

## Vorwort der Herausgeberinnen

Die Beiträge dieses Bandes gehen größtenteils auf eine Tagung zurück, die vom Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg organisiert wurde. Die Tagung fand am 4. Mai 2006 in Nürnberg statt und wurde finanziell unterstützt durch das 'Programm zur Förderung der Weiterentwicklung von Hochschule und Wissenschaft sowie zur Realisierung der Chancengleichheit von Frauen in Forschung und Lehre (HWP)'.<sup>1</sup>

Als wir im Frühjahr 2005 die Idee für diese Veranstaltung entwickelten und den Antrag auf finanzielle Förderung stellten, war die Art und Weise, wie die Medien in Deutschland mit Politikerinnen umgehen, kaum ein Thema gewesen. Die Ankündigung der vorgezogenen Bundestagswahl verhängelte dann zwar unsere Zeitplanung, verschaffte dem Thema aber besondere Aktualität, und bis die Tagung dann stattfinden konnte, hatte Deutschland einen Wahlkampf hinter sich, in dem nicht zuletzt die Medien selbst das Verhältnis von Politikerinnen und Medien problematisierten, aber meist auf Spekulationen angewiesen waren. Dass die Bundesregierung nun von einer Frau geführt wird, sollte erst recht Anlass sein zu einer systematischen Beschäftigung mit der Art und Weise, wie die Medien über Politikerinnen berichten und wie Politikerinnen ihrerseits den Medien begegnen.

Die Veranstaltung in Nürnberg wollte die Erfahrungen, die Politikerinnen mit den Medien und die Journalistinnen mit Politikerinnen gemacht haben, sowie die bislang nicht sehr üppigen Befunde der wissenschaftlichen Forschung in diesem Themenfeld zusammentragen. Wir bedanken uns bei den Politikerinnen, Journalistinnen und Kolleginnen aus der Wissenschaft, die nach Nürnberg gekommen sind und ihre Beiträge auch für diesen Band zur Verfügung gestellt haben. Die Tagung und die Aufbereitung der Beiträge für die Publikation waren nur möglich aufgrund der Finanzierung durch das 'Programm zur Förderung der Weiterentwicklung von Hochschule und Wissenschaft'. An dem Antrag sowie den ersten Vorbereitungen für die Tagung war Ulrike Göbel beteiligt. Organisation und Logistik der Veranstaltung lagen in den Händen von Barbara Merkle, Reimar Zeh, Sandra Alilovic,

Daniel Klement und Jacob Leidenberger, die uns in großartiger Weise unterstützt haben. Stefany Jonatat hat mit Akribie die Vorträge transkribiert und so für die Veröffentlichung vorbereitet. Mit Sorgfalt und Gelassenheit hat Jacob Leidenberger das druckfertige Manuskript für dieses Buch erstellt. Allen, die so auf die eine oder andere Weise zu diesem Projekt beigetragen haben, sagen wir hiermit ein herzliches Dankeschön.

Christina Holtz-Bacha und Nina König-Reiling  
Nürnberg, Anfang Januar 2007

## Politikerinnen in den Medien: Vorwort von Heide Simonis

Häufig kommen Politikerinnen in den Medien dann vor, wenn sie Bundeskanzlerin sind – oder einen Fehler machen. Da ersteres bisher nur einmal vorgekommen ist, man sich letzteres nicht wünschen kann, kommen Frauen natürlich viel zu selten vor, wenn es um ihren Beitrag zur Entwicklung unserer Gesellschaft geht. Immer ist da ein gewisser Unterton: Schwächen werden mit Freude, Stärken mit Herablassung dargestellt. Immer ist da aber auch das Beiwerk, mit dem einen Politiker zu schmücken, niemand auf die Idee käme: der Rock zu kurz, die Frisur zu verwegen, die Mundwinkel nach unten gezogen, die Mundwinkel zu einem Lächeln nach oben gezogen. Kein Mensch würde behaupten, dass Altbundeskanzler Kohl auf die Liste der zehn bestgekleideten Männer käme, aber wen kümmert's? Frauen haben da viel mehr zu kämpfen: die kleine Geschichte über den Berliner Prominenten-Friseur, der frau endlich ins rechte Licht gerückt hat, ist allemal interessanter als die Beschäftigung mit dem Thema, was Politikerinnen tun, damit Frauen Familie und Beruf unter einen Hut bringen können.

Da die Zahl der weiblichen Abgeordneten dank politischer Einsicht und vereinbarten Quoten bei SPD und DIE GRÜNEN gestiegen ist, müsste nach den Gesetzen der Wahrscheinlichkeit die Berichterstattung über Politikerinnen inzwischen häufiger sein. Frauen sitzen auch nicht in uninteressanten Ausschüssen, sie tagen nicht in der Wüste oder auf einem fremden Stern: Dennoch, man muss schon doppelt und mehrfach gucken, um sie in den Medien zu finden. Jedes Sommerloch-Interview eines Jungpolitikers zieht mehr Aufmerksamkeit auf sich als der Bericht über Arbeitsmarkt-Fragen, von einer Frau vorgetragen. Das gilt übrigens nicht nur bei Politikerinnen: Es gibt eine beachtliche Zahl von Frauen, die in der Zwischenzeit in der Bundesagentur, Institut für Berufs- und Arbeitsmarktforschung, bei den wirtschaftswissenschaftlichen Weisen, in der Verwaltung, bei ganz wenigen Banken wichtige Positionen innehaben. Sie könnten allerdings genauso gut unsichtbar sein, und das liegt nicht an den Frauen, sondern an der Berichterstattung. Anderes wird dagegen mit höchster Aufmerksamkeit verfolgt: die stellvertretende DGB-Vorsitzende "nervte" nach Meinung der Männer und

musste weg. Darüber gab es eine Zeitungs- und abendfüllende Berichterstattung. Ich kenne Männer, die nerven weit und halten sich dennoch prächtig in ihren Ämtern.

Offensichtlich hält sich das Vorurteil, dass Politik – ebenso wie Fußball – ein ernstes Geschäft ist, das nur Männer verstehen und ausgiebig besprechen können. Dabei liegen die Problemlösungen in einer sich wandelnden Welt, angesichts von Globalisierung, IT- und Kommunikationswegen, Geburtenrückgang in den Industrienationen und hoher Geburtenraten in den Entwicklungsländern, Umweltfragen und Wasserknappheit, Klimawandel und Naturkatastrophen oft in der Geschwindigkeit, mit der diese Probleme erkannt werden und mit neuen, "intelligenten" Lösungen beantwortet werden. Hier sind nicht nur soziales "hard-ware-Verständnis", sondern vor allem soziale "soft-ware-Kenntnisse" gefragt, und davon haben Frauen jede Menge. Frauen beherrschen das Instrumentarium von Teamgeist, Kooperationsfähigkeit mit Außenstehenden, Interdisziplinarität, Geduld und Zähigkeit schon lange, es fehlt ihnen oft nur der Mut, dies auch selbstbewusst nach außen zu vertreten, auch auf die Gefahr hin, dass sie "nerven".

Natürlich haben und hatten wir auch Politikerinnen, die sich mit List und Kenntnis das Ansehen erworben haben, das es ihnen erlaubt, die Stimme zu erheben, aber es dürften gerne mehr sein. Also, nur Mut!, möchte man sagen. Nach einer EU-Untersuchung dauert es noch knapp 150 Jahre, bis eine Frauengeneration herangewachsen sein wird, die mit stolzem Selbstverständnis und ohne Krampf das bekommt, was Männer heute schon haben: Ansehen und Stimme, Einfluss und Macht, Gestaltungsmöglichkeit und Durchsetzungsfähigkeit. Prima, nur geht es nicht doch ein bisschen schneller?

# Zur Einführung: Politikerinnen in den Medien

*Christina Holtz-Bacha*

Rückblick auf die letzten Wochen des Jahres 2001 – nicht lange, bevor im Januar 2002 das bald schon legendäre Wolfratshauer Frühstück der K-Frage ein Ende setzte. Im folgenden Herbst soll Bundestagswahl sein. Lange schon läuft die Spekulation darüber, wen die Unionsparteien ins Rennen gegen Bundeskanzler Gerhard Schröder schicken werden. Es ist bekannt, dass Edmund Stoiber Ambitionen auf die Kanzlerkandidatur hat, erklärt hat er sich noch nicht. Während seine Kompetenz außer Frage steht, wird diskutiert, ob ein Bayer bundesweit ankommen kann. Dass auch Angela Merkel die Kanzlerkandidatur ins Auge gefasst hat, ist offensichtlich. Sie hat in den letzten Wochen die Stimmung in den Ländern und nicht zuletzt bei den Unions-Ministerpräsidenten getestet. Der eine oder andere von ihnen hält sich ebenfalls für einen geeigneten Kandidaten. Für die Medien ist dieser Machtkampf in den Reihen von CDU und CSU ein gefundenes Fressen, sie sind längst auf die Diskussion möglicher Kandidaten, ihrer Stärken und Schwächen eingestiegen. Das Gerangel hat einen Namen bekommen: K-Frage. Es handelt sich offenbar um ein delikates Problem, das mit dieser Abkürzung etwas verbrämt wird. Tatsächlich sind die potenziellen Kandidaten den direkten Fragen von Seiten der Medien stets ausgewichen, keine(r) kann und will sich voreilig zur Kandidatur bekennen.

Es ist klar, dass endlich die Entscheidung fällig ist. In dieser Situation, in einem Interview mit dem *Spiegel*, das am 29. Dezember erscheint, muss sich Angela Merkel fragen lassen: "Ist die Gesellschaft reif für eine Kanzlerin?" (Entscheidungen alleine..., 2001). Warum wurde diese Frage ausgerechnet derjenigen gestellt, die sie, wenn überhaupt, nicht anders als positiv beantworten konnte? Ob die Antwort auf diese Frage – nicht die Antwort von Merkel, sondern entsprechende Zweifel in den Reihen der Union – letztlich die K-Frage entschieden hat, ist nicht zu sagen. Einen Verdacht gab es allerdings: "Gescheitert, weil sie eine Frau ist?", hieß es zum Beispiel im *Stern* (Daniels, 2002). Und schon drei Tage vor dem legendären Frühstück mutmaßte die *Frankfurter Rundschau*: "Frau Merkels Desaster ist nicht zuletzt

auch ein PR-Problem, und das scheint ganz ursächlich damit zusammenzuhängen, dass sie eben eine Frau ist und von den Medien mit Erwartungen konfrontiert wird, die an Männer in vergleichbaren Positionen gar nicht gestellt werden. Stichwort: Frisur" (Brauck, 2001). Jedenfalls wird Angela Merkel 2002 nicht Kanzlerkandidatin. Sie muss Edmund Stoiber den Vortritt lassen. Sein Kompetenzprofil bietet zu diesem Zeitpunkt die größere Chance auf den Wahlsieg, lautet das Argument. Die hohen Arbeitslosenzahlen und die lahrende Wirtschaft gelten wohl eher als eine männliche Domäne.

Ohnehin kann nach der Wahl die rot-grüne Regierung weitermachen, und bald geht Kanzler Schröder daran, sich auf das Jahr 2006 vorzubereiten. In diesem Jahr sollten Fußball-WM und Bundestagswahl zusammenfallen. Gerhard Schröder – bekanntlich ein großer Fußballfan und nicht ganz zu Unrecht überzeugt vom positiven Stimmungseffekt der WM für sich und seine Regierung – hat die Chance erkannt, die die glückliche Koinzidenz zweier wichtiger Ereignisse für ihn und seine Regierung bedeutet, und so beginnt er frühzeitig, den Fußball für die Politik zu instrumentalisieren. Den Unionspolitikern wird es mulmig angesichts von Schröders Aktivitäten: Wie soll man da kontern, wenn die Union zur nächsten Wahl mit einer Frau als Spitzenkandidatin antritt? "Merkel als Frau kann da gar nicht so mitmachen, selbst wenn sie wollte" – so verlaute aus Unionskreisen (Reinsch & Schmiege, 2004). Stünde man sich da nicht besser mit einem männlichen Kanzlerkandidaten, der etwas von Fußball versteht, mit Fanschal Unterstützung demonstrieren und schließlich die Nationalmannschaft auch in der Kabine besuchen könnte?

Die Diskussion über das vermeintliche Handicap, wenn Bundestagswahl und WM in ein Jahr fallen würden, erledigt sich schneller als erwartet durch die Ankündigung der vorgezogenen Neuwahl für den Herbst 2005. Kein anderer Kandidat hat sich bis dahin in Stellung bringen können, diesmal muss die Entscheidung zugunsten von Angela Merkel ausfallen. Womöglich gilt hier wie schon bei der Übernahme des CDU-Parteivorsitzes, wie Heide Simonis nicht zuletzt aus eigener Erfahrung vermutet, dass Frauen immer dann eine Chance in der Politik bekommen, "wenn der Mann vor ihr gescheitert aus der Kurve getragen wurde und sich im Augenblick kein anderer findet, der die Sache übernehmen will" (Simonis, 2004, S. 83). Aber schon am Tag nach der Neuwahlankündigung heißt es wieder: Ist dieses Land reif für eine Kanzlerin? (so z. B. in einem *ZDF special*). Die Beharrlich-

keit, mit der diese Frage gestellt wird und damit Zweifel an der 'Reife' der Wählerschaft geäußert werden, verweist womöglich auch und erst recht auf diejenigen, die sie immer wieder aufbringen: die Medien. Sie scheinen selbst unsicher zu sein, wie mit einer Kanzlerkandidatin umzugehen ist.

### **Wie die Medien mit Politikerinnen umgehen**

Zweifel hinsichtlich der Art und Weise, wie die Medien über Politikerinnen berichten und damit auch ihre Erfolgschancen in der Politik beeinflussen, gibt es schon lange. Für Deutschland hat die Wissenschaft dazu allerdings bislang nur wenige systematische Befunde geliefert, die Anschuldigungen und Vermutungen gegenüber den Medien basierten vielmehr meist auf Untersuchungsergebnissen aus Großbritannien, den USA oder Kanada, wo die Forschungslage zu diesem Themenkomplex etwas besser aussieht. Die eigene Erfahrung lehrt allerdings, dass die deutsche Wissenschaft solche Befunde auch nicht liefern konnte, weil das Thema hierzulande schlicht nicht für ein Thema gehalten wurde, jedenfalls da, wo Nachfrage nach solcher Forschung und finanzielle Unterstützung für entsprechende Studien zu erwarten sein sollte.

Es gibt jedoch allen Grund, in dieser Sache kritisch nachzufragen: Männer handeln, Frauen kommen vor; und das erst recht in der Politik. So lautete pointiert der Befund, als zum ersten Mal die Darstellung von Frauen im deutschen Fernsehen untersucht wurde. Das war 1975 – im Jahr der Frau. Als diese Ergebnisse vorgelegt wurden, ließ sich mit Fug und Recht darauf verweisen, dass Frauen in der Politik ja auch seltener vertreten waren als Männer. Und wenn Frauen dort auftraten, dann in der Regel doch auf solchen Positionen, die nicht so wichtig waren im Sinne der großen Politik und daher auch nicht so viel Aufmerksamkeit generierten. Implizit bedeutete das: Wartet mal ab, wenn die Frauen erst mal besser in der Politik repräsentiert sind, dann finden sie auch das Interesse der Medien. Also alles nur eine Frage der Zeit?

Zweifelloos hat sich seit 1975 viel verändert für die Frauen in Deutschland. Sie sind längst besser vertreten in der Politik, auch wenn dafür gelegentlich einige Nachhilfe nötig war. Wie sich die Beteiligung von Frauen am politischen Prozess in Deutschland genau entwickelt hat, ob wir damit zufrieden sein können oder ob die Politik womöglich noch immer ein männli-

ches Geschäft ist, damit setzt sich der Beitrag von Beate Hoecker in diesem Band auseinander. Ihr Fazit ist klar: Erfolge gibt es in dem Sinne, dass der Anteil der Frauen in der Politik gewachsen ist, aber immer noch sind diejenigen, die in die Politik einsteigen und dort Karriere machen wollen, mit einem männlich geprägten Tätigkeitsfeld konfrontiert, das ihnen seine Regeln aufzwingt. Die Politikerinnen, die sich ebenfalls in diesem Band dazu äußern, tragen entsprechende Erfahrungen bei.

Trotz der mittlerweile stärkeren Repräsentanz von Frauen in der Politik sprechen auch jüngere Analysen medialer Angebote immer noch von 'Marginalisierung' und 'Trivialisierung': Marginalisierung heißt, Frauen kommen in der Berichterstattung weniger häufig vor als Männer, Trivialisierung meint, es wird anders über Frauen berichtet, und zwar tendenziell so, dass ihre politische Rolle und ihre Leistungen eher heruntergespielt und abgewertet werden. Über die Zeit hat es in dieser Hinsicht zwar einige Verbesserungen gegeben, aber Unterschiede sind immer noch da. Neuerdings können wir feststellen, dass sich nicht nur die alten Befunde weiterhin bestätigen, sondern auch dass die Medien in ihrem Umgang mit den Geschlechtern mittlerweile durchaus etwas subtiler geworden sind.

Als 1975 im Rahmen der später so genannten Küchenhoff-Studie zum ersten Mal das Frauenbild des deutschen Fernsehens untersucht wurde, lautete der pauschale Befund, das Fernsehen sei ein Medium des Mannes; Frauen wären in den Informationssendungen eindeutig unterrepräsentiert. Und weiter hieß es da: "Als Politikerinnen, Expertinnen oder Funktionärinnen, also in Funktionen, in denen Sachverstand, Kompetenz und Wissen vielfach als notwendige Voraussetzungen angesehen werden, kamen Frauen nur in verschwindend geringem Maße zu Wort" (Bundesministerium für Jugend, Familie und Gesundheit, 1975, S. 200-201). Hier bestätigte sich die Verdrängung von Frauen und Frauenthemen, wie sie sich auch in anderen Ländern zeigte: Frauen kommen seltener vor als Männer, sie werden seltener in handlungstragenden Rollen präsentiert, ihre Darstellung erfolgt oft bezogen auf den Mann. Politik spielt bei der Konstruktion des Frauenbildes selten eine Rolle, den Frauen wichtige Themen werden vernachlässigt. (Vgl. u. a. Velte, 1995; Schmerl, 2002)

15 Jahre später legte Monika Weiderer (1995) eine Nachfolguntersuchung zur Küchenhoff-Studie vor. Sie konnte nun auch schon das privatkommerzielle Fernsehen einbeziehen und kam zu dem Schluss, dass die gesellschaftlichen Veränderungen, die sich für die Frauen unterdessen erge-



ben hatten, nur wenig Niederschlag im Fernsehen fanden. Eine Analyse von Fernsehnachrichten aus der Mitte der achtziger Jahre bestätigte ebenfalls die früheren Ergebnisse: Frauen kommen kaum vor, bei ARD und ZDF sogar noch weniger als bei den kommerziellen Anbietern. Wo Frauen Berücksichtigung fanden, erfolgte bei ihnen deutlich häufiger eine Vermischung von beruflicher und privater Rolle als bei Männern, die fast ausschließlich in ihrer Berufsrolle auftraten. Allerdings zeigte diese Studie auch noch etwas anderes: Frauen tauchten nun häufiger in solchen Präsentationsformen auf, die Raum für eine öffentlichkeitswirksame Selbstdarstellung geben, das heißt: als Interviewpartnerin oder als Studiogast. Das schien darauf hinzuweisen, dass sich die Lage zugunsten von Frauen verbessert hatte, sie nicht einfach nur mehr 'vorkamen', sondern auch handelten. Da Frauen aber weiterhin quantitativ benachteiligt waren, stellte sich die Frage, ob diese 'Bevorzugung' hinsichtlich der Präsentation Ausdruck einer quasi kompensatorischen Behandlung war und daher eine gewisse Alibifunktion haben könnte.

Bei den Printmedien sieht es keineswegs besser aus als beim Fernsehen. Für die siebziger und achtziger Jahre lautete auch hier der Befund: Marginalisierung und Trivialisierung (vgl. dazu und im folgenden Schmerl, 1989; 2002). Wenn über Frauen berichtet wird, geschieht das am häufigsten und in dieser Reihenfolge mit Bezug zu den Themenbereichen 'Kultur und Unterhaltung', 'Prominenz und Klatsch' sowie 'Kriminalität'. An vierter Stelle erst folgt die Berichterstattung im Kontext 'Politik', der bei Männern an vorderster Stelle steht. Für die neunziger Jahre immer noch ganz ähnliche Befunde. Nach wie vor gilt in den Printmedien eine erhebliche Unterrepräsentanz von Frauen. Wo Frauen vorkommen, schlagen sich ihre politischen Belange sowie die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Leistungen von Frauen kaum nieder. Vielmehr erhalten in der Frauenberichterstattung solche Themen Priorität, die Unterhaltungswert aufweisen. Die weitgehende Ausblendung von Frauen im Bereich der *hard news* sowie die Berichterstattung in anderen Themenkontexten "heißt natürlich auch, dass in diesen 'anderen' Genres auch oft 'anders' über sie berichtet wird: Mit einem *anderen* Blick auf sie (Körper, Alter, Kleidung), mit einem *anderen* Interesse an ihnen (Privates, Emotionales, Sexuelles) und mit *anderen* Zuschreibungen (Motive, Kompetenzen, Leistungen)" (Schmerl, 2002, S. 409; Hervorhebungen im Original). Die neueste Presseanalyse, die von Anfang 2006 datiert, bestätigt noch einmal die geringe Berücksichtigung von Frauen und ihre Benachteiligung vor allem im Kontext der Themenfelder Wirtschaft, Politik und Sport; die Welt-

politik wird in diesem Zusammenhang gar als "frauenfrei" bezeichnet (Röser, 2006).

Die jüngsten Ergebnisse über die Präsenz von Frauen in der Nachrichtenberichterstattung verschiedener Medien (Hesse & Röser, 2006) bestätigen wiederum die schwache Repräsentanz von Politikerinnen. Im Fernsehen und in Tageszeitungen macht ihr Anteil jeweils 19 Prozent aus, im Radio sind sie mit 23 Prozent nur unwesentlich besser vertreten. Die Rede ist in diesem Zusammenhang nun sogar von einem "Nachrichtenfaktor Geschlecht" (Röser, 2006). Das soll heißen, das Geschlecht von Akteuren stellt ein – nicht notwendigerweise bewusstes – journalistisches Auswahlkriterium dar, das zu einer systematischen Bevorzugung männlicher Akteure in der Berichterstattung führt.

Studien, in denen es speziell um die Berichterstattung über Politikerinnen ging, haben außerdem die subtileren Mittel der Andersbehandlung aufgedeckt. Dazu gehören unter anderem die geschlechtsspezifische Bewertung politischer Ämter, die Verwendung der Ansprache "Frau" als permanente Verweisung auf das Geschlecht sowie die Abwertung ihrer politischen Leistungen (Pfannes, 2004; Sterr, 1997; Wille, 2001).

Was ist also zu sagen in Anbetracht von Befunden, die die Andersbehandlung von Frauen und eben auch Politikerinnen immer noch wieder bestätigen? War wirklich alles nur eine Frage der Zeit, eben bis Frauen in der Politik besser repräsentiert sind, wie es früher so gerne beschwichtigend hieß? Offenbar nicht. Es scheint wohl doch noch andere Faktoren zu geben, die hier wirksam werden.

Es gab da aber auch noch ein anderes Argument, das in gleicher Weise der Beruhigung der Gemüter dienen sollte: Es ließ sich nämlich darauf verweisen, dass der Journalismus schließlich ein Männerberuf war, und die männlichen Journalisten tun sich eben etwas schwer in dieser Sache. Man konnte also Hoffnung haben, dass sich die Darstellung von Frauen verändern würde, wenn erstmal mehr Frauen im Journalismus tätig wären. Der Anteil der Frauen im Journalismus hat sich mittlerweile erhöht. Aber auch das hat offenbar nicht den Effekt gehabt, den mancher prophezeit hatte. Ist also womöglich auch der Journalismus immer noch ein männliches Geschäft? Der Beitrag von Romy Fröhlich in diesem Band setzt sich mit dieser Frage auseinander. Ebenso wie für die Politik ist auch hier der Befund klar: "Der Journalismus in Deutschland ist nach wie vor ein Männerberuf".

Wenn das so ist, müssen wir also weiterhin darauf warten, bis wir wissen, ob an dem oben genannten Argument etwas dran ist.

Warum ist das alles eigentlich wichtig? Warum stellen wir überhaupt die Frage nach dem Umgang der Medien mit Frauen? Die Repräsentanz der Geschlechter in den Medien und die Art und Weise, wie Frauen und Männer, Politikerinnen und Politiker dargestellt werden, bezieht ihre Relevanz aus der sehr einfachen, aber eben doch komplexen Tatsache, dass die Medien Weltbildapparate sind, wie es Winfried Schulz in Anlehnung an Konrad Lorenz ausgedrückt hat: Die Medien beeinflussen die individuelle Konstruktion von Wirklichkeit, sie prägen unser Wissen und unser Verständnis dessen, was in der Welt geschieht. Und dabei übermitteln sie uns zugleich eine Vorstellung davon, was und wer wichtig ist in dieser Welt. Wenn also Frauen nicht oder nur zu einem geringen Teil in den Medien vorkommen, dann sind sie offenbar auch nicht so wichtig; was sie tun, scheint keinen Nachrichtenwert zu haben. Und das ist längst nicht alles. Die Medien geben uns Rahmen bzw. Schemata, um nicht zu sagen: Stereotype, vor, die wir zur Bewertung von Ereignissen und Personen, die Gegenstand der Berichterstattung sind, heranziehen. Das wiederum bedeutet, die Art und Weise, wie Frauen in den Medien dargestellt werden, was also über Frauen gesagt wird oder wie sie im Bild gezeigt werden, das alles liefert Vorgaben für die Beurteilung von Frauen und ihrer Rolle in der Gesellschaft.

### **Fit für die Medien?**

Was ergibt sich daraus speziell für Politikerinnen? Mitte der neunziger Jahre war in einer Zusammenfassung der amerikanischen Forschung zu diesem Thema die Rede von den "political consequences of being a woman" (Kahn, 1996). Damit war gemeint, dass die Medien einen erheblichen Einfluss darauf haben, ob und wie Frauen in der Politik Karriere machen, wie ihre Rolle in der Politik wahrgenommen und wie sie bewertet wird. Und das sind wahrlich politische Konsequenzen.

Umgekehrt stellt sich nun aber auch die Frage, wie Frauen, wie Politikerinnen mit den Medien umgehen, wie sie sich auf die Medien und deren Logik einstellen. Sind die Politikerinnen reif für die Medien, oder gibt es da Defizite, die unweigerlich ihren Niederschlag in den Medien finden müssen? Müssen sich Frauen gegenüber den Medien anders 'verkaufen' als ihre

männlichen Kollegen? Wie lässt sich den Erwartungen der Medien und denjenigen des Medienpublikums begegnen? Auch wenn Frauen längst und mittlerweile auch in größerer Zahl Einzug gehalten haben in die deutsche Politik, so wissen wir doch in Deutschland bislang nicht allzu viel darüber, wie sich die Politikerinnen auf die Medien einstellen und diese womöglich auch gezielt für ihr politisches Marketing einplanen (vgl. dazu Holtz-Bacha, *Mit den Waffen...*, in diesem Band)

Die Journalistinnen Bettina Schausten und Birgitta Stauber-Klein lassen in ihren Beiträgen in diesem Band keinerlei Zweifel daran aufkommen, dass die deutschen Politikerinnen fit sind für den Umgang mit den Medien. Wie sich bei Angela Merkel gezeigt hat, gilt das sogar beim Fußball (Angela Merkel..., 2006). Wenn das so ist, kann den Politikerinnen nicht nachgesagt werden, sie hätten Mitschuld an der Art und Weise, wie über Frauen in der Politik berichtet wird. Das aber bedeutet, die Medien tragen eine hohe Verantwortung dafür, ob und wie Frauen politische Karriere machen können und ob der Maßstab in der Politik immer die Männer sein müssen.

Politikerinnen – das machen Renate Schmidt und Claudia Roth hier deutlich, aber das lässt sich ebenso aus den Beiträgen von Beate Hoecker und Romy Fröhlich schließen – müssen, wenn sie in der Politik bestehen und Karriere machen wollen, an zwei Fronten kämpfen, gegenüber der Männerwelt der Politik und der des Journalismus. Und auch zwischen beiden gibt es enge Verbindungen und Netzwerke, die nicht so einfach zu überwinden sind. Angela Merkel hat es trotzdem geschafft, gegen die Ministerpräsidenten, denen es schwerfiel, die Reihen hinter ihr zu schließen, und einen, der ihr sogar die Richtlinienkompetenz absprechen wollte; gegen die Medien, die, kaum dass sie Kanzlerkandidatin war, umschwenkten auf die Frage "Kann die das?"; und mit einem Wahlkampf, der als kalt und unweiblich verurteilt wurde. Einmal Kanzlerin, spielen die journalistischen Selektionskriterien für sie: Was der Kanzler tut, ist immer wichtig für die Berichterstattung, auch wenn es eine Kanzlerin ist. Das heißt aber noch lange nicht, dass die Beschäftigung mit ihrem Äußeren ein Ende gefunden hätte. Warum trägt sie keine Handtasche – und stört damit die Parallelen, die so gern zwischen ihr und der 'Eisernen Lady' Maggie Thatcher gezogen wurden? Aber: "Was die Handtasche für Mrs. Thatcher war, ist die Halskette für Frau Merkel" und sie qualifiziert sich damit als "Doris Day der deutschen Politik: ordentlich angezogen, toupierte Ballonfrisur, immer lieb lächelnd und gnadenlos unterschätzt, bis sie unerwartet zuschlägt" (Resch, 2007).

## Literatur

- Angela Merkel im Fußball-Interview: Topfit zum entscheidenden Zeitpunkt – dann ist alles drin. (2006, 1. Januar). Abgerufen am 19. Januar 2006 von [www.bundesregierung.de/Reden-Interviews-,12405.941221/interview/Angela-Merkel-im-Fussball-Intc.htm](http://www.bundesregierung.de/Reden-Interviews-,12405.941221/interview/Angela-Merkel-im-Fussball-Intc.htm)
- Brauck, M. (2001, 7. Januar). Was hat sie nicht, was er hat? Spin-Doctoring für Angela Merkel: Die CDU-Parteivorsitzende steckt in einem tiefgreifenden PR-Dilemma. *Frankfurter Rundschau*. Abgerufen am 11. November 2001 von [wysiwyg://Body.128/http://www.frankfurterrundschau.de/fr/280/t280019.htm](http://wysiwyg://Body.128/http://www.frankfurterrundschau.de/fr/280/t280019.htm)
- Bundesministerium für Jugend, Familie und Gesundheit. (Hrsg.) (1975). *Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen. Empirische Untersuchung einer Forschungsgruppe der Universität Münster unter Leitung von Professor Dr. Erich Küchenhoff*. Stuttgart: W. Kohlhammer.
- Daniels, A. (2002, 17. Januar). Gescheitert, weil sie eine Frau ist? *Stern*, S. 28-30.
- "Entscheidungen alleine treffen". (2001, 29. Dezember). *Der Spiegel*, S. 57-59.
- Hesse, M., & Röser, J. (2006). Mehr Präsenz von Frauen in den Hauptnachrichten deutscher Medien. In *Präsenz von Frauen in den Nachrichten. Medienbeobachtungen 2005* (S. 12-17). Bonn: Journalistinnenbund.
- Kahn, K. F. (1996). *The political consequences of being a woman. How stereotypes influence the conduct and consequences of political campaigns*. New York: Columbia University Press.
- Pfannes, P. (2004). 'Powerfrau', 'Quotenfrau', 'Ausnahmefrau'...? *Die Darstellung von Politikerinnen in der deutschen Tagespresse*. Marburg: Tectum Verlag.
- Reinsch, M., & Schmiese, W. (2004, 19. Dezember). Schröder am Entmüdungsbecken. *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*, S. 4.
- Resch, S. (2007, 5./6./7. Januar). Unbeschreiblich weiblich. *Süddeutsche Zeitung*, S. V.
- Röser, J. (2006). Der Pressejournalismus als Konstrukteur männlicher Dominanz. Geschlechterverhältnisse auf den Hauptnachrichtenseiten deutscher Tageszeitungen – eine Zwölf-Wochen-Analyse. In *Präsenz von Frauen in den Nachrichten. Medienbeobachtungen 2005* (S. 27-36). Bonn: Journalistinnenbund.
- Schmerl, C. (1989). Die öffentliche Inszenierung der Geschlechtscharaktere – Berichterstattung über Frauen und Männer in der deutschen Presse. In C. Schmerl (Hrsg.), *In die Presse geraten. Darstellung von Frauen in der Presse und Frauenarbeit in den Medien* (2. Auflage; S. 7-52). Köln: Böhlau.
- Schmerl, C. (2002). "Tais-toi et sois belle!" 20 Jahre Geschlechterinszenierung in fünf westdeutschen Printmedien. *Publizistik*, 47, 388-411.
- Simonis, H. (2004). *Unter Männern. Mein Leben in der Politik*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Sterr, L. (1997). *Frauen und Männer auf der Titelseite. Strukturen und Muster der Berichterstattung am Beispiel einer Tageszeitung*. Pfaffenweiler: Centaurus.
- Velte, J. (1995). Die Darstellung von Frauen in den Medien. In R. Fröhlich & C. Holtz-Bacha, *Frauen und Medien* (S. 181-253). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Weiderer, M. (1995). *Das Frauen- und Männerbild im deutschen Fernsehen: Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Programme ARD, ZDF und RTL plus*. Regensburg: S. Roderer.

Wille, F. (2001). *Die Darstellung von Angela Merkel in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und in der Süddeutschen Zeitung*. Nürnberg: Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät, Friedrich-Alexander-Universität (unveröffentl. Diplomarbeit).