

WHO MAKES THE NEWS?



GMMP

Global Media
Monitoring
Project

2020

Schweiz

Executive Summary



GMMP

Global Media Monitoring Project

2020



GMMP 2020 is licensed under creative commons using an Attribution-NonCommercial-NoDerivs.

GMMP 2020 is co-ordinated by the World Association for Christian Communication (WACC), an international NGO which promotes communication for social change..



Data for GMMP 2020 were collected through the collective voluntary effort of hundreds of organizations including gender and media activists, grassroots communication groups, university researchers, students, mediaprofessionals, journalists associations, alternative media networks and faith groups.

Noncommercial. You may not use this work for commercial purposes.

No derivative Works. You may not alter, transform, or build upon this work.

For any use or distribution, you must make clear to others the license terms of this work. Your fair use and other rights are in no way affected by



WACC

communication for all



EQUALITY.CH

Schweizerische Konferenz der Gleichstellungsbeauftragten SKG
Conférence suisse des délégué-e-s à l'égalité CSDE
Conferenza svizzera delle-i delegate-i alla parità CSP

the above

In Partnership with



United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women



United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization



Australian Broadcasting Corporation



Executive Summary

Als Basis des Zusatzberichts der Schweiz zum GMMP 2020 wurden 669 Beiträge, Artikel und Tweets analysiert, die am 29. September 2020 von Schweizer Medien veröffentlicht wurden. Es wurden Webseiten von Medien, Printausgaben von Zeitungen, Radiosendungen, Fernsehsendungen und Twitter Feeds untersucht – zum ersten Mal aus allen vier Sprachregionen. Dabei handelte es sich um 167 Online-Artikel, 221 Zeitungsartikel, 57 Radiobeiträge, 61 Fernsehbeiträge und 163 Tweets¹.

Insgesamt haben am 29. September 2020 in den untersuchten Medien 628 Journalist:innen 669 Beiträge, Artikel und Tweets verfasst und darin 1823 Personen erwähnt.



669 Beiträge

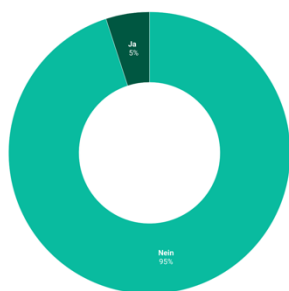


**1823 erwähnte
Personen**

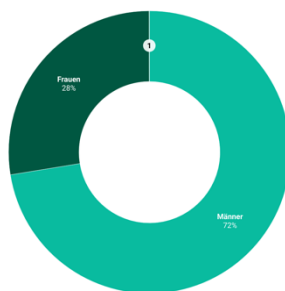


628 Journalist:innen

**Davon 5%, die Stereotypen
herausfordern**

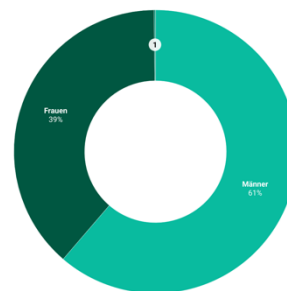


Davon 28% Frauen



¹ Andere

Davon 39% Frauen



¹ Andere

Die Untersuchung 2020 zeigt, dass die Medienbranche seit der letzten GMMP-Ausgabe im Jahr 2015 in Bezug auf die Gleichstellung stärkere Fortschritte gemacht hat als in den vorherigen Jahren. Die Unterschiede zwischen den Geschlechtern sind aber vor allem in der Berichterstattung noch immer gross: Weniger als ein Drittel der erwähnten Personen sind Frauen und ausser einem Kind war keine Person nicht gender-konform.

Der Frauenanteil in der Berichterstattung unterscheidet sich zwischen den Sprachregionen. Die italienische Schweiz fällt im Vergleich zu den anderen Sprachregionen stark ab: Hier kommen nur 21.5% Frauen in der Berichterstattung vor. In der Deutsch- und Westschweiz wie auch in der Romanischen Schweiz ist der Frauenanteil 4-7 %-Punkte höher (D: 29.1%, F: 27.8%, R: 25.7%).

Der grössere Unterschied zeigt sich allerdings zwischen den einzelnen Titeln. Die Titel mit dem höchsten Frauenanteil² sind Blick.ch (49%), 10vor10 (47%), 20 Minuten (45%) und RTS.ch (41%), sowohl Online-Medien, eine Printausgabe und ein TV-Programm. Die niedrigsten Werte wiesen Der Bund (3%), SRF Tagesschau Mittag (9%), @srfnews (10%) und LeTemps.ch (14%) auf³. Im Durchschnitt der Medienformate ist der Frauenanteil auf Twitter mit 22.5% am tiefsten, in den anderen Medienformaten bewegt sich der Anteil zwischen 26.6% (Radio) und 28.1% (Internet).

¹ Es wurden nur selbst abgesetzte Tweets der betreffenden Medienkanäle untersucht und keine Retweets eingeschlossen.

² Mind. n=10

³ Ebenso mind. n=10

Expertinnen sind deutlich untervertreten

Die Geschlechterverteilung der Funktionen, mit denen die Personen erwähnt wurden, zeigt einen Gender Gap bei professionellen Funktionen auf: Frauen haben zwar einen überdurchschnittlichen Anteil an den Funktionen der Augenzeug:innen, von Personen mit einer geläufigen Meinung oder Personen, die eine persönliche Erfahrung teilen, kommen aber vor allem als Expertin oder Kommentatorin mit 20% nur selten vor. In der Berichterstattung über COVID-19 zeigt sich dieser Trend noch stärker: Hier sind die Expert:innen nur zu 17% weiblich.

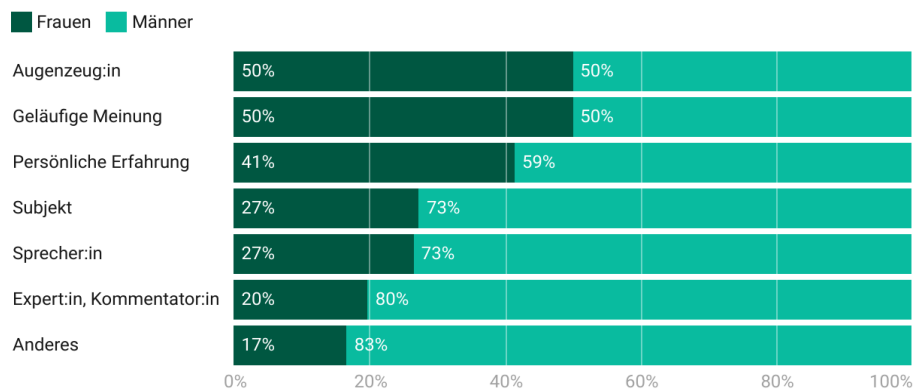


Abb. 1: Geschlechterverteilung bei Funktionen von Subjekten und Quellen in Berichten.

Fast 50% Journalistinnen im Radio und TV

Die Vertretung von Frauen im Journalismus ist über die Medienformate hinweg sehr unterschiedlich. Besonders auf den klassischen Kanälen sind mehr Artikel und Beiträge von Frauen zu finden. Besonders im Radio (47.8%) und TV (48.2%) ist der Anteil der Frauen höher als in anderen Medienformaten. Auf den digitalen Kanälen zeigt sich ebenfalls ein Gap: Frauen kommen häufiger in Berichten von Online-Medien vor (33.1%), als auf Twitter (22.1%). Im Vergleich dazu finden sich in den Printzeitungen (38.7%) mehr Berichte von Frauen.

Gender Gap bei der Rollenverteilung

Der hohe Frauenanteil im Radio und TV relativiert sich aber mit einem Blick auf die Rollenverteilung von Journalist:innen. Frauen agieren wesentlich häufiger als Moderatorinnen anstatt als Reporterinnen. Im Radio akzentuiert sich dieser Unterschied weniger stark als in Fernsehbeiträgen. Dort machen sie 58% der Moderator:innen aus, in Radiobeiträgen sind es 54%. Als Reporter:innen werden fast doppelt so häufig Männer eingesetzt, im Radio (63%) ebenso wie im TV (65%).

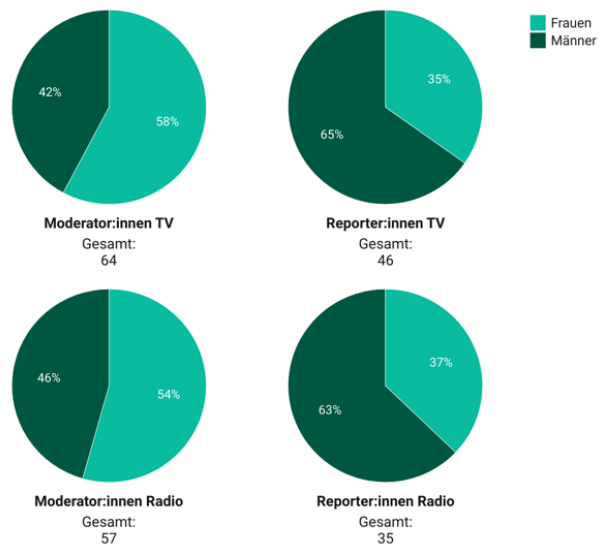
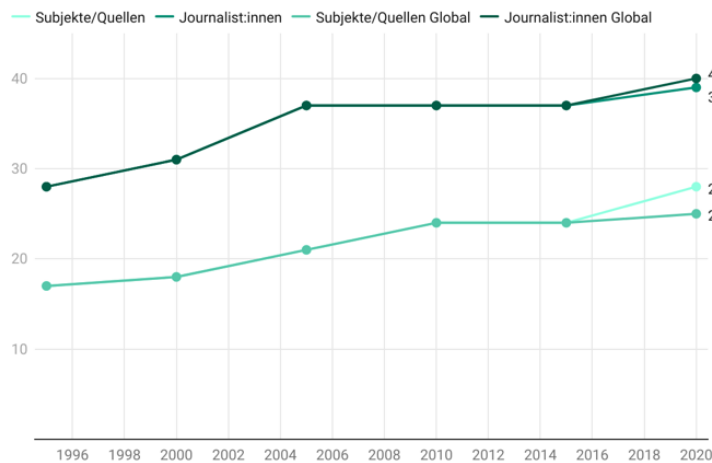


Abb. 2: Geschlechterverteilung bei Rollen im TV und Radio.







Internationaler und diachroner Vergleich



Der Frauenanteil im Journalismus wie auch in der Berichterstattung ist seit der letzten Untersuchung 2015 weiter gestiegen. Nach einer Stagnation der Werte vor allem bei den Journalist:innen von 2005-2015 zeigt sich dieses Jahr wieder eine deutlichere Entwicklung. Zudem heben sich beide Werte das erste Mal von den globalen Werten ab: 28% der Subjekte und Quellen sind Frauen, im globalen Durchschnitt sind es nur 25%.

Abb. 3: Internationaler und diachroner Vergleich des Frauenanteils an Journalist:innen und Subjekten und Quellen.

Weitere Resultate in Kürze

	Frauen sind in Medienberichten jünger als Männer: Sie sind am häufigsten zwischen 35-49 Jahren, Männer meistens zwischen 50-64 Jahren alt. Der Anteil der 65-79-jährigen ist bei Männern dreimal so hoch wie bei Frauen.
	Bei Frauen wird knapp dreimal häufiger die Familienrolle erwähnt als bei Männern.
	Frauen werden häufiger als Opfer denn als Überlebende, Männer häufiger als Überlebende denn als Opfer dargestellt. Überlebende von COVID-19 waren am häufigsten männlich.
	Journalistinnen sind fast alle 35-49 Jahre alt, jüngere oder ältere gibt es kaum. Journalisten verteilen sich über eine grössere Altersspanne.
	Frauen sind in der Berichterstattung über Kunst und Unterhaltung deutlich übervertreten, gleichzeitig aber in den Themen Politik, Wirtschaft und Wissenschaft nur wenig vertreten.
	59% der Subjekte und Quellen in Berichten, in denen Stereotype herausgefordert wurden, sind Frauen.