

Leitfaden: Gleichstellung in regionalen Medien. Eine Praxishilfe für Medienvertretungen und Öffentlichkeitsarbeit.

1. Einleitung

Regionale Medien prägen Meinungsbildung, Rollenbilder und gesellschaftliche Normalität in besonderem Maß. Eine gleichstellungsorientierte Medienarbeit trägt dazu bei, Vielfalt sichtbar zu machen, demokratische Teilhabe zu stärken und stereotype Darstellungen abzubauen. Gleichzeitig stehen Medienvertretungen häufig unter hohem Zeit- und Ressourcendruck.

Dieser Leitfaden setzt genau hier an: Er bietet **Quick Wins** – also sofort umsetzbare, niedrigschwellige Maßnahmen –, mit denen Medienvertretungen und Öffentlichkeitsarbeit ohne strukturelle Großreformen wirksam zur Gleichstellung beitragen können.

Der Fokus liegt auf praktischer Anwendbarkeit, klarer Förderlogik und unmittelbarer Wirkung im redaktionellen Alltag.

2. Ziel und Zielgruppe des Leitfadens

Ziel des Leitfadens ist es, Medienvertretungen dabei zu unterstützen,

- Gleichstellung systematisch, aber pragmatisch in ihre Arbeit zu integrieren,
- erste sichtbare Veränderungen zu erzielen und
- eine Grundlage für weiterführende Maßnahmen zu schaffen.

Zielgruppen sind insbesondere:

- regionale Print-, Radio- und Online-Medien,
- Community Media (freie Radios, Bürgermedien, offene Kanäle),
- Pressestellen, Öffentlichkeitsarbeit von Institutionen und Verbänden,
- Mediengremien und redaktionelle Leitungen.

3. Was sind Quick Wins?

Quick Wins sind Maßnahmen, die:

- ohne großen finanziellen oder personellen Aufwand umsetzbar sind,
- in bestehende Arbeitsprozesse integriert werden können,
- schnell Wirkung entfalten und
- das Bewusstsein für Gleichstellung nachhaltig schärfen.

4. Die fünf Handlungsfelder der Gleichstellung

Der Leitfaden basiert auf fünf zentralen Handlungsfeldern:

1. **Ausgewogene Sichtbarkeit**
2. **Abbau von Rollenklischees**
3. **Geschlechtersensible Sprache und Bildauswahl**
4. **Vielfalt in Redaktionen und Entscheidungsstrukturen**
5. **Transparenz und Messbarkeit**

5. Quick Wins nach Handlungsfeldern

Hinweis: Die folgenden Beispiele verstehen sich als modulare Maßnahmen. Medienvertretungen können einzelne Quick Wins auswählen, kombinieren oder schrittweise erweitern – abhängig von Ressourcen, Medientyp und Organisationsform.

5.1 Ausgewogene Sichtbarkeit

Ziel: Alle Geschlechter sollen in regionalen Medien quantitativ und qualitativ gleichwertig sichtbar sein.

Quick Wins:

- Aufbau und Nutzung einer regionalen Expert_innen- und Sprecher_innenliste (Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft).
- **Bewusste Selbstverpflichtung:** Bei Beiträgen, Interviews oder Zitaten wird aktiv geprüft, ob weibliche oder diverse Stimmen berücksichtigt wurden.

- Kurzfrage vor Veröffentlichung: **Wer spricht – und wer fehlt?**
 - Einführung einer internen Zielmarke (z. B. mindestens 40 % weibliche Stimmen pro Ausgabe/Sendung).
 - Sichtbarmachung von Frauen nicht nur als Betroffene, sondern gezielt als Fachpersonen und Entscheidungsträger_innen.
 - Thematische Serien oder Rubriken mit Fokus auf vielfältige Rollenbilder in der Region.
- ➔ **Nutzen:** Mehr Vielfalt in der Berichterstattung, breitere Perspektiven und höhere Identifikation des Publikums – ohne zusätzlichen Rechercheaufwand.

5.2 Abbau von Rollenklischees

Ziel: Stereotype Darstellungen und geschlechtsbezogene Zuschreibungen sollen vermieden werden.

Quick Wins:

- Einführung einer **kurzen redaktionellen Prüfung von Überschriften, Bildern und Bildunterschriften** vor Veröffentlichung.
 - Verzicht auf **stereotype Begriffe und Zuschreibungen** (z. B. Hervorhebung von Geschlecht statt Kompetenz).
 - Entwicklung eines internen „**No-Go**“-**Beispielkatalogs** mit problematischen Formulierungen.
 - **Regelmäßige Kurzreflexion im Team:** Welche Rollenbilder reproduzieren wir unbewusst?
 - Vergleich von Darstellungen unterschiedlicher Geschlechter bei ähnlichen Themen.
- ➔ **Nutzen:** Erhöhte journalistische Qualität, glaubwürdigere Berichterstattung und Stärkung professioneller Standards.

5.3 Geschlechtersensible Sprache und Bildauswahl

Ziel: Sprache und Bilder sollen inklusiv, respektvoll und nicht ausschließend sein.

Quick Wins:

- Festlegung einer **einheitlichen gendergerechten Sprachpraxis** (z. B. Genderstern, Doppelnennung oder neutrale Begriffe).
 - Dokumentation der gewählten Sprachpraxis in einem kurzen internen **Hinweisblatt**.
 - Ergänzung von **Bilddatenbanken um stereotypefreie Motive** (Frauen in Technik, Männer in Care-Arbeit, diverse Altersgruppen).
 - **Verzicht** auf sexualisierte oder abwertende Bilddarstellungen.
 - **Regelmäßiger Austausch** über Unsicherheiten bei Sprache und Bildwahl im Team.
- ➔ **Nutzen:** Konsistenz nach außen, weniger interne Diskussionen und höhere Akzeptanz beim Publikum.

5.4 Vielfalt in Redaktionen und Entscheidungsstrukturen

Ziel: Unterschiedliche Perspektiven sollen auch in redaktionellen Entscheidungen vertreten sein.

Quick Wins:

- **Paritätische oder vielfältige Besetzung** von Arbeitsgruppen, Panels und Projektteams.
 - Einführung eines Rotationsprinzips bei Moderationen, Sprecher_innenrollen oder Leitungsaufgaben.
 - **Aktive Einladung von Frauen und unterrepräsentierten Personen** zur Mitwirkung (nicht nur Selbstmeldungen).
 - Transparente Kommunikation von Mitwirkungsmöglichkeiten.
 - Mentoring oder Tandemmodelle zwischen erfahrenen und neuen Mitarbeitenden.
- ➔ **Nutzen:** Mehr Perspektiven in Entscheidungsprozessen und höhere interne Identifikation – ohne formale Umstrukturierung.

5.5 Transparenz und Messbarkeit

Ziel: Fortschritte sollen sichtbar, nachvollziehbar und kommunizierbar gemacht werden.

Quick Wins:

- Einführung einfacher Strichlisten oder Kurzstatistiken (z. B. zitierte Personen nach Geschlecht und Rolle).

- Regelmäßige Kurzreflexionen im Team (monatlich oder quartalsweise).
- Interne Jahresübersicht zu Entwicklungen in der Berichterstattung.
- Veröffentlichung eines kurzen Gleichstellungs-Selbstverständnisses auf Website oder Programmheft.
- Nutzung der Ergebnisse für Berichte, Förderanträge oder Öffentlichkeitsarbeit.

➔ **Nutzen:** Bewusstsein durch Zahlen, klare Argumentationsbasis und Grundlage für Weiterentwicklung.

Best-Practice-Box: Gleichstellung mit Quick Wins erfolgreich umsetzen

Ausgangslage:

Eine regionale Medienvertretung (Print/Online) stellte fest, dass Frauen in der Berichterstattung zwar präsent waren, jedoch überwiegend als Betroffene oder in sozialen Kontexten, selten jedoch als Expert_innen oder Entscheidungsträger_innen.

Umgesetzte Quick Wins:

- Aufbau einer einfachen internen Expertinn_enliste mit regionalen Fachfrauen aus Politik, Wirtschaft, Bildung und Zivilgesellschaft.
- Einführung einer **Kurzfrage** im Redaktionsprozess: *Ist in diesem Beitrag mindestens eine weibliche Fachstimme vertreten?*
- Überarbeitung der Bildauswahl bei Schwerpunktartikeln hin zu stereotypfreien Darstellungen.
- Monatliche interne Kurzreflexion (15 Minuten) zur Sichtbarkeit und Sprache.

Ergebnisse nach sechs Monaten:

- Deutlich erhöhter Anteil weiblicher Expert_innen in Artikeln und Interviews.
- Wahrnehmbare Veränderung der Themenvielfalt und Perspektiven in der Berichterstattung.
- Positives Feedback aus dem Publikum sowie erhöhte Anschlussfähigkeit für Förderprogramme.

Erfolgsfaktoren:

- Niedrigschwelliger Einstieg ohne Mehraufwand.
- Klare Verantwortlichkeiten in der Redaktion.
- Kombination aus Selbstverpflichtung, Reflexion und Messbarkeit.

Übertragbarkeit:

Die beschriebenen Maßnahmen sind auf Print-, Radio-, Online- und Community Media gleichermaßen übertragbar und lassen sich an regionale Gegebenheiten flexibel anpassen.

6. Anwendung in verschiedenen Medientypen

Die Quick Wins sind flexibel einsetzbar und lassen sich an unterschiedliche Medientypen anpassen:

- **Print:** Schwerpunkt auf Überschriften, Bildauswahl und Zitatvielfalt.
- **Radio:** Fokus auf O-Töne, Moderationssprache und Themenauswahl.
- **Online & Social Media:** Sichtbarkeit in Teasern, Kommentarmoderation, Bildsprache.
- **Community Media:** Partizipation, Mentoring und niedrigschwellige Sensibilisierung.

7. Integration in Öffentlichkeitsarbeit und Förderlogik

Die Quick Wins eignen sich besonders gut für:

- Projektanträge und Förderprogramme,
- interne Leitlinien und Selbstverpflichtungen,
- Berichte und Evaluationen.

Sie zeigen Handlungsbereitschaft, Realismus und Wirkung – zentrale Kriterien in Förderkontexten.

8. Fazit

Gleichstellung in regionalen Medien beginnt nicht mit komplexen Reformen, sondern mit bewussten Entscheidungen im Alltag. Die hier vorgestellten Quick Wins ermöglichen einen sofortigen Einstieg, schaffen sichtbare Effekte und legen den Grundstein für nachhaltige Veränderungen. Medienvertretungen, die diese Maßnahmen umsetzen, stärken nicht nur Gleichstellung, sondern auch ihre eigene journalistische Qualität und gesellschaftliche Relevanz.