

Wien, am 7. Juni 2019

Neue Studie „Frauen –Politik –Medien 2018“ 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 sechs 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 2018“ legt Studienleiterin Maria Pernegger dieses Mal einen besonderen Schwerpunkt auf Frauen in der Wirtschaft –insbesondere als Unternehmerinnen und in Managementfunktionen. Unterstützung für die aktuelle 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. Die Ergebnisse der Studie wurden am heutigen 7. Juni in einer gemeinsamen Pressekonferenz vorgestellt.

Zwtl.: Studienautorin Maria Pernegger: Wunsch nach mehr Diversität und Realität klaffen in der Wirtschaft weit auseinander

Die Media-Affairs-Studie „Frauen –Politik –Medien“ bestätigt zum wiederholten Mal, dass Frauen medial in fast allen Bereichen –von Sport, über Politik bis hin zur Justiz –im Vergleich zu Männern stark unterrepräsentiert sind. Einem Drittel Frauen stehen in den österreichischen Massenmedien zwei Drittel Männer gegenüber. Das ist zum Teil den realen Gegebenheiten geschuldet, da Frauen auch im Jahr 2019 in vielen Fachbereichen selten an der Spitze anzutreffen sind. Es liegt der Ball laut Studienautorin Maria Pernegger aber auch bei den Medien, die Frauen häufig klischeebehaftet inszenieren und stark auf einige wenige männliche Big-Player fokussieren würden. „Nur, wenn Frauen auch öffentlich sichtbar werden, können sie gleich wirksam Politik, Wirtschaft und Gesellschaft gestalten. Gerade in der Wirtschaft würden der Wunsch nach mehr Diversität und die Realität weit auseinanderklaffen“, so die Studienautorin. Laut Studie sind lediglich 12 Prozent der Wirtschaftsberichterstattung von Frauen in Spitzenpositionen besetzt. Pernegger: „Wirtschaft ist damit in der öffentlichen Darstellung ganz klar männlich konnotiert, obwohl mittlerweile ein Drittel der heimischen Unternehmen von Frauen geführt wird.“ Die Studie zeigt ein großes Gefälle in der Wirtschaftsberichterstattung nach Unternehmensgröße, wo die Berichterstattung über sehr große Unternehmen dominiert und den kleineren Playern wie KMU oder Start-Ups nur wenig Raum für Profilierung bleibt. Letztere seien es laut Pernegger aber, wo Frauen medial vergleichsweise stark sichtbar sind (37 Prozent als Chefinnen in Kleinunternehmen; 41 Prozent als Leiterinnen von Start-ups). Auch der zuletzt gestiegene Frauenanteil in den Aufsichtsräten wirke sich auf die Sichtbarkeit von Frauen in der Wirtschaft nur marginal aus, da Aufsichtsratspositionen im Vergleich zum Management und den CEOs in der Berichterstattung kaum eine Rolle spielen würden. Die Studie zeigt vor allem bei Energieversorgung, in der IT-Branche, bei Industrie, im Handel und der Finanzbranche mit einem Frauenanteil unter 10 Prozent ein starkes Geschlechtergefälle, welches allerdings die Realität widerspiegelt. Um tradierte

Rollenbilder aufzubrechen, seien laut Pernerger Medien und Wirtschaft gleichermaßen gefordert. Die sehr präsenten und großen Unternehmen sieht Pernerger dabei in einer wichtigen Vorbildrolle: „Will ich Frauen oder Mädchen für Wirtschaft, Forschung oder Technik begeistern, muss ich mich davon verabschieden, diese Bereiche vordergründig mit Männern zu besetzen.“

Zwtl.:AK-Präsidentin Renate Anderl: Chancengleichheit vorantreiben und Lebensrealität von Frauen stärker sichtbar machen

„Frauenpolitische Anliegen erleben einmal im Jahr ihre Hochblüte: rund um den Frauentag. Während der übrigen 364 Tage erhalten Themen wie die Lohngerechtigkeit, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, die Gleichberechtigung der Frauen nur wenig Aufmerksamkeit“, sagt AK-Präsidentin Renate Anderl. „Aus meiner Sicht geht es um zwei Dinge: darum, die Chancengleichheit der Frauen voranzutreiben. Und zweitens darum, die aktuellen Lebensrealitäten von Frauen stärker sichtbar zu machen. Es gibt in Österreich mehr als eine halbe Million Menschen –Mütter und Väter –mit Kindern unter 6 Jahren, die erwerbstätig sind. Aber wie viel oder besser wie wenig haben wir in den letzten Monaten über die Vereinbarkeit von Familie und Beruf gelesen und gehört? Wir brauchen mehr Investitionen in die Kinderbetreuung und in Ganztagschulen. Wir brauchen mehr partnerschaftliche Teilung und dazu auch einen Rechtsanspruch auf den Papamonat.“

Zwtl.: IV-Präsident Georg Kapsch: Rollenklischees aufbrechen, auf Bewusstseinsbildung setzen

„Medien spiegeln den Zustand einer Gesellschaft wider. Sie sind wichtige Meinungsbildner und haben eine zentrale Rolle, wenn es um die Darstellung der Gleichberechtigung von Frauen und Männern geht“, so IV-Präsident Georg Kapsch, der einen großen Aufholbedarf in der Art der medialen Präsenz von Frauen sieht. „Rollenklischees müssen aufgebrochen und Ungleichgewichte in der Sichtbarkeit von Frauen und Männern behoben werden“, so Kapsch weiter. Denn schließlich hätten Frauen in den vergangenen Jahrzehnten in vielen Bereichen stark aufgeholt: in Forschung, Medizin, Justiz, bei den Hochschulabschlüssen allgemein, in der Wirtschaft und der Teilhabe am Arbeitsmarkt. „Wir können es uns als Wirtschaftsstandort nicht leisten, auf weibliches Potenzial zu verzichten. Mehr Frauen in Führungsetagen sind daher nicht nur aus gesellschaftspolitischen, sondern auch aus wirtschaftlichen Gründen wesentlich. Ein Ziel, das wir durch Eigeninitiative der Unternehmen und intensive Bewusstseinsarbeit erreichen müssen“, hielt der IV-Präsident fest.

Zwtl.: Simone Oremovic(RHI Magnesita): Medien gefordert, Frauen aus der Industrie vor den Vorhang zu holen

Simone Oremovic, Executive Vice President RHI Magnesita: „Frauen in der Industrie zu fördern, ist eine Aufgabe, an der wir alle gemeinsam arbeiten müssen. Mit gezielten Frauen- und Mädchenförderungsprogrammen müssen wir schon in der frühkindlichen Erziehung beginnen, um Frauen für eine Karriere in der Technik und Industrie zu begeistern. Wir als Arbeitgeber müssen darauf achten, dass wir Frauen fördern, indem wir ihnen ein Arbeitsumfeld bieten, indem sie sich wohlfühlen, gut verdienen und Aufstiegsmöglichkeiten sehen. Hier gehen wir als RHI Magnesita mit

guten Beispiel voran und haben schon gute Erfolge erzielt“, so Oremovic. Aber auch der Journalismus hat eine zentrale Rolle: „Medien sind gefordert, Frauen aus der Industrie vor den Vorhang zu holen.“

Fotos zum honorarfreien Download sowie die gesamte Studie finden Sie unter:

<http://mediaaffairs.at/aktuellebeitraege/gesellschaft/frauenstudie218.html>

sowie

<https://www.rhimagnesita.com/de/studiefrauen/>

Rückfragehinweise:

MediaAffairs

Studienautorin Maria Pernegger

m.pernegger@mediaaffairs.at

+436764500170

Arbeiterkammer Wien

Chefln vom Dienst

+43 1 50165 12565

presse@akwien.at

<https://wien.arbeiterkammer.at>

Industriellenvereinigung

Mag. Matthis Prabitz

Pressesprecher

+43 (1) 711 35-2305

matthis.prabitz@iv.at

<https://www.iv.at/medien>

Lisa Fuchs

Corporate Spokesperson

M +43 699 1870 6198

Kranichberggasse 6, 1120 Vienna, Austria

www.rhimagnesita.com