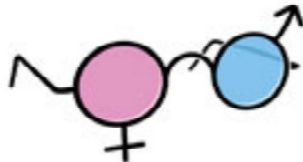


Sehr verehrte Soroptimists aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, liebe Organisatorinnen von Soroptimist Schweiz und Soroptimist Thun

Ich bedanke mich herzlich für die Einladung und freue mich, mit ihnen ein paar Gedanken zu teilen zu Frauen und Männern, zu Geschlechtermachtverhältnissen und zu Doing Gender in der Kommunikation.

***Frauen kommunizieren anders.
Männer auch.***
*Was können wir voneinander
lernen?*



Kommunikation – Texte – Gender // Franziska Müller // puncto Pressebüro, Bern

Frauen kommunizieren anders. Männer auch. Mit dieser Feststellung wird mein Referat im Programm angekündigt. Wäre sie nicht mit einer Frage gekoppelt, könnten wir es jetzt einfach bei einem «Aha» belassen. Oder sagen: «Stimmt. Stimmt nicht» – oder «Like. Don't like», wenn wir eine «Hashtag Feministin» sind, wie sie die Massenmedien parallel zum munteren Feminismus-Bashing gerade entdecken.

Aber gut, da ist diese Frage im Untertitel, die uns dann doch zu denken gibt: *Was können wir voneinander lernen?*

Es ist eine dieser Fragen, die eine Kette weiterer Fragen nach sich zieht: Was **sollen** Männer von Frauen lernen, was Frauen von Männern - und was lieber nicht? Was **wollen** Frauen überhaupt lernen für die Kommunikation? Und von welchen Männern und Frauen denn?

Bevor wir uns in Antworten festlegen, werfen wir einen Blick auf Felder, in denen Sie wirken und die Sie engagiert und innovativ bestellen: Ihre Herstory und ihre Netz, Ihre Ökonomie, ihre Bilderpolitik und externe Kommunikation. Lernfelder also.

Dafür setzen wir die Genderbrille auf. Sie hilft uns schärfer zu sehen, differenzierter zu analysieren. Und vielleicht auch präzisere Fragen zu stellen.

Gucken wir zuerst das Instrumentarium genauer an:

In den 1980er-Jahren war der Impuls stark, den Geschlechterbegriff in die Kategorien sex und gender zu unterteilen. In den Sozialwissenschaften, in der Frauen- und Geschlechterforschung, aber auch in der Medizin, stellten sich Fragen, die sich mit biologischen oder biologistischen Erklärungen nicht mehr beantwortet liessen.

Auf der politischen Ebene hatten feministische Bewegungen zwar einiges erreicht, darunter die formale Gleichstellung von Frauen als Bürgerinnen. In sozialen, ökonomischen und gesellschaftlichen Belangen hielten sich Machtunterschiede und Diskriminierungen aufgrund des Geschlechts jedoch beharrlich.



/ Aufteilung des Geschlechterbegriffs in die zwei *Kategorien sex und gender*.

/ *Geschlechterverhältnisse*: Historisch geworden und politisch gestaltete ökonomische, kulturelle und soziale Bedingungen und Beziehungen zwischen den Geschlechtern in einer Gesellschaft.

/ *Geschlechterordnung*: Dimension sozialer Ordnung, in der sich gesellschaftliche Zuordnung nach Geschlecht vollzieht und reproduziert.

/ *Doing Gender*: (Inter-)aktive Herstellung und Darstellung, resp. Konstruktion von Geschlecht.

Die Erkenntnis, dass Geschlecht ein Effekt kultureller, historischer und sozialer Prozesse ist, war bahnbrechend. Denn:

/ Sie machte die Konstruiertheit von Geschlecht in kulturellen und historischen Kontexten nicht nur verstehbar, sondern verhandelbar.

/ Sie legte den Blick frei auf die Geschlechterverhältnisse, damit auf Ungleichheit.

/ Sie schärfte das Bewusstsein dafür, dass Geschlecht als Strukturkategorie die gesellschaftlicher Ordnung und die Organisation von Gesellschaften wesentlich prägt.

/ Nicht zuletzt rückte sie die Geschlechterdifferenz aus dem Nebenschauplatz und aus dem Nebenwiderspruch fortschrittlicher Politik ins Zentrum von Zukunftsdebatten.

Dies alles schuf Raum und Bewusstsein für Doing Gender. Für diese Praxis ist das Freundschaftstreffen heute ein gutes Beispiel: Sie schaffen Erlebnisse, tauschen sich aus, leben Kultur. Das gibt ein tolles Frauenbild ab.

An der **Geschlechterordnung** vermochte die Unterscheidung in sex und gender nicht wirklich zu rütteln. Diese bleibt dual, bipolar, von Heteronormativität geprägt und durch ein stabiles Machtgefälle gekennzeichnet.

Dass die Machtfrage zu wenig oder gar nicht gestellt wurde, dass das Analyseinstrument Gender zu leichtfertig – oder gar strategisch – mit einer Politik für Geschlechtergleichheit und -gerechtigkeit verwechselt wurde, das war denn auch die hauptsächliche feministische Kritik am grassierenden Genderboom in allen Institutionen.

Den vielfältigen Lebenslagen von Frauen und Männern wurde die Differenz- und Strukturkategorie Gender in ihrer Bipolarität auch nicht gerecht.

Denn Frauen sind nicht einfach Frauen im Gegensatz zu Männern. Ihr soziales Geschlecht ist nicht der einzige Rahmen und bestimmende Faktor für ihr Leben. Frauen sind alt oder jung, kommen von Payerne oder Prishtina, haben einen unterschiedlichen nationalen und gesellschaftlichen Status, verfügen über finanzielles und/oder kulturelles Kapital oder stammen aus prekären Verhältnissen. Auf gesellschaftlicher Ebene, bei der Regelungen von Ein- und Ausschluss respektive des knappen Zugangs zu Ressourcen dienen verschränkte Strukturkategorien als ein Mittel der Regulierung.



<http://www.dayofthegirl.org/intersectionality>

Nicht zuletzt hat die frühe Auffassung von Gender selbst Ausschluss produziert, indem sie die Zweigeschlechtlichkeit als Paradigma bestätigte. Die Kritik von Transgender Personen und Organisationen schlagen sich nieder in den jüngsten Versuchen einer geschlechtergerechten Schreibweise. vom -l oder /innen zu _ oder *

Mit dem Konzept der Intersektionalität, konnten solche Ausblendungen in den Blick genommen und die Geschlechterforschung weiter entwickelt werden. Die intersektionale Perspektive macht es möglich, multiple Ungleichheits- und Unterdrückungsverhältnisse zu analysieren, die über die Kategorie Geschlecht allein nicht erklärt werden könnten. Armut im Alter, z.B. oder der fehlende Zugang von gut ausgebildeten Migrantinnen zum Arbeitsmarkt.



https://www.uni-bielefeld.de/gendertexte/von_der_frauen_zur_geschlechterforschung.html

Gender war lange Zeit vor allem eine Kategorie, die sich innerhalb der akademischen Gender Studies einrichtete. Inzwischen sind viele weitere Studiengänge der Gender Studies entstanden. Im Zuge der Implementierung der Strategie des Gender Mainstreaming in der Verwaltung und in Unternehmen hat sich der Begriff Gender aus akademischen Kontexten gelöst und taucht vielerorts in politischen und alltagsweltlichen Diskussionen auf.

Heute sind Gender und Diversity ein allbekanntes Management-Instrument und der Markt von Tools und Coaching floriert.

Es lohnt sich also, immer genau zu schauen, wer mit welchem Interesse die Genderbrille aufsetzt und mit Genderargumenten hantiert.

Wenn ich hier von Gender spreche, verstehe ich dies in erster Linie als Analyseinstrument. Wenn ich von Feminismus spreche als Kritik an den Machtverhältnissen und als Politik, diese zu verändern.

Mit der erweiterten Genderbrille und der machtkritischen Perspektive sind wir nun gut gerüstet für eine Feldbegehung durch Kultur und Kapital der Serviceclubs, durch Aktivitäten wie das UNO-

Engagement und die Charity-Events, durch Gewebe wie Filz und Netzwerke, durch Ökonomien von Arbeit und Ehrenamt, Zeit und Geld der Frauen.

Die Kuh aus dem Topf des Herrenclubs – eine Kindheitserinnerung

Da ich das Privileg habe, am Mikrofon zu stehen, beginne ich mit einer persönlichen Spurensuche:

Etwa mit acht Jahren lernte ich, dass es Serviceclubs gibt. Das ging so: Mein Vater bremste scharf ab, knallte die Autotüre zu, raste durchs Haus, direkt unter die Dusche. Wenn er herauskam, lagen der Anzug, Stück für Stück schön assortiert und logisch drapiert auf dem Bett. Jemand - ja wer denn wohl? - hatte vorgesorgt.

Flüchtiger Kuss und weg war er. Gut essen, das wussten wir Kinder, im Club.

Kommunizieren war nicht die Stärke meines Vaters und vielleicht gab es auch wenig zu erzählen oder das Wenige wollte nicht erzählt werden von diesen Abenden im Hotel H. einmal im Monat. Aber der Dorfklatsch erledigte die Öffentlichkeitsarbeit.

Und so wussten alle: Zwischen Entrée und Hauptgang kam die Kasse auf den Tisch.

Gestern, so erfuhren wir Kinder und erfuhrt die Öffentlichkeit, gestern kauften die Männer im Anzug eine Kuh für einen Bauern, der selbst nicht mehr aus dem Elend kam, eine tolle Kuh, gut im Fleisch und prall im Euter.

Armer Bauer, dachte ich und es war mir irgendwie peinlich, wenn ich mir die abgearbeitete Gestalt vorstellte, die zu Dank verpflichtet war.

Einmal im Jahr wurde nicht nur der Herrenanzug zurechtgelegt, sondern wurden auch Damenhaare in Carmen Curlers «gelegt» (Helvetismus für 'gewickelt'): Ladies Night im Club. Uns Kinder interessierten die Heizwickler, das Elektrische und Moderne.

Meine Mutter war bester Lady-Laune. Sie freute sich, wieder einmal richtig zu tanzen - mit dem flotten K. dem interessanten X., dem galanten A.

Nachher war aber gleich wieder Schluss mit Frauen im Club – und Frauenclubs gab es erst hinter etlichen Hügeln, z.B. die Soroptimist in Thun seit 1954. Davon hatte ich keine Vorstellung.

Soroptimist nahm ich erst wieder mit Interesse wahr, als ich bei einer NGO arbeitete, die sich für das Empowerment von Frauen einsetzte und dort auch eine liebe Soroptimist-Kollegin kennen lernte.

Meine Wahrnehmung von Service-Clubs hat sich seither stark verändert. Aber auch im Habitus der Männer-Serviceclubs hat sich doch einiges gewandelt seit meiner Kindheit. Und Frauen-Serviceclubs waren eh nie so.

Ob die Männer da etwas gelernt haben von den Frauen, der Art wie sie kommunizieren, sich positionieren, ihre gesellschaftliche Rolle zu verstehen?

Über Ausschluss und Empowerment, Filz und Netze – Ihre Herstory

Die Gründerinnen der ersten Frauen-Serviceclubs in den USA, später in Europa wussten das Konzept Service-Club zu nutzen – und zu verändern.

Durch die gemeinnützige Orientierung, die Charity-Aktivitäten, den Dienst in der und für die Community öffneten sich die Soroptimist-Pionierinnen eine Türe zum öffentlichen Raum und Engagement. Das war nicht vorgesehen und brauchte auch eine Portion Verwegenheit. Ihre Gründungsgeschichte ist also eine Geschichte der Inanspruchnahme, des Empowerment.

Bei der Ausformung ihrer Organisation spielten verschiedene soziale Kategorien eine strukturierende und identitätsstiftende Rolle: Gender für den Aufbruch, kulturelles Kapital wie Bildung und Information für das Gelingen, die soziale Herkunft und die finanzielle Sicherheit für das Club-Modell und ihre Verortung in der bürgerlichen Frauenbewegung.

Es waren Frauen-Clubs wie Soroptimist, die das Service-Club-Wesen modernisierten.

Von Anbeginn an entledigten sie sich der männerbündlerischen Rituale und der Plakettenkultur der Männerclubs, um sich zielstrebig und effizient einzusetzen für ihre Werte und Anliegen.

Mädchenbildung, Verbot der Kinderarbeit, Sozialgesetze, Umweltschutz.

Charity war ein Teil ihrer Praxis, die negativen Folgen von Industrialisierung und Marktwirtschaft sozial abzufedern. Aber Soroptimists waren auch in hohem Masse politisch engagiert und erfolgreiche Lobbyistinnen.

Frauenclubs waren und sind viel progressiver und nehmen gesellschaftliche Brüche und Veränderungen seismografisch wahr. Männerclub neigen bis heute dazu, sich an konservativen Werten zu orientieren.

Im journalistischen Mainstream werden Männer-Serviceclubs denn auch heute noch im Dunstkreis des Militärs, konservativer Parteien, Zünfte und Logen gesehen – und auch so behandelt.

Warum ist es Frauenclubs nur teilweise gelungen, aus dieser Männerclub-Schublade, in welche sie von den Medien gesteckt werden, auszubrechen?

An ihrem modernen Auftritt, an ihrer sorgfältigen und sensitiven Sprache, an ihren informativen Websites und sozial transformativen Aktivitäten kann es nicht liegen.

Es müssen sich also Fragen stellen vor der Kommunikation:

Könnte es an der doppelten Orientierung liegen, einerseits an einer männlich geprägten Organisationskultur andererseits an Zielen der Geschlechter-Gleichberechtigung? Am Schweigen über eine Identität in Verhandlung?

Oder an der symbolischen Geschlechterordnung, die solche Grenzauflösungen, wie Sie sie praktizieren aber nicht sagen, nicht toleriert oder schlichtweg dem schwachen Geschlecht zuordnet?

An der schwierigen Fassbarkeit von Soroptimist angesichts der Vielfalt der Selbstbeschreibungen in Texten und Aktivitäten, angesichts einer Mehrstimmigkeit, die geschieht, aber nicht gefeiert wird?

Oder an der Exklusivität und Diskretion, die Ihre Clubs vor allem im lokalen Rahmen noch immer ausstrahlen, ja zelebrieren?

Fragen, die sich stellen und die Sie sich stellen sollten. Nicht um zu Entweder-Oder Antwort zu kommen, sondern zugunsten eines steten Aushandlungsprozesses, der Sie als dynamische Organisation auszeichnet und interessant macht.

Ich stelle in Zweifel, dass Sie in diesen Fragen von Männerclubs etwas lernen können, eher von zivilgesellschaftlichen Netzwerken von Männern und Frauen, die für ihre Themen und Anliegen neue Handlungsformen erfinden und neue Bilder schaffen.

Ein weiterer Grund für das anhaltend zweifelhafte Image von Serviceclub mag auch darin liegen, dass die historische Kombination von Eigennutz und Gemeinnutz bei Männer-Serviceclubs stets drohte, aus der Balance zu geraten. **Filz** nennt man das. Auch wenn Beuys Filz als Material und Energie rehabilitierte, auch wenn aus dem Filz viele Karrieren hervorgingen: Ich bevorzuge **Netzwerke** dem Filz. Sie lassen sich lose und enger zu verknüpfen, wieder lösen, verwirren und aufdröseln. Vielfalt hat Platz und Dynamik ist ihnen eigen. Nicht immer die gleichen ziehen die Fäden, je nach Ressourcen und Lust.

Natürlich sind Netzwerke schwierig zu bändigen und auf eine medientaugliche Position zuzuspitzen. Aber diesen Raum offen zu halten, vielleicht sogar weiter zu öffnen, sollte ihr Ziel sein. Gerade jetzt, wo Menschenrechte wieder grundsätzlich in Frage gestellt werden und Frauenrechte sowieso. Zur Debatte steht die freiheitliche, offene, pluralistische Gesellschaft.

An diesem Gewebe können Sie gut wirken, es weiterweben in der internen Netzwerk-Kommunikation und Fäden herausziehen für die externe Kommunikation. Es ist global und transnational. Sie sind lokal gut verankert und haben international eine Position, etwa in den UNO-Gremien. Damit sind sie in der Lage zwischen den Ebenen zu übersetzen und lokale Antworten zu suchen auf globale Herausforderungen wie den Klimawandel, die zunehmende Prekarisierung von Lebenszusammenhängen auch in Europa.

Eine dezidierte Frauensicht oder feministische Perspektive ist dringender denn je – denn trotz Gender Mainstreaming und stand alone Gender Goals geht die Geschlechterfrage wieder häufiger verlustig auf dem politischen Parkett zu Hause und in der Welt. Deshalb braucht es trotz vieler Nachrufe noch Organisationen von und für Frauen, die Bündnisse knüpfen mit Männern und Frauen, die sich für die gleichen Ziele einsetzen: Für Menschenrechte für alle, für die Gleichberechtigung der Geschlechter, resp. die Besserstellung der Frauen, für eine gendergerechte soziale ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit. Das sind Themen, in denen sie über enormes Know-how verfügen und bei denen sie auch historisch anknüpfen können.

So viel Mehr-Wert also – für Sie persönlich und für die Gesellschaft. Und immer noch so wenig Beachtung, Gewicht und Anerkennung.

Eine gläserne Decke, die mit Gender-Machtverhältnissen zu tun hat?

Noch vor der Kommunikation?

Ökonomien: Die Frauen werden es richten, aber wie?

Im März nächsten Jahres findet im UNO-Hauptquartier in New York die 61. Session der Commission on the Status of Women statt. Soroptimist International verfügt über einen Konsultativstatus beim Wirtschafts- und Sozialrat der UNO (ECOSOC) und wird an der CSW präsent sein.

Der Themenfokus liegt auf dem Ökonomischen Empowerment von Frauen in einer sich verändernden Arbeitswelt.

Auch wenn wir alle wissen, dass die UNO schwach ist: Diesen Kanal in die internationale Politik gilt es zu nutzen. Wir haben kein gleichwertiges anderes Forum. Die Stärke von Soroptimist kann es sein, dem Thema «Ökonomisches Empowerment» auf der nationalen, regionalen, lokalen Ebene Bedeutung zu verschaffen sowie Zusammenhänge zwischen diesen Ebenen zu ergründen und aufzuzeigen: Die lokalen und regionalen Clubs speisen die Soroptimist CWS-Vertreterinnen mit lokalen Erfahrungen von (Dis)Empowerment, mit Fall- und Politikgeschichten. Die Soroptimist, die sich auf internationaler Ebene für die Gleichberechtigung der Frauen einsetzen, spiegeln die Diskussionen und Resultate aus NY zurück in die lokalen Clubs und den Alltag der Frauen an ihrem jeweiligen Ort. Nutzen sie die interne Kommunikation, den Wissensaustausch und die Debatte als Empowerment von Soroptimist.

Bieten sie den Medien Geschichten an zu ökonomischem Empowerment und gegen die Prekarisierung der Lebensverhältnisse von Frauen in ihrem lokalen Umfeld. Machen Sie den Bezug zu Soroptimist in anderen Ländern, zur internationalen Frauenrechtspolitik. Wer, wenn nicht Sie, kann den Link machen zwischen den Lebensrealitäten der Frauen und den internationalen Debatten?



Kommunikation – Texte – Gender // Franziska Müller // puncto Pressebüro, Bern

Das Thema Ökonomie treibt Frauen um. Arbeit, Zeit und Geld sind zentrale Aspekte ihres Lebensstandards und ihrer Lebensqualität. Und sie sind immer noch ein zentraler Schauplatz von Geschlechterdiskriminierung. Dabei geht es nicht bloss um Lohn(un)gleichheit. Alle Gesellschaften stehen vor der Frage, wie sie die gesellschaftliche Arbeit organisieren die einfach getan werden muss, die aber nie rentieren wird. Haushalten, Nahrung zubereiten, Kinder betreuen, kranke Angehörige pflegen.

Care-Arbeit, die Pflege, Fürsorge und Betreuung, auf die wir alle angewiesen sind, wird heute noch immer zu zwei Dritteln von Frauen geleistet, meist unbezahlt in den Haushalten oder aber ungenügend bezahlt und stressbelastet in privaten oder öffentlichen Institutionen.

Wo die Zeit fehlt, springen Migrantinnen in die Bresche, die in den Haushalten und der Care Ökonomie in ihrem Herkunftsland fehlen.

Die Digitalisierung von Arbeiten, etwa in der Pflege, die Frauen gemacht haben, wenn auch zu schlechten Bedingungen wirft neue Genderfragen auf. Roboter werden den Qualitätsanforderungen gerade der Care Arbeit nie genügen können. Denn es geht auch um Menschenwürde, um intersubjektive Beziehungen.

Jüngste Statistiken für die Schweiz zeigen auch, dass Männer mehr Zeit investieren können für ehrenamtliche Arbeit als Frauen und damit auch besser in der Lage sind, prestigeträchtigere Ehrenämter zu bekleiden.

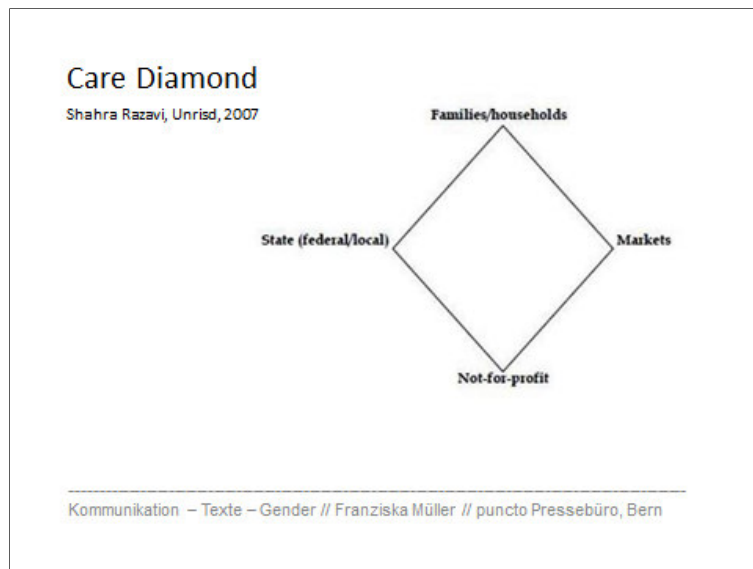
Als Soroptimist aus Deutschland, Österreich und der Schweiz sind Sie wenig vertraut mit Geldarmut. Dagegen kennen Sie als Berufstätige, Care-Leistende und ehrenamtlich engagierte Frauen wohl alle die Zeitarmut.

Aufgrund der Eurokrise und der EU-Krise sind viele Frauen in unserer nächsten Nähe erneut sowohl mit Zeit- wie mit Geldarmut konfrontiert. Unter dem Begriff «Prekarisierung der Lebensverhältnisse» wird dies auch vielfach thematisiert. Aus Sicht von Frauen, die an Gleichstellung und Gleichberechtigung interessiert sind, jedoch zu ungenau und ungenügend.

Soroptimist stehen historisch in der Tradition der liberalen, sozial verantwortlichen Marktwirtschaft. Dort können Sie anknüpfen, um Ihre Analysen zur sich verändernden Arbeitswelt, zum Arbeitsmarkt, zu einer Ökonomie, die Frauen vertreten können und wollen weiter zu entwickeln.

Was passiert, wo, wie? Wie steht es mit der sozialen Verantwortung? Was bedeutet dies für die Geschlechterverhältnisse, respektive, welche Balance zwischen den Akteuren Staat, Markt, Haushalt, NPOs ermöglicht Gendergerechtigkeit?

Um diese Fragen anzugehen, benutze ich gerne das Modell des Care Diamond. Shahra Razavi hat es 2007 entwickelt für eine grossangelegte transnationale Studie zu Care Ökonomie von UNRISD (United Nations Research Institute for Social Development).



Mit dem «Care Diamond» können die institutionellen Bereiche Haushalt, Staat / öffentlicher Sektor, Markt /Profit-Sektor und Non-Profit-Sektor als Spannungsfeld erfasst werden. Das Modell ermöglicht es, die Aktivitäten und Handlungslogiken der involvierten AkteurlInnen sowie die Wechselbeziehungen und Dynamiken zwischen den Institutionen zu analysieren.

Sicher finden Sie in ihrem Umfeld und in Ihrer Tätigkeit einen Fall, um es anzuwenden. Hier, verkürzt dargestellt, *ein Beispiel*:

Die öffentliche Hand kürzt das Budget für die externe Kinderbetreuung. Konkret heisst das, dass die Gemeinde ihre Angebote abbaut. Die Kinder wollen aber weiterhin betreut sein. Die Arbeit verschiebt sich in die Haushalte. Wenn es die finanzielle Situation erlaubt, können diese eine Nanny anstellen oder ein privates Angebot in Anspruch nehmen. In die Lücke sind nämlich profitorientierte Anbieter gesprungen, die ihre (z.T. durchaus qualitätvollen) Dienstleistungen zu Marktpreisen verkaufen. Wenn die Familie einkommensschwach ist, übernimmt sie selber, d.h. immer noch in den meisten Fällen die Frau. Damit wird die Zeit für Erwerbsarbeit knapper. Eventuell gelingt es NGOs, Mittel zu beschaffen, um Kinderbetreuung zu sozialen Tarifen anzubieten. Welche Dynamik auch immer spielt: Gender spielt eine Rolle und die Verschiebung von Arbeit und Kosten verändert die Geschlechterverhältnisse, zum schlechteren oder zum besseren!?

Im Zug der sich verändernden Erwerbsarbeitswelt, angesichts der multiplen Krisen, der staatlichen Austeritätspolitik und des grassierenden Antietatismus erfährt ehrenamtliches Engagement wieder mehr gesellschaftliches und mediales Interesse.

Das ehrenamtliche Engagement und, das Geld von Soroptimist ist sozialer Mehrwert. Das müssen sie zeigen. Aber Sie müssen auch Ihre Bedingungen für das Ehrenamt klarstellen – und die sind anders als diejenigen der meisten Männer. Sie heissen: Nicht auf Kosten der Zeit und der Rechte der Frauen.

Mediale Öffentlichkeit: Bildstarke Soroptimist gefragt

Soroptimist möchten mehr Medienöffentlichkeit. Aber wie steht es mit den Geschlechterverhältnissen in den Medien? Frauen haben selten höhere Positionen in Medienbetrieben inne und Frauen kommen seltener als Entscheidungs- und Handlungsträgerinnen vor in den Medien. Das belegen unzählige Studien. Medienproduktion, Medieninhalt und Medienrezeption sind in Bezug auf Geschlecht gut erforscht. Der Genderbias ist vielfach belegt.

Dabei wird oft vergessen, dass Medien in erster Linie ein Markt sind. Auf diesem Markt gilt weiterhin *sex sells, sexism flourishes*.

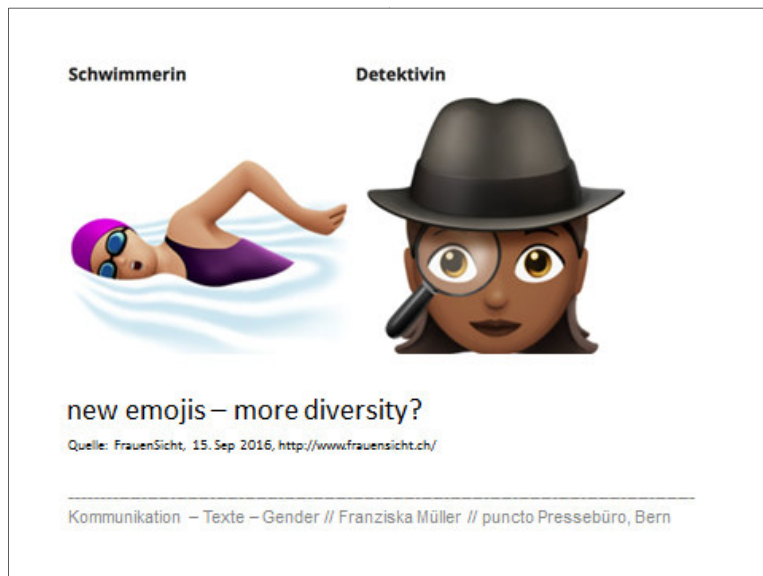
Beispiel 1: Sexy Schlampe titeln überregionale Schweizer Tageszeitungen einen Bericht über die Regierung und Verwaltung von Berlin (15.09.2016). Im ganzseitigen Bericht geht es dann um die laut Autoren schlechte Verwaltung der Stadt.

Enlarvt dieser Titel nun eklatanten Sexismus oder ist er eine Referenz an das homosexuelle Berlin?



Beispiel 2: Auf die öffentliche Verunglimpfung einer neuen Moderatorin beim Schweizer Fernsehen als Model ohne viel Grips entspannt sich eine Debatte über das «Beuteschema» der öffentlichen Fernsehanstalt. Die Medienzeitschrift Klartext kommentierte die Debatte mit obiger Karikatur. Sie prangert die Zustände an. Sie tut dies, indem sie in einer Art Geschlechterumkehrung ins Bild setzt, dass auch Männer mit Sexismus konfrontiert sind. Führt solche Gender-Einsicht dazu, dass Sexismus gegen Frauen endlich ernsthaft bekämpft wird?

Beispiel 3: Facebook, Apple und Co. lancieren neue Emojis. Sie stellen Frauen und Männer weniger stereotyp und in vielfältigen Berufsrollen dar. In Zukunft soll man das Geschlecht der Emojis selber wählen können. Unter den neuen Bildzeichen sind eine Ärztin, eine Köchin, eine Landwirtin, eine Wissenschaftlerin, eine Lehrerin, eine Schweisserin und ein weiblicher Rockstar. Apple will neben Berufsfrauen und Sportlerinnen auch weibliche und männliche Alleinerziehende ins Bild setzen.



Facebook wrote in a blog post: 'We're diversifying the genders to create a more balanced mix that's more representative of our world.'

Der Gendermarkt blüht. Wir beobachten. Werden Sie diese Emojis einsetzen? Wann, wo warum?

Zum Schluss ein Bild, das europaweit sehr viel Medienaufmerksamkeit erregte – und Genderdebatten auslöste.

Beispiel 4: Anlässlich des Eurovision-Songcontests im Juni 2015 liess Wiens Verkehrsstadträtin Maria Vassilakou einige Dutzend Ampeln umrüsten mit Pärchen: Mann mit Mann, Mann mit Frau, Frau mit Frau und ein Herz dazu. Linz zog nach mit einer Ampel an der Mozartkreuzung, finanziert durch private Spenden. Die Ampel war aber bald wieder weg. Stadtrat Hein: «Im Strassenverkehr haben Gesinnungen und Genderwahn nichts verloren.»



Ampelpärchen in Wien: Signale der Toleranz oder «Genderwahn»?
Quelle: TagesAnzeiger, 08.12.2015

Kommunikation – Texte – Gender // Franziska Müller // puncto Pressebüro, Bern

Natürlich können wir jetzt einwenden, ein solches Geschlechterbild bleibe auf halbem Weg im Pärchenmodus stecken. Es bricht zwar mit dem Stereotyp der «natürlichen» Heterosexualität, blendet aber Transgendermensen aus.
Trotzdem: Dieses Bild kam in Umlauf, bleibt haften und vor allem: Es hat Diskussionen ausgelöst.

Welche Bilder kreiert und prägt Soroptimist und setzt sie in Umlauf?

Auf den Websites sehe ich Fotos von Soroptimists an einer Demo für die Klimaziele in New York, am Bazar im Dorf, an einer UNO-Sitzung. Hinweise auf eine Flashmob-Workshop und eine Trachten-Auktion in weniger Distanz voneinander um Wien, die ich dieses Wochenende hätte besuchen können, beflügeln meine visuelle Fantasie, die sorgfältigen Porträts von Berufsfrauen zeigen Relevanz. Durch all dies erhalte ich einen Eindruck von der Vielfalt der Ansätze und Aktivitäten. Aber mir fehlt das Bild von Soroptimist und ich vermisse Soroptimist-Bilder, die mich umtreiben, die sich festsetzen in Kopf und Herz und wieder auftauchen, wenn es Genderdinge zu bereden gibt. Dabei prägten Ihre Serviceclubs Geschlechterbilder und kratzten an den Geschlechter-verhältnissen, bevor der Begriff Gender für das soziale und kulturelle Geschlecht geläufig wurde.

Sie haben tolle Websites, Social Media Tools sind eingerichtet. Sie pflegen eine gendersensitive Sprache und Berichterstattung und bemühen sich, Frauen nicht einseitig als Opfer darzustellen, sondern als Planende und Handelnde. Sie sind professionell.

Sie unterstützen in Ländern des Südens schon längst Projekte, die sie als Frauenrechts-akteurinnen und als solidarische Feministinnen auszeichnen, die Empowerment fördern.

Sie beteiligen sich in UNO-Gremien, nehmen deutlich Stellung für die Einhaltung der

Menschenrechte der Frauen, für Gleichheit im Zugang zu Ressourcen und Rechten, für Gleichberechtigung. Und doch vermisse ich Ihre Stimme viel zu oft: In der Innenpolitik, in ihrem gesellschaftlichen Nahraum der Regionen und Gemeinden, dort wo sie verankert sind, wo sie ein probates Wirkungsfeld und starke Vernetzung haben, sind sie sehr, sehr still. Dabei brauchen sie Diskurse und Auseinandersetzungen in ihrem Club und mit Aussenstehenden nicht zu fürchten. Gesellschaftliche Diskurse aber brauchen Stimmen wie die Ihre. Schalten sie sich mit Stellungnahmen aus ihrer Perspektive, der Empowermentperspektive ein in die aktuellen Diskussionen, wenn es um regionale Entwicklung, Finanzpolitik, Sozialpolitik geht, wenn gestritten wird über Antworten auf die Euro- und EU-Krise. Zeigen Sie sich gegen Feministinnenbashing und den Backlash in der Gleichstellung.

Ob Männer anders kommunizieren als Frauen, weiss ich nicht.
Aber zu lernen voneinander, ist spannend und beflügelt.

Was ich weiss ist, dass Soroptimist als zivilgesellschaftliche Akteurinnen etwas zu sagen haben.

Von wem Sie lernen können? Von Frauen und Männern und Netzwerken, welche sich wie sie einsetzen, vielleicht auf eine andere Art aber mit dem gleichen Ziel: für eine freiheitliche, offene, pluralistische Gesellschaft, für die Respektierung der Menschen- und Frauenrechte, für gerechte Geschlechterverhältnisse. Vernetzen sie sich über ihr Netz hinaus: Mehr Frauen(organisationen) und solidarische Männer(organisationen), die am gleichen Strick ziehen, bewirken mehr. Sie orientieren sich nicht an Norm und Macht und Status, sondern an Gerechtigkeit und gutem Leben für alle, in aller Vielfalt. Das ist die Grundlage, um kreativ zu wirken, Bilder zu prägen, zu kommunizieren. Und davon könnten die Männer-Serviceclubs gewiss etwas lernen.

Mit viel Sympathie und Neugier verfolge ich Soroptimist in die Zukunft.