

# Magazin

erwachsenenbildung.at

Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs

[www.erwachsenenbildung.at/magazin](http://www.erwachsenenbildung.at/magazin)

Ausgabe 6, 2009

## Populär?

Medien und Erwachsenenbildung

## Blickpunkt Gender

Ein praxisorientierter Leitfaden zur  
Mediengestaltung in den Bereichen  
Umwelt und Nachhaltigkeit

Bente Knoll und Elke Szalai





# Blickpunkt Gender

## Ein praxisorientierter Leitfaden zur Mediengestaltung in den Bereichen Umwelt und Nachhaltigkeit

**Bente Knoll und Elke Szalai**

Bente Knoll und Elke Szalai (2009): Blickpunkt Gender. Ein praxisorientierter Leitfaden zur Mediengestaltung in den Bereichen Umwelt und Nachhaltigkeit.

In: MAGAZIN erwachsenenbildung.at. Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs, Ausgabe 6, 2009.

Online im Internet: <http://www.erwachsenenbildung.at/magazin/09-6/meb09-6.pdf>.

ISSN 1993-6818. Erscheinungsort: Wien. Veröffentlicht Februar 2009.

Schlagworte: Gender, Mediengestaltung, Frauen, Bildauswahl, Leitfaden, Geschlechterbilder, geschlechterblind, geschlechtersensibel, Printmaterial

### **Abstract**

Der Beitrag von Bente Knoll und Elke Szalai stellt Ergebnisse aus der Studie „Nachhaltige Geschlechter-Bilder“ (2006) vor. Im Rahmen der Studie wurden fünfzehn österreichische populäre Medien aus den Bereichen Umwelt und Nachhaltige Entwicklung aus der Genderperspektive analysiert. Die Ergebnisse zeigen deutlich auf, dass die Vermittlung im Bereich Nachhaltigkeit in Österreich nach wie vor durchwegs geschlechterblind agiert. Aufbauend auf diese Studie wurde die praxisorientierte Handreichung „Blickpunkt Gender. Ein Leitfaden zur Mediengestaltung“ (2007) entwickelt, die HerausgeberInnen und GestalterInnen von Printmaterial im Bereich Umweltbildung und Nachhaltigkeit praxisorientierte Hinweise gibt, wie Medien gendersensibel gestaltet werden können.

# Blickpunkt Gender

## Ein praxisorientierter Leitfaden zur Mediengestaltung in den Bereichen Umwelt und Nachhaltigkeit

**Bente Knoll und Elke Szalai**

**Nachhaltige Entwicklung ist nicht ohne die Verwirklichung von Geschlechtergerechtigkeit, nicht ohne eine gezielte Stärkung der Teilhabemacht von Frauen in allen politikrelevanten Planungs-, Entwicklungs- und Entscheidungsprozessen erreichbar.**

**Bente Knoll und Elke Szalai**

### **Nachhaltige Geschlechterbilder**

Die Studie „Nachhaltige Geschlechter-Bilder“ (siehe Knoll/Szalai 2006), die im Auftrag des Lebensministeriums erarbeitet wurde, stellt einen Beitrag für den Bereich „Gender Equality“ im Rahmen der österreichischen Umsetzung der UN-Dekade dar: Erstmals wurden hierbei österreichische populäre Medien aus den Bereichen Umwelt und Nachhaltige Entwicklung aus der Gendersicht analysiert (siehe Box) und die Forschungsfrage „Wie sieht die Bild- und Textauswahl aus der Genderperspektive aus?“ bearbeitet.

Gender meint gesellschaftlich und kulturell geprägte Rollen, Rechte, Pflichten, Ressourcen und Interessen von Frauen und Männern. Gender erfasst also alles, was in einer Kultur/Gesellschaft als typisch für ein bestimmtes Geschlecht angesehen wird (z.B. Kleidung, Beruf, Eigenschaften usw.). Geschlechterrollen können sich im Laufe der eigenen Lebenszeit wie auch im Laufe der Geschichte ändern und sind innerhalb sowie zwischen den Kulturen unterschiedlich: Gender ist ein sich in permanenter Wandlung befindliches Konzept (siehe Fleischer 2008).

Die Studie zeigte, mit welchen Geschlechterbildern Nachhaltigkeit kommuniziert wird, welche Themen

mit welchem Geschlecht verknüpft und dargestellt, welche Geschlechterzuschreibungen in den Medien – oft implizit – vorgenommen werden.

Eine quantitative Genderanalyse ließ erkennen, dass sich bei den befragten ExpertInnen bzw. anderen Personen, die im Jahr 2005 in den untersuchten Medien interviewt wurden, ein großer Gender-Gap auftut: 77% der ExpertInnen-Statements werden von Männern abgegeben, 23% der Statements von Frauen. Von den InterviewpartnerInnen sind 73% männlich und 27% weiblich. Auffallend ist auch, dass die Größe der Bilder in manchen Medien nach Geschlecht differiert: So sind Bilder, auf denen Experten bzw. Interviewpartner abgelichtet sind, um bis zu 25% größer als die Bilder von Expertinnen bzw. Interviewpartnerinnen.

Ein großer Teil der in den untersuchten Medien abgedruckten Bilder stellt konkrete Ereignisse, wie öffentliche Veranstaltungen, Tagungen, Projektpräsentationen, Konferenzen, Preisverleihungen etc. dar. Alle diese Bilder sollen – mehr oder weniger – reale Situationen repräsentativ abbilden. Da in Entscheidungspositionen wie auch in (hierarchisch höheren) politischen Funktionen nach wie vor mehr Männer als Frauen vertreten sind, kommen auch in

entsprechend „repräsentativen“ Abbildungen mehr Männer als Frauen vor: Die quantitative Medienauswertung ergibt einen Männeranteil von über 70% bei den Bildern von Veranstaltungen, Konferenzen und Preisverleihungen.

---

### Die 15 analysierten Medien

Die analysierten Medien beschäftigen sich mit unterschiedlichen Aspekten und Bereichen der Nachhaltigen Entwicklung – die thematische Vielfalt reicht von Landwirtschaft, Landentwicklung, Naturschutz und Holzforschung über Lebensqualität und Bildungsfragen bis hin zu Tourismus, Entwicklungspolitik und religiösen Fragestellungen. Die drei Säulen der Nachhaltigkeit (die ökologische, die ökonomische und die soziale Säule) werden in den Medien verschieden beleuchtet – in Kombination sind sie nur selten dargestellt.

Die 15 untersuchten Medien wenden sich an ein unterschiedliches Publikum – von einem Fachpublikum über an speziellen Nachhaltigkeitsthemen interessierte Menschen bis hin zur allgemein interessierten Öffentlichkeit, also eine sehr unspezifische Zielgruppe. Ihre Rolle als BildungsträgerInnen stellen nicht alle Medien explizit in den Vordergrund, doch beschäftigen sich viele Beiträge und Projektvorstellungen mit Themen rund um Bildung, Ausbildung, Schulaktionen und ähnliche Aktivitäten sowie mit Wissensvermittlung allgemein. Neben der inhaltlichen Vielfalt zeigen die Medien auch in anderen Bereichen große Unterschiede: Ihr Seitenumfang ist unterschiedlich groß, sie verfolgen unterschiedliche (gesellschafts-)politische Ziele, erscheinen zwischen ein- und zwölfmal im Jahr, haben unterschiedlich große Redaktionsteams, haben einen ganz unterschiedlichen formalen Aufbau etc.

Allen gemeinsam ist: Es sollen Inhalte an Menschen gebracht werden, die zeigen, welche Bedeutung(en) der Begriff „Nachhaltigkeit“ hat, mit welchen Inhalten er gefüllt werden kann und welche Beiträge jede/r Einzelne in Richtung Verbesserung der Umweltsituation im weitesten Sinne leisten kann. Eingegrenzt wurden die 15 Medien auf ihre im Jahr 2005 erschienenen Ausgaben.

---

Mit der Grundlagenstudie „Nachhaltige Geschlechter-Bilder“ wird deutlich, dass die Materialien und Publikationen im Bereich Nachhaltige Entwicklung nicht geschlechtsneutral sind, sondern dass vielmehr die zur Vermittlung von Inhalten verwendeten

Bilder immer wieder gängige Geschlechterzuschreibungen reproduzieren und nur zum Teil auch in Frage stellen. Alle AkteurInnen, MultiplikatorInnen und VertreterInnen von Organisationen, die sich im Zusammenhang mit Nachhaltiger Entwicklung für eine gerechtere Welt einsetzen, sollten auch diese Tatsachen und Fakten in ihrer Arbeit reflektieren und durch das eigene Handeln zu gerechteren Lebensverhältnissen und gerechteren Geschlechterverhältnissen beitragen.

Nur jene Themen können in der Kommunikation von Nachhaltigkeit (erfolgreich) an die (gewünschte) Ziel- bzw. Anspruchsgruppe herangebracht werden, welche auch angenommen bzw. „gelesen“ werden (können). Die Ziel- bzw. Anspruchsgruppe soll durch Bilder und Texte angeregt oder aufgefordert werden, bestimmte Handlungsmuster zu verlassen und die Welt im alltäglichen Tun „nachhaltiger“ mitzugestalten (vgl. Müller 2006, S. 3). Das bedeutet auch, sich von gewohnten, oft stereotypen Weltbildern und Geschlechtervorstellungen zu verabschieden und neue gesellschaftliche Praktiken und Geschlechterrollen zu denken. Diese Veränderungen sind ja zum Teil bereits passiert – allerdings auf vielen Bildern, auch in den analysierten Medien, noch immer nicht sichtbar und auch nicht festgehalten.

Es müssen Sichtweisen, Lebensrealitäten, Alltage und Handlungsmöglichkeiten von vielen Menschen Eingang finden und über Bilder so visualisiert werden, damit sich viele wiedererkennen und aufgefordert fühlen, sich an der Nachhaltigen Entwicklung zu beteiligen. Kommunikation bedeutet auch, Vorbilder in den Blick zu rücken, um zu zeigen, wer sich aktiv in gesellschaftliche Diskurse einbringt, wer nicht und warum nicht. Hier darf keinesfalls vergessen werden, die vielen im Nachhaltigkeitsdiskurs forschenden und in der Vermittlung aktiven Frauen auch auf Bildern sichtbar zu machen und zu Wort kommen zu lassen.

Die Genderperspektive einzunehmen bedeutet nun einerseits, die bestehenden Geschlechterverhältnisse und Hierarchien zu thematisieren ohne Festschreibung traditioneller Geschlechterrollen, und bedeutet andererseits, aktiv zu einer Veränderung hin zu mehr Geschlechtergerechtigkeit beizutragen.

## „Blickpunkt Gender. Leitfaden zur Mediengestaltung“

Die Handreichung „Blickpunkt Gender. Leitfaden zur Mediengestaltung“ (siehe Knoll/Szalai 2007) richtet sich an jene Menschen, die mit der Erstellung von Medien im weitesten Sinne zu den Themen Umwelt sowie Nachhaltige Entwicklung zu tun haben – vom Verfassen eines Artikels oder einer Pressemeldung bis hin zur Gestaltung einer Zeitschrift oder eines Folders. Der Leitfaden unterstützt mit umsetzungsorientierten Beispielen und praktischen Tipps bei der gendersensiblen Gestaltung sowie bei geschlechtergerechter sprachlicher und bildlicher Darstellung in den Medien.

Abb. 1: Blickpunkt Gender



Quelle: Knoll/Szalai 2007, Deckblatt

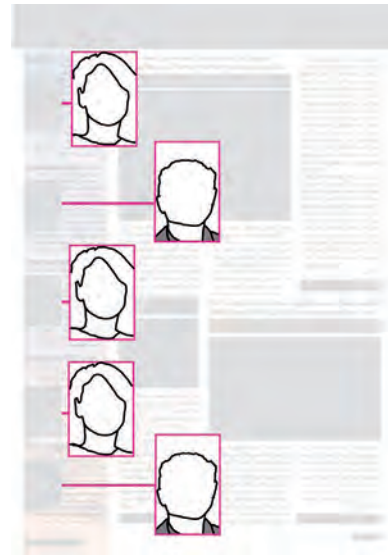
### Einige plakative Beispiele aus dem Leitfaden:

Um eine Symmetrie zwischen den handelnden Personen herzustellen, ist es wichtig, vor allem Expertinnen zu Umweltthemen und zu Fragen der Nachhaltigen Entwicklung zu Wort kommen zu lassen sowie bei Interviews gezielt Frauen zu befragen. Dem Argument: „Es gibt ja keine geeigneten Frauen“ kann in der Praxis durch eine gezielte Recherche nach Fachfrauen und Expertinnen begegnet werden. Dabei kann auf diverse bereits existierende Datenbanken, wie zum Beispiel auf die vor allem für den Technik- und Umweltbereich relevante „FEMTech-Expertinnen-Datenbank“ zugegriffen werden.

Wenn Personen abgebildet werden, ist darauf zu achten, dass die entsprechenden Fotos der

RedakteurInnen, ExpertInnen bzw. InterviewpartnerInnen die gleiche Größe und adäquate Bildausschnitte haben. Bei Pressemeldungen bzw. kurzen Texten, die für nur wenige Zitate Platz haben, bietet es sich an, bewusst ausschließlich Frauen zu zitieren und so zu Wort kommen zu lassen.

Abb. 2: Frauen kommen zu Wort



Quelle: Knoll/Szalai 2007, S. 3

Wichtig ist bei der Bildauswahl, das gesamte Erscheinungsbild der Zeitschrift bzw. Publikation im Auge zu haben und auf eine Ausgewogenheit zwischen Frauen und Männern im gesamten Medium zu achten. Bei der thematischen Aufbereitung der Artikel und Beiträge sollten auch Daten und Fakten zur nach wie vor existierenden gesellschaftlichen Benachteiligung von Frauen herangezogen und geschlechtsspezifische Auswirkungen thematisiert werden.

Weiters ist dafür Sorge zu tragen, bewusst die Sichtweisen, die Frauen zu umweltrelevanten Themen bzw. Fragen der Nachhaltigen Entwicklung haben, abzubilden. Dabei ist auf eine gleichwertige Darstellung und Abbildung z.B. in Form von Porträtfotos zu achten. Bei regelmäßig in einem Medium erscheinenden Kolumnen bzw. Rubriken sollte bedacht werden, dass Frauen und Männer gleich häufig zu Wort und ins Bild kommen (siehe Abb. 2 und Abb. 3).

Abb. 3: Frauen rücken ins Bild



Quelle: Knoll/Szalai 2007, S. 3

Wenn Bilder als Illustrationen für konkrete Tätigkeiten ausgewählt werden, ist bei der Auswahl besonders darauf zu achten, dass nicht gängige Geschlechterzuschreibungen wiederholt und reproduziert werden.

Abb. 4: „Neue“ Frauenrollen darstellen – und damit einen (weiteren) Teil der gesellschaftlichen Realität abbilden



Quelle: Knoll/Szalai 2007, S. 5

Abb. 5: „Neue“ Männerrollen darstellen – und damit einen (weiteren) Teil der gesellschaftlichen Realität abbilden



Quelle: Knoll/Szalai 2007, S. 5

In der Praxis bedeutet dies, traditionelle Rollen-zuschreibungen in den Texten zu thematisieren und zu hinterfragen sowie durch Bilder bewusst Frauen und Männer bei Tätigkeiten zu zeigen, die den traditionellen Geschlechterrollen nicht entsprechen (siehe Abb. 4 und Abb. 5). Wenn in den Medien bewusst Frauen und Männer dargestellt sind, die Tätigkeiten ausführen, die dem jeweiligen Geschlecht gesellschaftlich nicht zugeschrieben sind, dann kann den LeserInnen Mut gemacht werden, auch andere nicht-traditionelle Rollen zu denken – gerade im Nachhaltigkeitsdiskurs ist dies von Bedeutung. Gleichzeitig wird durch eine differenziertere Darstellung der Tätigkeiten, die Männer und Frauen tun, auch sichergestellt, dass die gesamte Zeitschrift/Publikation ein differenzierteres Bild der gesellschaftlichen Wirklichkeit wiedergibt.

# Literatur

## Verwendete Literatur

**Knoll, Bente/Szalai, Elke (2007):** Blickpunkt Gender. Leitfaden zur Mediengestaltung. Online im Internet: <http://www.knollszalai.at/download.htm> [Stand: 2009-02-04].

**Müller, Urs (2006):** Die Kraft der Bilder in der Nachhaltigen Entwicklung. Die Fallbeispiele UNESCO Biosphäre Entlebuch und UNESCO Welterbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn (Dissertation, Universität Zürich).

## Weiterführende Literatur

**Fleischer, Eva (2008):** Eine geschlechtergerechte Bildungsarbeit bedarf einer reflektierten Geschlechtertheorie. In: MAGAZIN erwachsenenbildung.at. Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs 3/2008. Online im Internet: [http://erwachsenenbildung.at/magazin/08-3/meb08-3\\_05\\_fleischer.pdf](http://erwachsenenbildung.at/magazin/08-3/meb08-3_05_fleischer.pdf) [Stand: 2009-02-04].

**Knoll, Bente/Szalai, Elke (2006):** Nachhaltige Geschlechter-Bilder. Studie zu Genderaspekten in ausgewählten Medien in den Bereichen Umwelt und Nachhaltige Entwicklung. Medieninhaber und Herausgeber: Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft. Wien. Online im Internet: <http://www.knollszalai.at/download.htm> [Stand: 2009-02-04].

## Weiterführende Links

**FEMTech-Expertinnen-Datenbank:** <http://www.femtech.at/expertinnendatenbank>



Foto: Patrick Pesch

## Dipl.-Ing. in Dr. in Bente Knoll

office@knollszalai.at  
<http://www.knollszalai.at>  
+43 (0)1 9908996

Bente Knoll studierte Landschaftsplanung und Landschaftspflege an der Universität für Bodenkultur in Wien und dissertierte an der TU-Wien zum Thema „Gender und Verkehrsplanung – Mobilitätsforschung“. Gemeinsam mit Elke Szalai ist sie geschäftsführende Gesellschafterin der Knoll & Szalai oeg, Technisches Büro für Landschaftsplanung und Unternehmensberatung. Als selbstständige Ingenieurin und Genderforscherin arbeitet und forscht sie zu Umwelt, Nachhaltigkeit, Ingenieurwissenschaften, Technik, Planung, Mobilitätsforschung und den Bezügen zu Gender und Geschlechterfragen. Als Lehrende an mehreren Universitäten, Vortragende, Trainerin im Bereich der Erwachsenenbildung sowie als Fachautorin steht sie im ständigen Austausch mit KollegInnen auf nationaler und internationaler Ebene. Das gemeinsam mit Elke Szalai erarbeitete Projekt „Gender Equality und Bildung für Nachhaltige Entwicklung“ wurde im September 2007 von der österreichischen UNESCO-Kommission als „erfolgreiches UN-Dekadenprojekt“ ausgezeichnet.



Foto: Patrick Pesch

## Dipl.-Ing. in Elke Szalai

office@knollszalai.at  
<http://www.knollszalai.at>  
+43 (0)1 9908996

Elke Szalai studierte Landschaftsplanung und Landschaftspflege an der Universität für Bodenkultur in Wien. Gemeinsam mit Bente Knoll ist sie geschäftsführende Gesellschafterin der Knoll & Szalai oeg, Technisches Büro für Landschaftsplanung und Unternehmensberatung. Als selbstständige Ingenieurin und Genderforscherin arbeitet und forscht sie zu Umwelt, Nachhaltigkeit, Ingenieurwissenschaften, Technik, Planung, Mobilitätsforschung und den Bezügen zu Gender und Geschlechterfragen. Als Lehrende an mehreren Universitäten, Vortragende, Trainerin im Bereich der Erwachsenenbildung sowie als Fachautorin steht sie im ständigen Austausch mit KollegInnen auf nationaler und internationaler Ebene. Das gemeinsam mit Bente Knoll erarbeitete Projekt „Gender Equality und Bildung für Nachhaltige Entwicklung“ wurde im September 2007 von der österreichischen UNESCO-Kommission als „erfolgreiches UN-Dekadenprojekt“ ausgezeichnet.

# Impressum/Offenlegung

## MAGAZIN erwachsenenbildung.at

Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs

ISSN: 1993-6818

Gefördert aus Mitteln des ESF und des bm:ukk

Projekträger: Bundesinstitut für Erwachsenenbildung

Koordination: Institut EDUCON – Mag. Hackl

## Herausgeberinnen

Mag.<sup>a</sup> Regina Rosc (Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur)

Dr.<sup>in</sup> Margarete Wallmann (Bundesinstitut für Erwachsenenbildung)

## Medieninhaber und Herausgeber



Bundesministerium für Unterricht,  
Kunst und Kultur  
Minoritenplatz 5  
A - 1014 Wien



Bundesinstitut für Erwachsenenbildung  
Bürglstein 1-7  
A - 5350 Strobl

## Fachredaktion

Mag.<sup>a</sup> Barbara Daser (ORF Radio Ö1, Wissenschaft/Bildung)

Univ.-Prof.<sup>in</sup> Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Elke Gruber (Alpen-Adria-Universität Klagenfurt)

Mag. Wilfried Hackl (Institut EDUCON)

Dr. Christian Kloyber (Bundesinstitut für Erwachsenenbildung)

Dr. Lorenz Lassnig (Institut für höhere Studien)

Dr. Arthur Schneeberger (Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft)

Dr. Stefan Vater (Verband Österreichischer Volkshochschulen)

Namentlich ausgewiesene Inhalte entsprechen nicht zwingend der Meinung der Redaktion

## Online-Redaktion

Mag. Wilfried Hackl (Institut EDUCON)

Mag.<sup>a</sup> Bianca Friesenbichler (Institut EDUCON)

## Lektorat

Mag.<sup>a</sup> Laura R. Rosinger (Textconsult)

## Website

wukonig.com | Wukonig & Partner OEG

## Design

tür 3))) DESIGN

## Medienlinie

Das Magazin enthält Fachbeiträge von AutorInnen aus Wissenschaft und Praxis und wird redaktionell betrieben. Es richtet sich an Personen, die in der Erwachsenenbildung und verwandten Feldern tätig sind sowie an BildungsforscherInnen und Studierende. Jede Ausgabe widmet sich einem spezifischen Thema. Ziele des Magazins sind die Widerspiegelung und Förderung der Auseinandersetzung über Erwachsenenbildung seitens Wissenschaft, Praxis und Bildungspolitik. Weiters soll der Wissenstransfer aus Forschung und innovativer Projektlandschaft unterstützt werden.

## Copyright

Wenn nicht anders angegeben, erscheinen die Artikel des „Magazin erwachsenenbildung.at“ unter der „Creative Commons Lizenz“. BenutzerInnen dürfen den Inhalt zu den folgenden Bedingungen vervielfältigen, verbreiten und öffentlich aufführen:

- Namensnennung und Quellenverweis. Sie müssen den Namen des/der AutorIn nennen und die Quell-URL angeben.
- Keine kommerzielle Nutzung. Dieser Inhalt darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.
- Keine Bearbeitung. Der Inhalt darf nicht bearbeitet oder in anderer Weise verändert werden.
- Nennung der Lizenzbedingungen. Im Falle einer Verbreitung müssen Sie an den die Lizenzbedingungen, unter die dieser Inhalt fällt, mitteilen.
- Aufhebung. Jede dieser Bedingungen kann nach schriftlicher Einwilligung des Rechtsinhabers aufgehoben werden.

Die gesetzlichen Schranken des Urheberrechts bleiben hiervon unberührt.

Im Falle der Wiederveröffentlichung oder Bereitstellung auf Ihrer Website senden Sie bitte die URL und/oder ein Belegexemplar an [redaktion@erwachsenenbildung.at](mailto:redaktion@erwachsenenbildung.at) oder postalisch an die Online-Redaktion des Magazin erwachsenenbildung.at, c/o Institut EDUCON, Bürgergasse 8-10, A-8010 Graz, Österreich.