



Wien, am 7. August 2020

Aktuelle Studie „Frauen – Politik – Medien 2019“ untersucht Präsenz von Frauen in Wirtschaft, Politik und Medien

Gemeinsames Projekt von Arbeiterkammer (AK), Industriellenvereinigung (IV) und RHI Magnesita – Zahl der Frauen in Führungsfunktionen erhöhen, Chancen verbessern

Wien (OTS) Seit mittlerweile sieben Jahren untersucht die Agentur MediaAffairs regelmäßig die mediale Sichtbarkeit und Präsenz von Frauen sowie den Stellenwert der Frauen(-politik) in der aktuellen politischen Debatte. In „Frauen – Politik – Medien 2019“ legt Studienleiterin **Maria Pernegger** den Fokus auf das Thema „Frauen und Digitalisierung“. Unterstützung für die nunmehr veröffentlichte Studie kommt von RHI Magnesita, Arbeiterkammer (AK) und Industriellenvereinigung (IV), die mit dem Projekt vor allem zur Bewusstseinsbildung beitragen wollen, um die Zahl der Frauen in Führungsfunktionen zu erhöhen und ihre Chancen weiter zu verbessern.

Studienautorin Maria Pernegger: Digitalisierung ist Jahrhundertchance für Gleichberechtigung – Voraussetzung ist, sie wird genützt!

Die MediaAffairs-Studie bestätigt erneut grobe Schief lagen in der Präsenz von Frauen in entscheidungsrelevanten Positionen der Gesellschaft. Obwohl sich Fortschritte und positive Veränderungen abzeichnen – sei es der historisch höchste Frauenanteil in der Politik oder die Umsetzung einer gesetzlichen Geschlechterquote für Aufsichtsratsposten – schlägt sich das in der vorliegenden Studie zur medialen Sichtbarkeit nur marginal nieder. „Frauen an der Spitze gelten nach wie vor als Exotinnen. Zwar werden die wenigen ‚Merkels‘ dieser Welt gerne ins Treffen geführt, um zu demonstrieren, dass Gleichberechtigung längst im Alltag angekommen sei, aber dieses Bild täuscht, die Realität ist überwiegend eine andere“, so Studienautorin **Maria Pernegger**. Die Unterrepräsentanz von Frauen in entscheidungsrelevanten Positionen quer durch viele Branchen fuße laut Pernegger auf einer lang gewachsenen und gelebten Tradition, in der Seilschaften, aber auch ein traditionelles Rollenverständnis, wirken. Den heurigen Schwerpunkt der Analyse, die Digitalisierung, bezeichnet Pernegger als „window of opportunity“: „Die Digitalisierung ist eine Jahrhundertchance für Frauen, weil das Geschlecht darin zur Nebensächlich keit wird und primär Kompetenz, Handlungs- und Gestaltungsfähigkeit zählen. Diese Gelegenheit muss ergriffen werden.“ Frauen und Mädchen sind laut Pernegger im Kontext der Digitalisierung ein riesiger Talentepool. In der medialen Sichtbarkeit kommen Frauen im Kontext der Digitalisierung überproportional stark vor, nicht zuletzt deshalb, weil viele große Unternehmen (insbesondere in der Industrie und der Softwareindustrie) begriffen haben, dass viele Frauen die notwendige Digital-Kompetenz mitbringen und zudem nach außen wirksame Role Models sein können. In vielen anderen Branchen dagegen sind Frauen im Kontext der Digitalisierung kaum wahrnehmbar, da gebe es laut Pernegger enormen Handlungsbedarf.

AK-Präsidentin Renate Anderl: Mehr Unterstützung für Anliegen und Bedürfnisse von Frauen durch die Politik notwendig

„Frauen sind in Österreich zwar auf dem Papier gleichberechtigt – in der Wirklichkeit sieht es aber ganz anders aus“, sagt **Renate Anderl**, Präsidentin der Arbeiterkammer Wien. Das hänge auch damit zusammen, wie über die Problemlagen, Interessen und Bedürfnisse von Frauen berichtet wird – und ob die Politik Handlungen setzt. „Wir haben bei der Präsenz von



Frauen in Medien noch viel zu tun, und es ist ein Henne-Ei Thema: Wird nicht ausreichend für Frauen auf politischer Ebene getan, weil so wenig berichtet wird? Oder wird wenig berichtet, weil auf politischer Ebene wenig passiert?“ Gerechte Löhne, die Situation von Alleinerzieherinnen, Unterstützung für Migrantinnen, das seien, so Anderl, Themen, die Frauen in großem Ausmaß in ihrem täglichen Leben betreffen, und wo sie sich Antworten von der Politik erwarten. „In den Medien sind das aber, das zeigt uns die Studie, maximal Randthemen.“ Anderl richtet Forderungen sowohl an die Politik, als auch an die Medien: „Es braucht mehr Unterstützung für die Anliegen und Bedürfnisse von Frauen seitens der Politik. Und die Medien müssen Frauen und ihre Lebensrealitäten besser abbilden.“

IV-Ausschussvorsitzender Axel Kühner: Rollenklischees aufbrechen, Digitalisierung als Chance, Diversität als Treiber für Innovation

„Medien sind wichtige Meinungsbildner und haben eine zentrale Rolle, wenn es um die Darstellung der Gleichberechtigung von Frauen und Männern geht. Es gilt Ungleichgewichte in der medialen Sichtbarkeit von Männern und Frauen zu beheben und Rollenklischees aufzubrechen“, betont **Axel Kühner**, Vorsitzender des Ausschusses für Bildung & Gesellschaft in der Industriellenvereinigung und CEO Greiner AG. Aus Sicht der Industrie sei es wichtig, mehr Frauen für technische und naturwissenschaftliche Berufe zu motivieren und die enormen beruflichen Chancen im Bereich der Digitalisierungen aufzuzeigen. „Gerade in Branchen wie Informationstechnologie, Industrie 4.0/Automatisierung oder Smart Engineering suchen wir händeringend nach Fachkräften, wir können es uns schlicht nicht leisten, hier auf weibliches Potenzial zu verzichten“, so Kühner, der hinzufügt: „Diversität in den Belegschaften und Führungspositionen ist außerdem ein wesentlicher Treiber für Innovation und wirkt sich positiv auf die Wertschöpfung in Unternehmen aus.“

Simone Oremovic (RHI Magnesita): Frauen in digitalen Berufen vor den Vorhang holen – Romy-Sophie Katz (RHI Magnesita): Jungen Frauen und Mädchen zeigen, dass ihnen Karrierechancen in technischen Branchen offenstehen

Als führendes Technologieunternehmen für hochwertige Feuerfestprodukte, -lösungen und -dienstleistungen, setzt RHI Magnesita starke Impulse zur Digitalisierung in der Branche. Mit dem modernsten Werk der Feuerfestindustrie im österreichischen Radenthein sowie einem starken Fokus auf digitale Innovationsprojekte baut RHI Magnesita seine Technologieführerschaft aus. Als Industrieunternehmen in einem traditionell sehr männlich geprägten Sektor hat RHI Magnesita sich konkrete Ziele gesetzt, um den Frauenanteil kontinuierlich zu erhöhen. Bis 2025 sollen 33 Prozent der Führungspositionen von Frauen besetzt sein. „Frauen im Bereich Digitalisierung zu fördern, ist eine Aufgabe, an der wir alle gemeinsam arbeiten müssen. Medien sind gefordert, Frauen in digitalen Berufen vor den Vorhang zu holen, damit sie Vorbilder für Mädchen und junge Frauen sein können. Wir Führungskräfte müssen darauf achten, dass wir Frauen ein Arbeitsumfeld bieten, in dem sie sich wohlfühlen, gut verdienen und Aufstiegsmöglichkeiten sehen“, betont **Simone Oremovic**, Executive Vice President People, Projects und Communications RHI Magnesita. Dass Frauen in digitalen Berufen sehr stark in Medien repräsentiert sind, wundert Oremovic jedoch nicht – schließlich arbeite auch RHI Magnesita ständig daran, Mitarbeiterinnen aus hochtechnologischen Bereichen vor den Vorhang zu holen. „In den letzten Jahren konnten wir den Frauenanteil unter Führungskräften stetig steigern. Doch es gibt noch sehr viel zu tun. Gerade im digitalen und produzierenden Bereich ist der Frauenanteil viel zu gering. Wir brauchen jetzt starke,



sichtbare Role Models, um mehr junge Frauen für diese Bereiche zu begeistern“, so Oremovic weiter.

Romy-Sophie Katz, Product Owner Digital Initiatives RHI Magnesita, leitet eines der wichtigsten Digitalisierungsprojekte des Technologieführers der Feuerfestbranche. Die 30-jährige gilt als High Potential, und revolutioniert einen Bereich, der bis dato als Männerdomäne galt. Katz entwickelt 3D-Scans, die bei laufendem Betrieb Aggregate im Hochtemperaturbereich permanent scannen, um den Produktionsprozess zu überwachen. Große internationale Konzerne stehen vermehrt in der Öffentlichkeit und haben daher, so Katz, eine Vorbildfunktion, wenn es um Themen wie Chancengleichheit geht. „Industrie und Technik sind nach wie vor stark männlich dominiert. Ich sehe mich als Teil einer Generation von Frauen, die eine Verantwortung trägt, das zu ändern. Ich möchte jungen Frauen und Mädchen zeigen, dass ihnen Karrierechancen in technischen Branchen offenstehen“, so Katz, die abschließend hinzufügt: „RHI Magnesita hat es mir ermöglicht, gemeinsam mit meinem Team eine Vision umzusetzen und daraus ein Produkt zu entwickeln. Ich wünsche mir, dass auch in anderen Unternehmen jungen Kolleginnen solche Chancen bekommen – und dass Frauen diese Chancen auch ergreifen.“

Die gesamte Studie finden Sie unter: <http://frauenstudie2019.mediaaffairs.at>

Rückfragehinweise:

Studienautorin
Maria Pernegger
+43 676 450 01 70
m.pernegger@mediaaffairs.at
www.mediaaffairs.at

Arbeiterkammer Wien
Chefin vom Dienst
+43 1 50165 12565
presse@akwien.at
<https://wien.arbeiterkammer.at>

Industriellenvereinigung (IV)
Sandra Bijelic
Pressesprecherin
+43 (1) 711 35-2305
sandra.bijelic@iv.at
<https://www.iv.at/medien>

RHI Magnesita
Patrizia Pappacena
Vice Spokesperson
+43 699 1870 6443
patricia.pappacena@RHIMagnesita.com
www.rhimagnesita.com