministerium Inneres (2022). Mehr Schutz für Frauen. In: Öffentliche Sicherheit. Magazin des Innenministeriums. Ausgabe 3/4 2022.

https://www.bmi.gv.at/magazinfiles/2022/03_04/gewaltschutz.pdf

[abgerufen am: 16.03.2023]

BMJ – Bundesministerium Justiz (2021). Hass im Netz.

<https://www.bmj.gv.at/themen/Fokusthemen/gewalt-im-netz.html>

[abgerufen am: 28.02.2023]

Burkart, Roland (2021): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 6. Überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wien: Böhlau/UTB.

Center for Reproductive Rights (2022). European Abortion Laws. A Comparative Overview.

https://reproductiverights.org/wp-content/uploads/2022/10/15381_CRR_Europe_October_2022.pdf

[abgerufen am: 10.02.2022]

Die Presse, 8. Juli 2022. „Keine Abtreibungen in SPÖ-Bundesland“

Der Standard, 7. Juli 2022. „Grüne, SPÖ und Neos bezüglich Abtreibung alarmiert“

Disslbacher, Franziska/ Schnetzer, Matthias. (2019): Höchste Zeit für eine Zeitverwendungserhebung!

<https://awblog.at/zeit-fuer-zeitverwendungserhebung/>

[abgerufen am: 16.03.2020]

Dorer, Johanna/ Marschik, Matthias (1999): Wie die Medien „Frauen“ konstruieren. Gesellschaftlicher Wandel und seine Darstellung in den Medien. In: Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik. Heft Nr. 29, September 1999, Wien.

Europäische Kommission (2022). Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen und häuslicher Gewalt.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A52022PC0105>

[abgerufen am: 03.03.2023]

Europäisches Parlament (2022). Entschließungsantrag zu der Entscheidung des Obersten Gerichtshofs der USA, das Recht auf Abtreibung in den Vereinigten Staaten zu kippen, und zu der Notwendigkeit, das Recht auf Abtreibung zu bewahren und die Gesundheit der Frauen in der EU zu schützen.

https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/B-9-2022-0365_DE.html

[abgerufen am: 09.02.2023]

Geroldinger et al. (2020): Teilzeit und Karenz in der Anwaltschaft. JKU: Institut für Anwaltsrecht.

<https://anwaltsrecht.at/teilzeit-und-karenz-in-der-anwaltschaft/>

[abgerufen am: 15.03.2023]

Haager, Theresa/ Wieser, Christina (2022): Frauen.Management.Report.2022: Quantensprung Quote.

https://noe.arbeiterkammer.at/interessenvertretung/frauen/AK_Frauen.Management.Report.2022.pdf

[abgerufen am: 16.03.2023]

Haager, Theresa/ Hudelist, Simone (2023). Frauen.Management.Report.2023: Etappensieg EU-Richtlinie.

<https://www.arbeiterkammer.at/interessenvertretung/arbeitundsoziales/frauen/AK.Frauen.Management.Report.2023.pdf>

[abgerufen am: 16.03.2023]

IPSOS (2020): Hello Financial Future Report | Women: Marktforschungsstudie für Hello bank!

<https://we.tl/t-hXyszRcAAj>

[abgerufen am: 16.03.2023]

MediaAffairs (2021). Gender Balance in der Sportberichterstattung? Studie über Präsenz & Inszenierung von Sportlerinnen und Sportlern in österreichischen Medien. Jahresstudie 2019/ 2020. Wien: Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

<https://mediaaffairs.at/aktuellebeitraege/gesellschaft/genderbalanceindersportberichterstattung.html>

[abgerufen am: 20.04.2022]

Österreichischer Gemeindebund. (2019). Acht Prozent Bürgermeisterinnen in Österreich. <https://gemeindebund.at/acht-prozent-buergermeisterinnen-in-oesterreich/>

[abgerufen am: 15.03.2023]

Raiffeisen KAG (2020): Unterlagen zum Pressegespräch „Frauen & finanzielle Vorsorge 2020“ vom 24.02.2020, Wien: Raiffeisen Centrobank AG

Riesenfelder, Andreas/ Danzer, Lisa (2021): Wiedereinstiegsmonitoring. Ein Überblick über die Ergebnisse der fünften Fassung des Wiedereinstiegsmonitorings zu den Kohorten 2006 bis 2018 in Österreich und in den Bundesländern. Wien: AK Wien

https://wien.arbeiterkammer.at/interessenvertretung/familie/Wiedereinstiegsmonitoring_2021.pdf

[abgerufen am: 15.03.2023]

Schneebaum, Alyssa/ Schuster, Barbara/ Groß, Julia (2017): Gender Wealth Gap: Frauen besitzen weniger Vermögen als Männer

<https://awblog.at/gender-wealth-gap-frauen-besitzen-weniger-vermoegen-als-maenner/>

[abgerufen am 15.03.2023]

Schönherr, Daniel/ Zandonella, Martina (2020): Arbeitsbedingungen und Berufsprestige von Beschäftigten in systemrelevanten Berufen in Österreich. Sonderauswertung

des Österreichischen Arbeitsklima Index. Im Auftrag der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien

[https://www.arbeiterkammer.at/interessenvertretung/arbeitundsoziales/arbeitsmarkt/AK Studie Arbeitsbedingungen in systemrelevanten Berufen.pdf](https://www.arbeiterkammer.at/interessenvertretung/arbeitundsoziales/arbeitsmarkt/AK_Studie_Arbeitsbedingungen_in_systemrelevanten_Berufen.pdf)

[abgerufen am: 16.03.2023]

Seils, Eric/ Bauman, Helge (2019): Trends und Verbreitung atypischer Beschäftigung, eine Auswertung regionaler Daten, WSI-Policy Brief Nr. 34, Juni 2019

https://www.boeckler.de/data/Boeckler-Impuls_2019_11_4-5.pdf

[abgerufen am: 15.03.2023]

Sick, Helma/ Schmidt, Renate (2015): Ein Mann ist keine Altersvorsorge. Warum finanzielle Unabhängigkeit für Frauen so wichtig ist. 3. Auflage, München: Kösel Verlag

Statistik Austria. (2022). Entwicklung der Erwerbstätigen- und Teilzeitquoten (ILO) der 15- bis 64-Jährigen nach Alter des jüngsten Kindes und Geschlecht, 1994 bis 2021.

<https://www.statistik.at/statistiken/arbeitsmarkt/erwerbstaetigkeit/familie-und-erwerbstaetigkeit>

[abgerufen am: 16.03.2023]

Statistik Austria (2022). Jede dritte Frau von Gewalt betroffen. Pressemitteilung.

<https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2022/11/20221125GewaltgegenFrauen.pdf>

[abgerufen am: 28.02.2023]

Supreme Court (2022). Dobbs, State Health Officer of the Mississippi Department of Health, et al. v. Jackson Women's Health Organisation et al.

https://www.supremecourt.gov/opinions/21pdf/19-1392_6j37.pdf

[abgerufen am: 09.02.2023]

UNESCO. (2018). World trends in freedom of expression and media development: global report 2017/2018. In: UNESCO University of Oxford.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000261065>

[abgerufen am: 16.03.2023]

Wegscheider-Pichler, Alexandra/ Prettnner, Catherine/ Lamei, Nadja (2020): Wie geht's Österreich? 2020. Indikatoren und Analysen sowie COVID-19-Ausblick. Statistik Austria: Wien.

[https://www.statistik.gv.at/fileadmin/publications/Wie geht s Oesterreich 2020.pdf](https://www.statistik.gv.at/fileadmin/publications/Wie_geht_s_Oesterreich_2020.pdf)

[abgerufen am: 16.03.2023]

Weißer Ring (2018). Gewalt im Netz gegen Frauen & Mädchen in Österreich.
<https://www.weisser-ring.at/wp-content/uploads/2018/10/Broschuere-Gewalt-im-Netz.pdf>
[abgerufen am: 03.03.2023]

ZiB II vom 09.08.2022.
<https://www.youtube.com/watch?v=UsUmPXKRKtA>
[abgerufen am: 03.03.2023]

10 ABBILDUNGEN

<i>Abbildung 1: Nationale Reichweite überregionaler österreichischer Tageszeitungen.....</i>	<i>11</i>
<i>Abbildung 2: Entwicklung des Berichtsvolumens über frauenpolitische Themen</i>	<i>14</i>
<i>Abbildung 3: Berichtsvolumen der einzelnen Medien im Kontext Frauenpolitik im Jahr 2022</i>	<i>15</i>
<i>Abbildung 4: Themenführerschaft im frauenpolitischen Kontext – Top-Themen 2022</i>	<i>17</i>
<i>Abbildung 5: Entwicklung der medialen Aufmerksamkeit im Verlauf eines Jahres</i>	<i>20</i>
<i>Abbildung 6: Entwicklung des Anteils frauenpolitischer Themen im Zeitverlauf.....</i>	<i>21</i>
<i>Abbildung 7: Top-Absteiger – Themen, die mediale Aufmerksamkeit verlieren.....</i>	<i>26</i>
<i>Abbildung 8: Entwicklung des Frauenanteils im Nationalrat, Stand 17.05.2021 (vgl. Österreichisches Parlament 2022).....</i>	<i>27</i>
<i>Abbildung 9: Entwicklung des Frauenanteils in den Parlamentsklubs, Stand: 08.02.2023 ...</i>	<i>28</i>
<i>Abbildung 10: Frauen-/Männeranteil in den Parteien (Regierung, Klubobleute, Abgeordnete, Parteispitzen), Stand: 14.04.2022</i>	<i>29</i>
<i>Abbildung 11: Gemeinden mit Bürgermeisterinnen 2017</i>	<i>30</i>
<i>Abbildung 12: Frauenpolitik – Parteienpräsenz 2022.....</i>	<i>31</i>
<i>Abbildung 13: Politische Top-Player im frauenpolitischen Kontext 2022.....</i>	<i>32</i>
<i>Abbildung 14: Themensetting und Performance der unterschiedlichen Parteien</i>	<i>36</i>
<i>Abbildung 15: Präsenz der parteipolitisch besetzten Frauenpolitik in den ZiB-Formaten</i>	<i>37</i>
<i>Abbildung 16: Frauenpolitik – Themenführerschaft der Parteien in den ZiB-I- und ZiB-II-Formaten.....</i>	<i>38</i>
<i>Abbildung 17: Jahresvergleich der medialen Bildpräsenz von Frauen.....</i>	<i>41</i>
<i>Abbildung 18: Bildpräsenz von Frauen und Männern nach Themenbereichen.....</i>	<i>43</i>
<i>Abbildung 19: Kategorien mit tendenziell hohen Frauenanteilen</i>	<i>49</i>
<i>Abbildung 20: Kategorien mit tendenziell niedrigen Frauenanteilen.....</i>	<i>50</i>
<i>Abbildung 21: Bildpräsenz von Frauen in Boulevardmedien</i>	<i>51</i>
<i>Abbildung 22: Bildpräsenz von Frauen in Boulevardmedien</i>	<i>52</i>
<i>Abbildung 23: Bildpräsenz von Frauen in Qualitätsmedien.....</i>	<i>54</i>
<i>Abbildung 24: Gender Pay Gap im europäischen Vergleich (Quelle: Eurostat 2020).....</i>	<i>58</i>
<i>Abbildung 25: Exemplarische Entwicklung der Einkommenssituation vieler Frauen (Quelle: www.damensache.at).....</i>	<i>64</i>
<i>Abbildung 26: Genutzte Vorsorgeprodukte – Frauen vs. Männer (Quelle: Raiffeisen KAG 2020).....</i>	<i>68</i>
<i>Abbildung 27: Fokus der Medien auf „Frauen und Geld“.....</i>	<i>71</i>
<i>Abbildung 28: Top-15-Themen im Kontext „Frauen und Geld“</i>	<i>72</i>
<i>Abbildung 29: Intention der Berichterstattung – Bieten von Lösungen vs. Bestandsaufnahme</i>	<i>75</i>
<i>Abbildung 30: Wer kommuniziert „Frauen und Geld“?.....</i>	<i>76</i>
<i>Abbildung 31: Geschlechterverhältnis bei Redakteur:innen beim Thema „Frauen und Geld“</i>	<i>77</i>
<i>Abbildung 32: Geschlechterverhältnis bei Positionierung zum Thema „Frauen und Geld“.....</i>	<i>78</i>
<i>Abbildung 33: Frauenanteil in den Medien bei Banken-/Finanz-Anlagethemen</i>	<i>79</i>
<i>Abbildung 34: Banken- und Finanzexpert:innen – Themenschwerpunkte in den Medien</i>	<i>82</i>



Eisenstraße 64, A-4460 Losenstein
Tel.: +43 (0) 7255 20318
office@mediaaffairs.at
www.mediaaffairs.at