

# Inhaltsverzeichnis

<b>Kurzzusammenfassung</b> .....	15
<b>Einleitung</b> .....	19
<b>1 Untersuchungsfelder und Forschungsfragen</b> .....	21
1.1 Was ein Programm leisten muß: Ergebnisse der verfassungsrechtlichen Einordnung des §12 Abs. 2 .....	21
1.1.1 Verfassungsrechtliche Rahmenbedingungen.....	24
1.1.1.1 Leitbild des Grundgesetzes: Medium und Faktor .....	24
1.1.1.2 Grenzen der Rundfunkfreiheit .....	25
1.1.2 Prüfungsschritte.....	26
1.1.2.1 Interpretation des Wortsinns .....	26
1.1.2.2 Der Programmgrundsatz als Teil der positiven Rundfunkordnung .....	29
1.1.2.3 Der Programmgrundsatz als allgemeines Gesetz .....	30
1.1.2.4 Der Programmgrundsatz als immanente Schranke .....	31
1.1.3 Schlußfolgerungen für die weiteren Untersuchungsschritte .....	34
1.2 Was ein Programm für die Verwirklichung von Gleichberechtigung leisten könnte: Ergebnisse aus Literaturanalyse und Expertinnen-Befragung .....	36
1.2.1 Quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm .....	39
1.2.1.1 Journalistinnen.....	39
1.2.1.2 Akteurinnen .....	43
1.2.1.3 Zusammenfassung: Quantitative Berücksichtigung von Frauen im Programm .....	44

1.2.2	Qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm.....	45
1.2.2.1	Status von Akteurinnen.....	45
1.2.2.2	Geschlechtsrollenstereotype in der Berichterstattung.....	48
1.2.2.3	Geschlechtsrollenstereotype in der Werbung .....	51
1.2.2.4	Zusammenfassung: Qualitative Berücksichtigung von Frauen im Programm .....	54
1.2.3	Thematische Berücksichtigung von Frauen im Programm.....	54
1.2.3.1	Themenspektrum der Berichterstattung .....	54
1.2.3.2	Gleichstellungsrelevante Themen .....	56
1.2.3.3	Frauenspezifische Perspektive in der Berichterstattung.....	58
1.2.3.4	Zusammenfassung: Thematische Berücksichtigung von Frauen in der Berichterstattung.....	60
1.2.4	Sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm.....	60
1.2.4.1	Sexistischer Sprachgebrauch .....	60
1.2.4.2	Symmetrischer vs. mitmeinender Sprachgebrauch.....	62
1.2.4.3	Kommunikationsverhalten von Männern und Frauen .....	63
1.2.4.4	Zusammenfassung: Sprachliche Berücksichtigung von Frauen im Programm .....	65
1.2.5	Zusammenfassung: Untersuchungsfelder.....	65
1.3	Definition der Forschungsfragen.....	66
2	<b>Programmanalyse</b> .....	69
2.1	Analyse des Wortprogramms .....	69
2.1.1	Methodisches Vorgehen .....	69
2.1.2	Allgemeines zur Programmstruktur der Sender .....	70
2.1.2.1	Beitragslänge .....	70
2.1.2.2	Beitragsarten .....	71
2.1.2.3	Berichterstattungsraum .....	71
2.1.3	Untersuchungsfeld: Anteil der Frauen on air .....	71
2.1.3.1	Anteil der Moderatorinnen und Moderatoren.....	72

2.1.3.2	Anteil der Journalistinnen und Journalisten .....	73
2.1.3.3	Anteil der Akteurinnen und Akteure .....	74
2.1.3.4	Zusammenfassung: Frauen on air .....	80
2.1.4	Untersuchungsfeld: Frauenspezifische Darstellung von Themen.....	81
2.1.4.1	Themen der Berichterstattung.....	81
2.1.4.2	Gleichstellungsrelevante Themen.....	82
2.1.4.3	Frauenspezifischer Blickwinkel.....	82
2.1.4.4	Zusammenfassung: Frauenspezifische Darstellung von Themen.....	83
2.1.5	Untersuchungsfeld: Sprache.....	83
2.1.6	Senderprofile .....	86
2.1.7	Zusammenfassung: Wortprogramm .....	92
2.2	Sonderstudie Werbung .....	94
2.2.1	Repräsentanz von Frauen .....	95
2.2.2	Funktionen.....	96
2.2.3	Rollendarstellungen.....	99
2.2.4	Beworbene Produkte .....	100
2.2.5	Eigenschaften und Verhaltensweisen .....	101
2.2.6	Direkte, offene Herabsetzung.....	102
2.2.7	Zusammenfassung: Werbung.....	103
2.3	Sonderstudie Musik.....	104
2.3.1	Geschlecht der Interpretinnen und Interpreten .....	104
2.3.2	Inhalte.....	106
2.3.3	Zusammenfassung: Musik.....	107
2.4	Zusammenfassung: Programm .....	107
3	<b>Redaktionelle Strukturen und gleichstellungsförderndes Radio.....</b>	<b>111</b>
3.1	Fax-Befragung zur Beschäftigungssituation von Frauen im Lokalfunk .....	112
3.2	Auswahl der Fallgebiete .....	114
3.3	Im Profil – Charakteristika der ausgewählten Lokalstationen .....	115
3.3.1	Sender A: Der „Emanzen-Mann“ im Team.....	116
3.3.2	Sender B: Allein unter Männern .....	117
3.3.3	Sender C: Eine „engagierte Kollegin“ .....	119
3.3.4	Sender D: Die „Spielertrainerin“ .....	120
3.3.5	Sender E: Regulierender Eingriff in puncto „Frauenthemen“ .....	121
3.3.6	Sender F: Bessere Bewerberinnen.....	122
3.3.7	radio NRW: Aufgeschlossene Geschäftsführung .....	124

3.4	Vergleichende Analyse.....	125
3.4.1	Viele Journalistinnen = gleichstellungsförderndes Programm – geht die Rechnung auf? .....	125
3.4.1.1	Arbeitsorganisation.....	125
3.4.1.2	Moderation, Themen und Akteurinnen.....	129
3.4.1.3	Einflüsse von redaktionsexternen Faktoren .....	132
3.4.2	Vergleich der Sender mit unterschiedlich hohen untersuchungsrelevanten Programmleistungen .....	133
3.4.2.1	Arbeitsorganisation.....	133
3.4.2.2	Moderation, Themen und Akteurinnen.....	134
3.5	Zusammenfassung: Redaktionelle Strukturen .....	136
4	<b>Programm-Kritik und Wünsche des Publikums</b> .....	139
4.1	Ergebnisse der Repräsentativ-Befragung .....	139
4.1.1	Soziodemographische Daten und Mediennutzung .....	140
4.1.2	Einschätzungen zum Stand der Gleichstellung in Deutschland.....	142
4.1.3	Berücksichtigung von Frauen im Programm.....	144
4.1.3.1	Präsenz von Journalistinnen on air .....	145
4.1.3.2	Präsenz von Akteurinnen on air.....	147
4.1.4	Themen.....	153
4.1.5	Frauenfeindliche Berichterstattung – ein Abschaltfaktor? .....	159
4.2	Ergebnisse der Gruppendiskussionen.....	161
4.2.1	Zur Zusammensetzung der Gruppen .....	161
4.2.2	Die Hörbeispiele und ihre Bewertung in den Gruppendiskussionen .....	162
4.2.2.1	Hörbeispiel 1.....	162
4.2.2.2	Hörbeispiel 2.....	162
4.2.2.3	Hörbeispiel 3.....	163
4.2.2.4	Hörbeispiel 4.....	163
4.2.3	Auswertung nach Untersuchungsfeldern.....	164
4.2.3.1	Anteil der Journalistinnen on air.....	164
4.2.3.2	Anteil der Akteurinnen on air .....	164
4.2.3.3	Frauenspezifische Aufbereitung von Themen .....	165
4.2.3.4	Geschlechtsrollen.....	167
4.2.3.5	Sprache .....	168
4.3	Zusammenfassung: Publikumsforschung.....	168
5	<b>Frauensendungen im Bürgerfunk – eine echte Ergänzung?</b> .....	171
5.1	Inhaltsanalyse der Frauensendungen.....	171
5.1.1	„Die 3 k’s – kess, kühn, kirchlich“, Essen .....	172

5.1.2	„Frauenredaktion“ (Kreis Wesel) .....	176
5.1.3	Frauenmagazin von Radio ASG (Düsseldorf).....	179
5.1.4	„Donna wettet!“, Münster .....	182
5.1.5	Zusammenfassung: Inhaltsanalyse .....	185
5.2	Gruppendiskussionen mit den Bürgerfunk-Hörerinnen .....	186
5.2.1	Die Besetzung der Gesprächsrunden.....	187
5.2.2	Die Bewertung der Hörbeispiele .....	187
5.2.3	Die Bewertung der Frauensendungen im Bürgerfunk.....	188
5.2.3.1	Bewertung von Inhalten und Machart .....	189
5.2.3.2	Nutzung des redaktionellen Programms .....	190
5.2.4	Auswertung nach Untersuchungsfeldern.....	190
5.2.4.1	Anteil von Frauen on air .....	190
5.2.4.2	Frauenspezifische Darstellungen .....	191
5.2.4.3	Sprache .....	192
5.3	Zusammenfassung: Frauensendungen im Bürgerfunk .....	192
6	<b>Workshop: Wie gleichstellungsfördernd kann ein Lokalradio sein?</b> .....	195
6.1	Ziele und Ablauf des Workshops .....	195
6.2	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	196
6.2.1	Relevanz der Gleichstellung für Expertinnen, Journalistinnen und Journalisten .....	196
6.2.2	Meinungen zur Rolle des Lokalfunks im Gleichstellungsprozeß .....	197
6.2.3	Veränderung von Auswahlroutinen zur Steigerung des Akteurinnenanteils.....	199
6.2.4	Wie kann Gleichberechtigung direkt thematisiert werden? .....	200
6.2.5	Wie können klischeehafte Darstellungen vermieden werden?.....	202
6.2.6	Wie kann geschlechtsbewußte Berichterstattung aussehen?.....	202
6.2.7	Voraussetzungen in den Redaktionen für eine geschlechtsbewußte Berichterstattung .....	203
6.3	Zusammenfassung: Workshop .....	204
7	<b>Zusammenfassung und Ausblick</b> .....	207
7.1	Zusammenfassung der empirischen Ergebnisse .....	207
7.2	Ausblick .....	212
8	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	219
	<b>Anhang</b> .....	225
1.	Zur Anlage der Untersuchung – Operationalisierung der Forschungsfragen.....	225

2.	Expertinnen-Interviews .....	226
3.	Inhaltsanalyse .....	227
4.	Kategoriensystem .....	228
5.	Reliabilität .....	228
6.	Werbstudie.....	230
7.	Musikstudie .....	230
8.	Befragung in den Sendern .....	231
9.	Hörerinnenforschung.....	232
	9.1 Daten zur repräsentativ angelegten Erhebung.....	232
	9.2 Gruppendiskussionen .....	233
10.	Fallstudien zu Frauensendungen im Bürgerfunk.....	234

# Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen im Text

1.1	Akteurstruktur in der Berichterstattung.....	46
1.2	Determinanten für Frauen- und Männerbilder.....	49
1.3	Themenstruktur in der Berichterstattung.....	55
2.1	Strukturdaten der Stichprobe.....	70
2.2	Sender mit Frauenmehrheit on air.....	73
2.3	Verteilung der Akteurinnen und Akteure.....	74
2.4	Bei welchen Themen kommen Frauen vor?.....	75
2.5	Positionen der Akteurinnen und Akteure.....	77
2.6	Themen ohne Akteurinnen.....	79
2.7	Themen der Berichterstattung.....	81
2.8	Sexistische Formulierungen stammen meist von Männern.....	84
2.9	Indikator 1 und 2: Obere Quartile.....	87
2.10	Indikator 1 und 2: Untere Quartile.....	87
2.11	Indikator 3: Oberes Quartil.....	88
2.12	Indikator 3: Unteres Quartil.....	89
2.13	Indikator 4 und 5: Obere Quartile.....	90
2.14	Indikator 4 und 5: Untere Quartile.....	90
2.15	Indikator 6 und 7: Obere Quartile.....	91
2.16	Indikator 6 und 7: Untere Quartile.....	92
2.17	Akteurinnen und Akteure in der Werbung.....	95
2.18	Haupt- und Nebenrollen in der Werbung.....	97
2.19	Sprache und Gesang in der Werbung.....	98
2.20	Das letzte Wort.....	98
2.21	Rollenverteilung nach Produktgruppen.....	101
2.22	Interpretinnen und Interpreten.....	105
2.23	Themen der untersuchten Titel.....	107
3.1	Frauenanteil in den Redaktionen.....	113
3.2	Die Fallgebiete - Kerndaten im Überblick.....	116
3.3	Sender A.....	117
3.4	Sender B.....	118
3.5	Sender C.....	119

3.6	Sender D.....	120
3.7	Sender E.....	121
3.8	Sender F.....	123
4.1	Lokalradionutzung nach Altersgruppen.....	140
4.2	Gründe für Nichthören nach Altersgruppen.....	141
4.3	Statements zum Stand der Gleichstellung.....	143
4.4	Zu wenig Frauen hinter dem Mikro.....	145
4.5	Kritische Hörerinnen monieren Schwächen.....	146
4.6	Gefragt: Frauen, die Verantwortung tragen.....	148
4.7	Kritische Frauen vermissen Entscheiderinnen.....	150
4.8	Kritik an Gesellschaft und Medien.....	152
4.9	Gleichberechtigung ganz oben auf dem Wunschzettel.....	154
4.10	Gleichstellungsfragen und Themenwünsche.....	157
4.11	Thema Soziales – Status beeinflusst Interesse.....	158
4.12	Gut ein Viertel der Hörerinnen kritisiert die Frauendarstellung.....	160
5.1	Frauen gewinnen an Bedeutung.....	174
5.2	Status der Akteurinnen und Akteure.....	175
5.3	Akteurinnen nach Status.....	184
I.1	Reliabilitäts-Koeffizienten.....	229
I.2	Sechser-Skala.....	232