

23. Österreichischer Journalistinnenkongress

JO Journalistinnen
KO ngress
2021

PRESSE
CLIPPINGS

mrkdiversity
management gmbh



Journalistinnen Kongress 2021

INHALT

Abend der MedienLÖWINNEN
9. November 2021

Kongress
10. November 2021
Print, online, OTS

Presse vor dem Kongress

OTS

Newsletter

Sociale Medien
twitter, facebook, instagram

JO urnalistinnen
KO ngress
2021

Abend der MedienLÖWINNEN
9. November 2021

Journalistinnen Kongress 2021

APA Pressefotos





Zehnte Goldene MedienLÖWIN ist Eva Linsinger

Die Goldene MedienLÖWIN für das Lebenswerk geht heuer an Eva Linsinger vom Profil. Für ihren Bericht über Frauen mit Behinderungen im ORF-Magazin „konkret“ nimmt Marianne Waldhäusl die Silberne MedienLÖWIN entgegen. Das Frauenmagazin WOMAN wird für die Aktion „Gegen Gewalt an Frauen“ mit dem MedienLÖWEN ausgezeichnet.

Eva Linsinger wollte schon als Kind Journalistin werden und hat sich gegen alle anderslautend Ratschläge aus Familie und Bekanntschaft durchgesetzt. Jetzt ist sie stellvertretende Chefredakteurin und Innenpolitik-Chefin beim Profil. Sie ist gerngesehener Talkshow-Gast, wo sie mit ihrer ruhigen Art und ihren messerscharfen Analysen brilliert. Sie schreibt leidenschaftlich gerne über Politik und sie hat „die Lizenz zum Fragen“, sieht das Fragen als Auftrag. Kollegial ist die Buchautorin, hartnäckig ist sie und sie lässt sich ungern blenden von so mancher politischen Persönlichkeit. Das ist der studierten Historikerin und Literaturwissenschaftlerin wohl gelungen. Sie hat vor Profil bei DerStandard, AZ und beim Kurier gearbeitet. Mit Sibylle Hamann, auch eine Goldene MedienLÖWIN (2016), hat Eva Linsinger 2008 das „Weißbuch Frauen/Schwarzbuch Männer“ veröffentlicht. Eva Linsinger – immer am Puls der Zeit – ist jetzt auch regelmäßig im Profil-Innenpolitik-Podcast zu hören.

Über die Silberne MedienLÖWIN freut sich ORF-Gestalterin Marianne Waldhäusl. Mit einem „konkret“-Beitrag mit dem Titel „Frauen, die behindert werden“ überzeugte sie die Jury. Das 20-Minuten-Feature handelt von Frauen mit Behinderungen, ihre Kämpfe, ihre im Vergleich zu

Diese Website benutzt Cookies. Wenn du die Website weiter nutzt, gehen wir von deinem Einverständnis aus.

OK [Datenschutzerklärung](#)

Der MedienLÖWE – die jüngste unter den LÖWINNEN-Auszeichnungen – ging an das Frauenmagazin WOMAN unter der Leitung von Euke Frank, das sich dem sehr heiklen Thema „Gegen Gewalt an Frauen“ annahm. Stories, Online-Features, Inserate – alles drehte sich im Aktionszeitraum um häusliche Gewalt.



Previous post[Europäischer Filmpreis: Auch Österreichisches ist](#)

[dabei!](#)



Next post[Popfest 2022: neues Duo](#)

Gesammelte Ausgaben

Publications

Newsletter

Email

Archiv

Archiv

Diese Website benutzt Cookies. Wenn du die Website weiter nutzt, gehen wir von deinem Einverständnis aus.

Eva Linsinger mit goldener Medienlöwin ausgezeichnet

9. November 2021, 20:36 Uhr

Teilen 

Eva Linsinger ist gestern Abend mit der goldenen Medienlöwin prämiert worden. Der Preis des Österreichischen Journalistinnenkongresses wurde der stellvertretenden „profil“-Chefredakteurin und Leiterin des Innenpolitikressorts für ihre bisherige Präsenz, ihr Lebenswerk und ihre Vorbildfunktion für andere Frauen, sich im Medienbereich durchzusetzen, verliehen.

„Ich habe ehrlich nicht damit gerechnet. Eine Nominierung wäre schon Ehre genug gewesen“, freute sich Linsinger über die Auszeichnung, die für das Jahr 2021 verliehen und von der Wirtschaftskammer Österreich (WKO) unterstützt wurde. In ihrer Dankesrede kam sie auf das gegenwärtige Glaubwürdigkeitsproblem des österreichischen Journalismus, das durch die Inseratenaffäre befeuert wurde, zu sprechen. „Es werden Unsummen für freihändig vergebene Inserate gezahlt, die an Kriterien gebundene Presseförderung ist dagegen lächerlich niedrig“, bemängelte die „profil“-Journalistin.

ORF-Journalistin Marianne Waldhäusl ausgezeichnet

Auch verliehen wurde die silberne Medienlöwin, die alljährlich an einen redaktionellen Beitrag, der sich mit der Situation oder Lebenswelt von Frauen kritisch und realitätsnah auseinandersetzt, vergeben wird. Diesmal erging die Auszeichnung an Marianne Waldhäusl, die für das ORF-Magazin „konkret“ tätig ist. Ihr 20-Minuten-Feature „Frauen, die behindert werden“ wurde von der Jury als „menschliche Nahaufnahme“ und „feministischer Weckruf“ gewürdigt.

Der Preis des Medienlöwen ist für ein Medium oder eine Redaktion gedacht, die sich durch besonders frauenunterstützende Berichterstattung kontinuierlich ausgezeichnet hat. 2021 ging er an das Magazin „Woman“ für dessen im Mai durchgeführter Aktion gegen Gewalt an Frauen. Dabei kamen Betroffene zu Wort, sprachen über ihre Situation und sollten so anderen Frauen Mut machen. Euke Frank, Chefredakteurin und Herausgeberin von „Woman“, nahm den Preis entgegen.

Der 23. Journalistinnenkongress findet heuer unter dem Motto „It's the economy, ladies“ statt. Passend dazu steht heute in Wien ein ganztägiges Programm rund um das Thema Wirtschaft auf dem Programm.

red, ORF.at/Agenturen

JOURNALISTINNENKONGRESS

Eva Linsinger ist Goldene Medienlöwin 2021

Von Horizont Redaktion (mailto:red_horizont@manstein.at)

Mittwoch, 10. November 2021



(/news/media/8/Eva-Linsinger-74663.jpeg)

Die Auszeichnung für das bisherige Lebenswerk geht an die stellvertretende Chefredakteurin und Innenpolitik-Chefin von 'Profil'.

Eva Linsinger wurde am gestrigen Abend mit der Goldenen Medienlöwin ausgezeichnet. Der Award ehrt das bisherige Lebenswerk der stellvertretende Chefredakteurin und Innenpolitik-Chefin von *Profil* und wurde gestern, am Vorabend des jährlichen Journalistinnenkongresses, bereits zum zehnten Mal verliehen. Linsinger bezog sich in ihrer Dankesrede auf die Glaubwürdigkeitskrise der Medien: „Es liegt an uns Medien, an uns Journalist:innen, an Interessensvertretungen und Kongressen wie diesem, die Glaubwürdigkeit wieder herzustellen und die jetzige Krise für einen Neustart zu nutzen.“ Neben ihr waren auch Renate Graber (*Der Standard Wirtschaft*) und Claudia Reiterer (ORF) nominiert.



SICHER DURCH DEN WINTER ...

... MIT DEN GÜNSTIGEN VORTEILSPAKETEN BREMSEN
FÜR ŠKODA MODELLE ÄLTER ALS 4 JAHRE

ŠKODA

**Bremsen wechseln in Ihrer ŠKODA
Markenwerkstatt**

Škoda - Sponsored

ŠKODA Partner finde!

Die Silberne MedienLöwin geht an ORF-Gestalterin Marianne Waldhäusl für ihren Beitrag im ORF-Magazin "konkret" mit dem Titel „Frauen, die behindert werden.“ Mit der Silbernen MedienLöwin werden journalistische Beiträge ausgezeichnet, die sich mit den Lebenssituationen von Frauen kritisch auseinandersetzen. Weitere Nominierte in dieser Kategorie waren Christina Höfferer und Christine Pawlata, mit ihrem Beitrag „Corona und Wirtschaft: Das EU-Hilfspaket landet nicht bei den Krisenverliererinnen“ in *Der Standard* und Claudia Mann für ihren Beitrag „Was geht? – Catcalling“ im Magazin *Futter der Kleinen Zeitung* (mit A1now TV). Für die Aktion "Gegen Gewalt an Frauen" wurde das Magazin *Woman* mit dem MedienLöwen ausgezeichnet. Für den MedienLöwen, der an Redaktionen oder Medien vergeben wird, die sich durch besonders frauenfreundliche, frauenunterstützende und stärkende Aktionen auszeichnen, waren auch Beatrice Frasl mit ihrem Podcast „Große Töchter“ sowie die Sendereihen „Die Zudeckerin“ und „fm4 Klitoris“ von Antonia Stabinger in fm4 nominiert.



Ausgezeichnete Frauen: Wieder eine "Medienlöwin"

Tiroler Tageszeitung/Gesamt | Seite 14 | 11. November 2021
Auflage: 79.065 | Reichweite: 252.000
Artikel gleichlautend erschienen in allen Ausgaben.
Österreichischer Journalistinnenkongress



Ausgezeichnete Frauen: Wieder eine „Medienlöwin“

Eva Linsinger ist mit der goldenen „Medienlöwin“ prämiert worden. Der Preis des Journalistinnenkongresses ist der Vize-profil-Chefredakteurin und Leiterin des Innenpolitik-Ressorts für ihre Vorbildfunktion für andere Frauen, sich im Medienbereich durchzusetzen, verliehen worden.

Die "Goldene Medienlöwin 2021" heißt Eva Linsinger

NEWS, MEDIEN, KARRIERE, FOTO, FEMALE | 10.11.2021

Die "Profil"-Innenpolitikchefin wurde für ihr Lebenswerk geehrt.



Martha Schultz, Eva Linsinger und Maria Rauch-Kallat © APA/Godany

Die stellvertretende Chefredakteurin und Innenpolitikchefin vom *Profil*, Eva Linsinger, wurde am Dienstagabend mit der "Goldenen Medienlöwin" für ihre Lebenswerk ausgezeichnet. In ihrer Dankesrede bezog sich die Journalistin auf die Glaubwürdigkeitskrise der Medien: "Es liegt an uns Medien, an uns Journalist:innen, an Interessensvertretungen und Kongressen wie diesem, die Glaubwürdigkeit wieder herzustellen und die jetzige Krise für einen Neustart

LEADERS

29:

Peter &
Der Turf
Wirtsch

MEISTGE

1

2

3

zu nützen." Die "Medienlöwin in Gold" wird vom Club Alpha verliehen und von der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) unterstützt.

Eva Linsinger wollte schon als Kind Journalistin werden und hat sich gegen alle anderslautenden Ratschläge aus Familie und Bekanntschaft durchgesetzt. Jetzt ist sie stellvertretende Chefredakteurin und Innenpolitik-Chefin beim *Profil*. Sie hat vor *Profil* beim *Standard*, der *Arbeiterzeitung* und beim *Kurier* gearbeitet. Mit Sibylle Hamann, auch eine "Goldene Medienlöwin" (2016), hat Linsinger 2008 das *Weißbuch Frauen/Schwarzbuch Männer* veröffentlicht.

Weitere Auszeichnungen für Marianne Waldhäusl und "Woman"

Über die "Silberne Medienlöwin" – verliehen vom Club Alpha, unterstützt von Sanofi Austria – durfte sich hingegen *ORF*-Gestalterin Marianne Waldhäusl freuen. Mit einem "Konkret"-Beitrag mit dem Titel "Frauen, die behindert werden" überzeugte sie die Jury. Das 20-Minuten-Feature handelt von Frauen mit Behinderungen, ihre Kämpfe, ihre im Vergleich zu Männern mit Behinderung verminderte Sichtbarkeit und ihre andere Art, mit der eigenen Behinderung umzugehen.

Der "Medienlöwe" – ebenfalls vom Club Alpha verliehen und powered by Jacques Lemans – ging an das Frauenmagazin *Woman* unter der Leitung von Euke Frank, das sich dem sehr heiklen Thema "Gegen Gewalt an Frauen" annahm. Stories, Online-Features, Inserate – alles drehte sich im Aktionszeitraum um häusliche Gewalt. "Aber nicht pessimistisch, deprimierend oder hoffnungslos, sondern ganz im Gegenteil klar aufzeigend und empowernd", wie die Jurorinnen befanden. "Was diese Aktion geschafft hat, ist, jenen Frauen ein Sprachrohr zu geben, die nach wie vor in der prekären Situation sind und sich nicht trauen, sich Hilfe zu holen. Wir wollen den Frauen eine Stimme geben, dass sie anderen Frauen Mut machen, sich zu befreien und zu wissen, dass es ein Leben danach gibt." (as)

Bilder von der Verleihung der "Medienlöw:innen" finden Sie in unserer [Fotogalerie](#).

www.journalistinnenkongress.at

Ohne We
unsere R

Ohne We
unsere R



ÖSTERREICH

10.11.2021

Eva Linsinger erhielt goldene "Medienlöwin"

Die stv. profil-Chefredakteurin und Innenpolitik-Ressortleiterin wurde für ihr bisheriges Lebenswerk und ihre Vorbildfunktion geehrt.

Eva Linsinger, stv. profil-Chefredakteurin, wurde am Dienstagabend für ihre bisherige Präsenz, ihr Lebenswerk und ihre Vorbildfunktion mit der goldenen "Medienlöwin" ausgezeichnet.

"Ich habe ehrlich nicht damit gerechnet. Eine Nominierung wäre schon Ehre genug gewesen", freute sich Linsinger über die Auszeichnung des Österreichischen Journalistinnenkongresses, die für das Jahr 2021 verliehen wurde. In ihrer Dankesrede kam sie auf das gegenwärtige Glaubwürdigkeitsproblem des österreichischen Journalismus, das durch die Inseratenaffäre befeuert wurde, zu sprechen: "Es werden Unsummen für freihändig vergebene Inserate gezahlt, die an Kriterien gebundene Presseförderung ist dagegen lächerlich niedrig."

Es liege an den Journalistinnen und Journalisten, die Glaubwürdigkeit wiederherzustellen und die jetzige Krise für einen Neustart zu nützen. "Guter Journalismus kann sich Käuflichkeit und Verhaberung nicht leisten. Dafür werde ich kämpfen wie eine Löwin", schloss die prämierte Journalistin.

Ebenfalls nominiert waren Renate Graber von der Tageszeitung "Der Standard" und Claudia Reiterer, Moderatorin der ORF-Sendung "Im Zentrum".



"Guter Journalismus kann sich Käuflichkeit und Verhaberung nicht leisten. Dafür werde ich kämpfen wie eine Löwin"
© Bild: APA/Godany/JACQUELINE GODANY

Wir würden hier gerne eine Newsletter Anmeldung zeigen. Leider haben Sie uns hierfür keine Zustimmung gegeben. Wenn Sie diesen anzeigen wollen, stimmen sie bitte Piano Software Inc. zu.

Piano Software Inc. akzeptieren

Goldene Medienlöwin für "profil"-Chefredakteurin Eva Linsinger

Medienlöwin in Silber geht an Marianne Waldhäusl für ihren Bericht über Frauen mit Behinderungen im ORF-Magazin "konkret" – Medienlöwe für "Woman"-Aktion gegen Gewalt an Frauen

10. November 2021, 08:57 5 Postings



Ausgezeichnet mit Goldener Medienlöwin: Eva Linsinger vom "profil".

Foto: APA/Godany

Wien – Die Goldene Medienlöwin für das Lebenswerk geht heuer an Eva Linsinger, sie ist stellvertretende Chefredakteurin und Innenpolitik-Chefin beim "profil", verliehen wurde der Preis Dienstagabend beim Journalistinnenkongress in Wien. Linsinger hat vor "profil" beim STANDARD, "AZ" und beim "Kurier" gearbeitet. "Es liegt an uns Medien, an uns Journalist:innen, an Interessensvertretungen und Kongressen wie diesem, die Glaubwürdigkeit wieder herzustellen und die jetzige Krise für einen Neustart zu nutzen", sagt sie in ihrer Dankesrede Dienstagabend. Nominiert für die Goldene Medienlöwin 2021 waren neben Linsinger Renate Graber vom STANDARD und Claudia Reiterer, ORF.

Ich habe ehrlich nicht damit gerechnet. Eine Nominierung wäre schon Ehre genug gewesen", freute sich Linsinger über die Auszeichnung, die für das Jahr 2021 verliehen und von der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) unterstützt wurde. In ihrer Dankesrede kam sie auf das gegenwärtige Glaubwürdigkeitsproblem des österreichischen Journalismus, das durch die Inseratenaffäre befeuert wurde, zu sprechen. "Es werden Unsummen für freihändig vergebene Inserate gezahlt, die an Kriterien gebundene Presseförderung ist dagegen lächerlich niedrig", bemängelte die "profil"-Journalistin.

Linsinger: Krise für einen Neustart nutzen

Mächtige Personen sollten kritisch beleuchtet werden, denn erst Macht eröffne die Gelegenheit zu Machtmissbrauch. Dennoch sei in Österreich das Gegenteil verbreitet. "Die jeweiligen Machthaber werden gerne adoriert – manchmal bis zur Grenze der Lächerlichkeit", befand Linsinger. Es liege an den Journalistinnen und Journalisten, die Glaubwürdigkeit wiederherzustellen und die jetzige Krise für einen Neustart zu nutzen. "Guter Journalismus kann sich Käuflichkeit und Verhaberung nicht leisten. Dafür werde ich kämpfen wie eine Löwin", schloss die prämierte Journalistin. Ebenfalls für den Preis nominiert waren Renate Graber vom STANDARD und Claudia Reiterer, Moderatorin der ORF-Sendung "Im Zentrum".

WERBUNG



Medienlöwin in Silber an Marianne Waldhäusl

Die Silberne Medienlöwin geht an ORF-Gestalterin Marianne Waldhäusl. Mit einem "konkret"-Beitrag mit dem Titel "Frauen, die behindert werden" überzeugte sie die Jury. Ihr 20-Minuten-Feature handelt von Frauen mit Behinderungen, ihre Kämpfe, ihre im Vergleich zu Männern mit Behinderung verminderte Sichtbarkeit und ihre andere Art, mit der eigenen Behinderung umzugehen. Die Medienlöwin in Silber wird jährlich an einen redaktionellen Beitrag vergeben, der sich mit der Situation oder Lebenswelt von Frauen kritisch und realitätsnah auseinandersetzt.

"Woman" mit Medienlöwen ausgezeichnet

Mit dem Medienlöwen wird das Magazin "Woman" unter der Leitung von Euke Frank für die Aktion "Gegen Gewalt an Frauen" ausgezeichnet. Stories, Online-Features, Inserate – alles drehte sich im Aktionszeitraum um häusliche Gewalt. "Aber nicht pessimistisch, deprimierend oder hoffnungslos, sondern ganz im Gegenteil klar aufzeigend und empowernd", wie die Jurorinnen befanden.

Euke Frank, Chefredakteurin und Herausgeberin von "Woman", nahm den Preis entgegen und bedankte sich bei ihrem Team, mit dem sie die Aktion binnen einer Woche auf die Beine gestellt hatte. "Es war kein lustiger Anlass. Zu dem Zeitpunkt hatte ich den Eindruck, dass die damals im Amt befindliche Regierung sich nicht sehr um die zahlreichen Frauenmorde in Österreich kümmert", sagt Frank. (red, APA, 10.11.2021)

Hinweis

Der 23. Journalistinnenkongress findet heuer unter dem Motto "It's the economy, ladies" statt. Passend dazu steht am Mittwoch (10.11.) in Wien ein ganztägiges Programm rund um das Thema Wirtschaft am Programm. So halten Kathrin Werner, Redaktionsleiterin von "Plan W" dem Frauen-Wirtschaftsmagazins der "Süddeutschen Zeitung", und Horst Pirker, Chef der VGN Medien-Holding, nach einer Begrüßung Keynotes zu "Wirtschaft und Medien(frauen) – Eine schwierige Beziehung?".

Später sind mehrere Impuls-Statements geplant, wobei gefordert wird, Gleichstellungskriterien zu erarbeiten und diese in der Medienförderung zu verankern. Mittags steht eine Podiumsdiskussion zu "Über Geld spricht frau nicht – Warum Geld und Wirtschaft für (Medien-)Frauen ein ungeliebtes Thema ist" an, bevor es am Nachmittag in Breakout-Sessions geht und anschließend Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Kongresses die Möglichkeit haben, einer breiten Palette an erfolgreichen österreichischen Medienfrauen Fragen zu stellen.

Link

[journalistinnenkongress.at](https://www.journalistinnenkongress.at) [<https://www.journalistinnenkongress.at>]

Unabhängiger Journalismus statt Message Control!

In Zeiten von Fake News und Message Control braucht es Zeit, die Wahrheit herauszufiltern. Und genau das ist die Aufgabe des STANDARD. Dafür brauchen wir auch Ihre Unterstützung. Denn Unabhängigkeit von staatlicher Einflussnahme und politischen Interessen lässt sich am ehesten durch den Beitrag vieler Menschen gewährleisten.

Ihr Beitrag stärkt unsere redaktionelle Unabhängigkeit ! Einmalig oder fortlaufend schon ab 3 Euro. Jeder Beitrag zählt!

[Alle Informationen zum STANDARD Supporter](#)

Unterstützen

Goldene „Medienlöwin“ für Linsinger

Eva Linsinger wurde für ihr Lebenswerk sowie ihre Vorbildwirkung ausgezeichnet

© red13 10.11.2021 12:12

© JACQUELINE GODANY

Preis des Österreichischen Journalistinnenkongress geht an stellvertretende „profil“-Chefredakteurin

Eva Linsinger erhielt für ihre bisherige Präsenz, ihr Lebenswerk und ihre Vorbildfunktion für andere Frauen, sich im Medienbereich durchzusetzen, die goldene „Medienlöwin“. Die Freude der „profil“-Chefredakteurin über den Preis war groß: „Ich habe ehrlich nicht damit gerechnet. Eine Nominierung wäre schon Ehre genug gewesen.“ In ihrer Dankesrede sprach sie über das gegenwärtige Glaubwürdigkeitsproblem des österreichischen Journalismus, das durch die Inseratenaffäre befeuert wurde. „Es werden Unsummen für freihändig vergebene Inserate gezahlt, die an Kriterien gebundene Presseförderung ist dagegen lächerlich niedrig“, bemängelte sie.

Klare Message

„Die jeweiligen Machthaber werden gerne adoriert – manchmal bis zur Grenze der Lächerlichkeit“, so Linsinger. Mächtige Personen sollten kritisch beleuchtet werden, denn erst Macht eröffne die Gelegenheit zu Machtmissbrauch. Es liege an den Journalistinnen und Journalisten, die Glaubwürdigkeit wiederherzustellen und die jetzige Krise für einen Neustart zu nützen. „Guter Journalismus kann sich Käuflichkeit und Verhaberung nicht leisten. Dafür werde ich kämpfen wie eine Löwin“, so die prämierte Journalistin abschließend. APA/RED.

Gefällt Ihnen der Beitrag?

Facebook Twitter LinkedIn Telegram WhatsApp Email



GGK Mullenlowe übernimmt Kaviar-Etat

16. November 2021 / red13 / Agenturen, Marketing, News



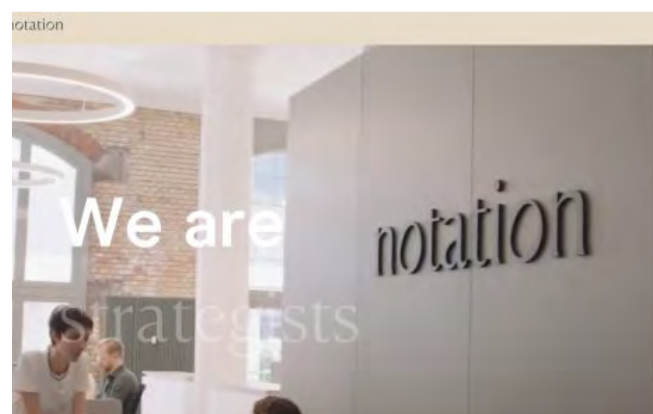
Es weihnachtet

16. November 2021 / red13 / Agenturen, Kampagnen, News



Neuer Club für Antenne Steiermark und Antenne Kärnten

16. November 2021 / red13 / News, Promotion



Agenturgründung „Notation“

16. November 2021 / JT / Agenturen, Medien, News



(/media/k2/items/cache/b1b8d69192895ff26bfb90b0828f5700_XL.jpg)

Eva Linsinger

Screenshot

10
Nov

GESCHRIEBEN VON BRUNO JASCHKE (/AGENTUREN/FESTIVALS-PREISE/AUTHOR/46-BRUNO-JASCHKE.HTML)

Eva Linsinger bekommt Goldene Medienlöwin

Schriftgröße

Drucken (/agenturen/festivals-preise/5604-linsinger-bekommt-goldene-medienloewin.html?

tmpl=component&print=1) | E-Mail (/component/mailto/?

tmpl=component&template=ja_nex_t3&link=b7485a4e570cf09b7f5519d4f8c33928b6909577)

profil-IPo-Chefin wurde fürs Lebenswerk geehrt.

Die Veranstaltung fand am Vorabend des Journalistinnenkongresses statt; die Auszeichnung wurde zum 10. Mal vergeben. Linsinger, die ihre Karriere in der AZ begann und über den *Kurier* zu *profil* kam, folgt damit Petra Stuber vom *Standard*, die voriges Jahr die Goldene Medienlöwin für das Lebenswerk bekam. Linsinger, die sich beim Selskptionsverfahren gegen Claudia Reiterer vom ORF und *Standard*-Redakteurin Renate Graber durchsetzte, kritisierte in ihrer Dankesrede vieles: Inseratenkorruption, die absurd geringe Presseförderung und die Willfährigkeit gegen Machthaber, die „manchmal bis zur Grenze der Lächerlichkeit“ reiche.



Die Silberne Medienlöwin, die für die kritische Auseinandersetzung mit der Lebenswelt von Frauen
 ergeben wird, wurde Marianne Waldhäusl vom ORF zugesprochen. Sie hat in einem Beitrag für
 konnte die Situation behinderter Frauen umfassend dargestellt. Mit dem Medienlöwen wurde das
 Magazin *woman* unter der Leitung von Euke Frank für die Aktion "Gegen Gewalt an Frauen"
 ausgezeichnet.

Unterstützen Sie BranchenBlatt!

Werden Sie Teil des Projektes! BranchenBlatt als Medien-Start-up hat die Krise besonders getroffen. Mit Blut, Schweiß und Geld stehen wir aber hinter dem Projekt. Weil wir der Überzeugung sind, dass der eingefahrene Markt in diesem Bereich dringend frischen Wind benötigt. Und dass unabhängige Berichterstattung ohne Verhaberung der gesamten Branche mehr Glaubwürdigkeit und Gewicht verleiht.

Unterstützen Sie Ihr neues BranchenBlatt dabei! Wir sind weiterhin bemüht, seriöse und spannende Nachrichten zu liefern. Doch in Zeiten wegfallender Werbeeinnahmen wird die Aufgabe nicht leichter. Sie können für BranchenBlatt in den Ring steigen und mit Ihrer Spende zu einem neuen Mediendiskurs in der Branche beitragen!



https://paypal.me/branchenblatt?locale.x=de_DE

IN FESTIVALS/PREISE (/AGENTUREN/FESTIVALS-PREISE.HTML)

SCHLAGWÖRTER BRANCHENBLATT (/AGENTUREN/FESTIVALS-PREISE/TAG/BRANCHENBLATT.HTML)
 BRANCHENBLATTAT (/AGENTUREN/FESTIVALS-PREISE/TAG/BRANCHENBLATTAT.HTML) EVA LINSINGER
 (/AGENTUREN/FESTIVALS-PREISE/TAG/EVA%20LINSINGER.HTML) PROFIL (/AGENTUREN/FESTIVALS-
 PREISE/TAG/PROFIL.HTML) RENATE GRABER (/AGENTUREN/FESTIVALS-
 PREISE/TAG/RENATE%20GRABER.HTML) PETRA STUIBER (/AGENTUREN/FESTIVALS-
 PREISE/TAG/PETRA%20STUIBER.HTML) CLAUDIA REITERER (/AGENTUREN/FESTIVALS-
 PREISE/TAG/CLAUDIA%20REITERER.HTML) MARIANNE WALDHAUSL (/AGENTUREN/FESTIVALS-
 PREISE/TAG/MARIANNE%20WALDHAUSL.HTML) ORF (/AGENTUREN/FESTIVALS-PREISE/TAG/ORF.HTML) DER
 STANDARD (/AGENTUREN/FESTIVALS-PREISE/TAG/DER%20STANDARD.HTML) WOMAN
 (/AGENTUREN/FESTIVALS-PREISE/TAG/WOMAN.HTML) EUKE FRANK (/AGENTUREN/FESTIVALS-
 PREISE/TAG/EUKE%20FRANK.HTML) JOURNALISTINNENKONGRESS (/AGENTUREN/FESTIVALS-
 PREISE/TAG/JOURNALISTINNENKONGRESS.HTML)

Like Be the first of your friends to like this.

Twittern

DAS NEUESTE VON BRUNO JASCHKE

ÄHNLICHE ARTIKEL

Redaktion

11.11.2021

Die zehnte Goldene MedienLöwin ist Eva Linsinger

Für ihren Bericht über Frauen mit Behinderungen im Ö3-Magazin „konkret“ nimmt Mayjama Waldhäusl die Silberne MedienLöwin entgegen.



79 Shortlist-Platzierungen für den Award...
 Ikea macht den „Black Friday“ grün
 Kampagne gegen das Ablaufdatum
 Öffentlicher Zugang des Dachgartens im...
 „Lehrlinge mit dem Plus“ gegen Fachkrä...
 CS Hospiz und KTHE-Kampagne bringt "...
 Reale Events statt virtueller Zoom-Meet...
 Messehalle Wien wird zur Wiener Winter...
 Adeg Grasser: Zwei Top-Gastronomen ü...
 KI und Medien – (k)eine komplizierte Be...

WIEN. Das Frauenmagazin *Woman* wird für die Aktion „Gegen Gewalt an Frauen“ mit dem MedienLöwin ausgezeichnet. Eva Linsinger wollte schon als Kind Journalistin werden und hat sich gegen alle anderslautenden Ratschläge aus Familie und Bekanntschaft durchgesetzt. Jetzt ist sie stellvertretende Chefredakteurin und Innenpolitik-Chefin beim *profil*. Sie ist gerngesehener Talkshow-Gast, wo sie mit ihrer ruhigen Art und ihren messerscharfen Analysen brilliert. Sie schreibt leidenschaftlich gerne über Politik und sie hat „die Lizenz zum Fragen“, sieht das Fragen als Auftrag. Kollegial ist die Buchautorin, hartnäckig ist sie und sie lässt sich ungern blenden von so mancher politischen Persönlichkeit. Das ist der studierten Historikerin und Literaturwissenschaftlerin wohl gelungen. Sie hat vor *profil* bei *Der Standard*, *AZ* und beim *Kurier* gearbeitet. Mit Sibylle Hamann, auch eine Goldene MedienLöwin (2016), hat Eva Linsinger 2008 das „Weißbuch

interviewten betroffene Frauen und veröffentlichten anonymisiert deren Erzählungen in vielen Tageszeitungen und Magazinen als doppel-, ganz- oder halbseitige Sujets. Außerdem erzählten Betroffene in Radiospots ihre Geschichte. Diese Aktion soll Frauen Mut machen, einen Schritt raus aus toxischen, oft lebensgefährlichen Beziehungen zu wagen – und uns allen die Augen öffnen. „Was diese Aktion geschafft hat, ist, jenen Frauen ein Sprachrohr zur geben, die nach wie vor in der prekären Situation sind und sich nicht trauen, sich Hilfe zu holen. Wir wollen den Frauen eine Stimme geben, dass sie anderen Frauen Mut machen, sich zu befreien und zu wissen, dass es ein Leben danach gibt.“

MedienLöwin in Gold

Die MedienLöwin in Gold wird an Journalistinnen mit Vorbildfunktion und für ihr bisheriges Schaffen vergeben.

NEWSLETTER

Mit unseren News bleiben Sie am Puls der Zeit! Melden Sie sich jetzt für unseren gratis Newsletter an.

[jetzt anmelden](#)

Die "Goldene Medienlöwin 2021" heißt Eva Linsinger

NEWS, MEDIEN, KARRIERE, FOTO, FEMALE | 10.11.2021

Die "Profil"-Innenpolitikchefin wurde für ihr Lebenswerk geehrt.



Martha Schultz, Eva Linsinger und Maria Rauch-Kallat © APA/Godany

Die stellvertretende Chefredakteurin und Innenpolitikchefin vom *Profil*, Eva Linsinger, wurde am Dienstagabend mit der "Goldenen Medienlöwin" für ihre Lebenswerk ausgezeichnet. In ihrer Dankesrede bezog sich die Journalistin auf die Glaubwürdigkeitskrise der Medien: "Es liegt an uns Medien, an uns Journalist:innen, an Interessensvertretungen und Kongressen wie diesem, die Glaubwürdigkeit wieder herzustellen und die jetzige Krise für einen Neustart

LEADERS

29:

Peter &
Der Turf
Wirtsch

MEISTGE

1

2

3

zu nützen." Die "Medienlöwin in Gold" wird vom Club Alpha verliehen und von der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) unterstützt.

Eva Linsinger wollte schon als Kind Journalistin werden und hat sich gegen alle anderslautenden Ratschläge aus Familie und Bekanntschaft durchgesetzt. Jetzt ist sie stellvertretende Chefredakteurin und Innenpolitik-Chefin beim *Profil*. Sie hat vor *Profil* beim *Standard*, der *Arbeiterzeitung* und beim *Kurier* gearbeitet. Mit Sibylle Hamann, auch eine "Goldene Medienlöwin" (2016), hat Linsinger 2008 das *Weißbuch Frauen/Schwarzbuch Männer* veröffentlicht.

Weitere Auszeichnungen für Marianne Waldhäusl und "Woman"

Über die "Silberne Medienlöwin" – verliehen vom Club Alpha, unterstützt von Sanofi Austria – durfte sich hingegen *ORF*-Gestalterin Marianne Waldhäusl freuen. Mit einem "Konkret"-Beitrag mit dem Titel "Frauen, die behindert werden" überzeugte sie die Jury. Das 20-Minuten-Feature handelt von Frauen mit Behinderungen, ihre Kämpfe, ihre im Vergleich zu Männern mit Behinderung verminderte Sichtbarkeit und ihre andere Art, mit der eigenen Behinderung umzugehen.

Der "Medienlöwe" – ebenfalls vom Club Alpha verliehen und powered by Jacques Lemans – ging an das Frauenmagazin *Woman* unter der Leitung von Euke Frank, das sich dem sehr heiklen Thema "Gegen Gewalt an Frauen" annahm. Stories, Online-Features, Inserate – alles drehte sich im Aktionszeitraum um häusliche Gewalt. "Aber nicht pessimistisch, deprimierend oder hoffnungslos, sondern ganz im Gegenteil klar aufzeigend und empowernd", wie die Jurorinnen befanden. "Was diese Aktion geschafft hat, ist, jenen Frauen ein Sprachrohr zu geben, die nach wie vor in der prekären Situation sind und sich nicht trauen, sich Hilfe zu holen. Wir wollen den Frauen eine Stimme geben, dass sie anderen Frauen Mut machen, sich zu befreien und zu wissen, dass es ein Leben danach gibt." (as)

Bilder von der Verleihung der "Medienlöw:innen" finden Sie in unserer [Fotogalerie](#).

www.journalistinnenkongress.at

Ohne We
unsere R

Ohne We
unsere R



Home > Karriere >



KARRIERE

Zehnte Goldene MedienLÖWIN ist Eva Linsinger

By Brandaktuell On 10. November 2021

Wien (OTS) – Die Goldene MedienLÖWIN für das Lebenswerk geht heuer an Eva Linsinger vom Profil. Für ihren Bericht über Frauen mit Behinderungen im ORF-Magazin „konkret“ nimmt Marianne Waldhäusl die Silberne MedienLÖWIN entgegen. Das Frauenmagazin WOMAN wird für die Aktion „Gegen Gewalt an Frauen“ mit dem MedienLÖWEN ausgezeichnet.

Eva Linsinger wollte schon als Kind Journalistin werden und hat sich gegen alle anderslautenden Ratschläge aus Familie und Bekanntschaft durchgesetzt. Jetzt ist sie stellvertretende Chefredakteurin und Innenpolitik-Chefin beim Profil. Sie ist gerngesehener Talkshow-Gast, wo sie mit ihrer ruhigen Art und ihren messerscharfen Analysen brilliert. Sie schreibt leidenschaftlich gerne über Politik und sie hat „die Lizenz zum Fragen“, sieht das Fragen als Auftrag. Kollegial ist die Buchautorin, hartnäckig ist sie und sie lässt sich ungern blenden von so mancher politischen Persönlichkeit. Das ist der studierten Historikerin und Literaturwissenschaftlerin wohl gelungen. Sie hat vor Profil bei DerStandard, AZ und beim Kurier gearbeitet. Mit Sibylle Hamann, auch eine Goldene MedienLÖWIN (2016), hat Eva Linsinger 2008



„Diesem, die Glaubwürdigkeit wieder herzustellen und die jetzige Krise für einen Neustart zu nützen.“ Die MedienLÖWIN in Gold wird vom Club alpha verliehen und von der Wirtschaftskammer Österreich unterstützt.

Über die Silberne MedienLÖWIN freut sich ORF-Gestalterin Marianne Waldhäusl. Mit einem „konkret“-Beitrag mit dem Titel „Frauen, die behindert werden“ überzeugte sie die Jury. Verliehen wird der Preis vom Clubalpha und unterstützt von Sanofi Austria. Das 20-Minuten-Feature handelt von Frauen mit Behinderungen, ihre Kämpfe, ihre im Vergleich zu Männern mit Behinderung verminderte Sichtbarkeit und ihre andere Art, mit der eigenen Behinderung umzugehen. Der Beitrag oszilliere zwischen menschlicher Nahaufnahme, politischer Ansage, werfe Schlaglichter auf unterschiedliche Lebenskonzepte und baue sich so geschickt auf, dass man vergesse, dass die Frauen mit einer körperlichen Behinderung leben. Der Beitrag, der auch als feministischer Weckruf gelesen werden kann, zeigt, wie Frauen mit dem eigenen Handicap umgehen: „Frauen mit Behinderung werden mehr behindert als Männer mit Behinderung. Diese Frauen sind sehr mutig, selbstbestimmt und vor allem stark.“

Der MedienLÖWE (ebenfalls vom Club alpha verliehen und powered by Jacques Lemans) – die jüngste unter den LÖWINNEN-Auszeichnungen – ging an das Frauenmagazin WOMAN unter der Leitung von Euke Frank, das sich dem sehr heiklen Thema „Gegen Gewalt an Frauen“ annahm. Stories, Online-Features, Inserate – alles drehte sich im Aktionszeitraum um häusliche Gewalt. „Aber nicht pessimistisch, deprimierend oder hoffnungslos, sondern ganz im Gegenteil klar aufzeigend und empowernd“, wie die Jurorinnen befanden. Weil betroffene Frauen selbst zu Wort kamen und erzählten, wie sie es aus der Gewaltbedrohung geschafft haben. Die Redaktion wollte Frauen eine Stimme geben und Bewusstsein schaffen für die stillen Qualen, die diese oft viel zu lange erdulden. Journalistinnen interviewten betroffene Frauen und veröffentlichten anonymisiert deren Erzählungen in vielen Tageszeitungen und Magazinen als doppel-, ganz- oder halbseitige Sujets. Außerdem erzählten Betroffene in Radiospots ihre Geschichte. Diese Aktion soll Frauen Mut machen, einen Schritt raus aus toxischen, oft lebensgefährlichen Beziehungen zu wagen – und uns allen die Augen öffnen. „Was diese Aktion geschafft hat, ist, jenen Frauen ein Sprachrohr zur geben, die nach wie vor in der prekären Situation sind und sich nicht trauen, sich Hilfe zu holen. Wir wollen den Frauen eine Stimme geben, dass sie anderen Frauen Mut machen, sich zu befreien und zu wissen, dass es ein Leben danach gibt.“

MedienLÖWIN in Gold

Die MedienLÖWIN in Gold wird an Journalistinnen mit Vorbildfunktion und für ihr bisheriges Schaffen vergeben. Medienfrauen konnten vorgeschlagen werden, der Beirat des Journalistinnenkongresses hat durch Punktevergabe drei Frauen nominiert. Nominiert waren ebenfalls: Renate Graber (DerStandard Wirtschaft) und Claudia Reiterer (ORF). Durch eine Jury aus 77 bekannten Medienmenschen wurde die Gewinnerin via Punktevergabe ermittelt.

Privacy & Cookies Policy



Kategorie waren: Christina Höfferer und Christine Pawlata, mit ihrem Beitrag „Corona und Wirtschaft: Das EU-Hilfspaket landet nicht bei den Krisenverliererinnen“ in DerStandard. Er zeigt nach tiefgreifenden Analysen, dass die Begünstigten der EU-Hilfen wieder einmal mehr überwiegend Männer oder männerdominierte Bereiche sind. In Claudia Manns Beitrag „Was geht? – Catcalling“ im Magazin „Futter“ der Kleinen Zeitung (mit A1now TV) nimmt die Journalistin das Thema verbal-gewalttätige, sexistische Anmachsprüche, denen Frauen im öffentlich Raum alltäglich ausgesetzt sind, ins Visier und berichtet über Betroffenheit, Befindlichkeit und Aktionismus.

MedienLÖWE

Der MedienLÖWE geht an Redaktionen oder Medien, die sich durch besonders frauenfreundliche, frauenunterstützende und stärkende Aktionen auszeichnen. Die weiteren Nominierten in dieser Kategorie waren: Beatrice Frasl mit ihrem Podcast „Große vTöchter“. Sie interviewt Expert:innen, Aktivist:innen, und Journalist:innen zu Themen rund um Feminismus, Frauenbewegungen und Frauenpolitik. Frasl versucht, Feminismus in seiner Breite und Vielfalt abzubilden und einer möglichst großen Bandbreite an Perspektiven Raum zu geben. Weiters waren die Sendereihen „Die Zudeckerin“ und „fm4 Klitoris“ von Antonia Stabinger in fm4 nominiert. Die Kabarettistin und Radiomoderatorin bespricht mit scharfer Zunge Frauenfragen angefangen bei Leben, Gesellschaft über Körper sowie Sexualität bis zu Politik und Strukturen. Ihre Waffe ist der Humor, denn sie nimmt alles gehörig aufs Korn.

Der Gala-Abend der MedienLöwinnen ist eine Veranstaltung des Club alpha, des Österreichischen Journalistinnenkongresses und der mrkdiversity.

Weitere Bilder in der [APA-Fotogalerie]

(<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/27299>)

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS. www.ots.at
(C) Copyright APA-OTS Originaltext-Service GmbH und der jeweilige Aussender. Journalistinnenkongress



MEDIEN

Eva Linsinger mit goldener "Medienlöwin" ausgezeichnet

APA
10. November 2021 08:50 Uhr

0

Eva Linsinger ist am Dienstagabend mit der goldenen "Medienlöwin" prämiert worden.



Die preisgekrönte Eva Linsinger.

Der Preis des Österreichischen Journalistinnenkongresses wurde der stellvertretenden "profil"-Chefredakteurin und Leiterin des Innenpolitik-Ressorts für

ihre bisherige Präsenz, ihr Lebenswerk und ihre Vorbildfunktion für andere Frauen, sich im Medienbereich durchzusetzen, verliehen.

"Ich habe ehrlich nicht damit gerechnet. Eine Nominierung wäre schon Ehre genug gewesen", freute sich Linsinger über die Auszeichnung, die für das Jahr 2021 verliehen und von der Wirtschaftskammer Österreich (WKO) unterstützt wurde. In ihrer Dankesrede kam sie auf das gegenwärtige Glaubwürdigkeitsproblem des österreichischen Journalismus, das durch die Inseratenaffäre befeuert wurde, zu sprechen. "Es werden Unsummen für freihändig vergebene Inserate gezahlt, die an Kriterien gebundene Presseförderung ist dagegen lächerlich niedrig", bemängelte die "profil"-Journalistin.

Mächtige Personen sollten kritisch beleuchtet werden, denn erst Macht eröffne die Gelegenheit zu Machtmissbrauch. Dennoch sei in Österreich das Gegenteil verbreitet. "Die jeweiligen Machthaber werden gerne adoriert - manchmal bis zur Grenze der Lächerlichkeit", befand Linsinger. Es liege an den Journalistinnen und Journalisten, die Glaubwürdigkeit wiederherzustellen und die jetzige Krise für einen Neustart zu nutzen. "Guter Journalismus kann sich Käuflichkeit und Verhaberung nicht leisten. Dafür werde ich kämpfen wie eine Löwin", schloss die prämierte Journalistin. Ebenfalls für den Preis nominiert waren Renate Graber von der Tageszeitung "Der Standard" und Claudia Reiterer, Moderatorin der ORF-Sendung "Im Zentrum".

Auch verliehen wurde die silberne "Medienlöwin", die alljährlich an einen redaktionellen Beitrag, der sich mit der Situation oder Lebenswelt von Frauen kritisch und realitätsnah auseinandersetzt, vergeben wird. Diesmal erging die Auszeichnung an Marianne Waldhäusl, die für das ORF Magazin "konkret" tätig ist. Ihr 20-Minuten-Feature "Frauen, die behindert werden" wurde von der Jury als "menschliche Nahaufnahme" und "feministischer Weckruf" gewürdigt. Darin thematisiert sie Frauen mit Behinderungen, ihre - auch administrativen - Kämpfe, ihre im Vergleich zu Männern mit Behinderung verminderte Sichtbarkeit und ihre andere Art, mit der eigenen Behinderung umzugehen, wie Elisabeth Pechmann, Vorsitzende der Jury, erklärte. "Ich finde es unfassbar, dass Frauen mit Behinderung noch mehr behindert werden als Männer mit Behinderungen", sagte Waldhäusl, als sie die Auszeichnung entgegennahm. Die in ihrem Beitrag vorkommenden Frauen würdigte sie als selbstbewusst, mutig und unglaublich stark.

Der Preis des "Medienlöwen" ist für ein Medium oder eine Redaktion gedacht, die sich durch besonders frauenunterstützende Berichterstattung kontinuierlich ausgezeichnet hat. Für 2021 ging er an das Magazin "Woman" für dessen im Mai durchgeführte Aktion gegen Gewalt an Frauen. Dabei kamen Betroffene zu Wort, sprachen über ihre Situation und sollten so anderen Frauen Mut machen. Euke Frank, Chefredakteurin und Herausgeberin von "Woman", nahm den Preis entgegen und bedankte sich bei ihrem Team, mit dem sie die Aktion binnen einer Woche auf die Beine gestellt hatte. "Es war kein lustiger Anlass. Zu dem Zeitpunkt hatte ich den Eindruck, dass die damals im Amt befindliche Regierung sich nicht sehr um die zahlreichen Frauenmorde in Österreich kümmert", so Frank.

Der 23. Journalistinnenkongress findet heuer unter dem Motto "It's the economy, ladies" statt. Passend dazu steht am Mittwoch in Wien ein ganztägiges Programm rund um das Thema Wirtschaft auf dem Programm. So halten Kathrin Werner, Redaktionsleiterin von "Plan W", dem Frauen-Wirtschaftsmagazin der "Süddeutschen Zeitung", und Horst Pirker, Chef der VGN Medien-Holding, nach einer Begrüßung Keynotes zu "Wirtschaft und Medien(frauen) - Eine schwierige Beziehung?". Später sind mehrere Impuls-Statements geplant, wobei gefordert wird, Gleichstellungskriterien zu erarbeiten und diese in der Medienförderung zu verankern. Mittags steht eine Podiumsdiskussion zu "Über Geld spricht frau nicht - Warum Geld und Wirtschaft für (Medien-)Frauen ein ungeliebtes Thema ist" an, bevor es am Nachmittag in Breakout-Sessions geht und anschließend Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Kongresses die Möglichkeit haben, einer breiten Palette an erfolgreichen österreichischen Medienfrauen Fragen zu stellen.

Aufgerufen am 16.11.2021 um 05:45 auf <https://www.sn.at/panorama/medien/eva-linsinger-mit-goldener-medienloewin-ausgezeichnet-112209532>

Journalistenpreise

journalistin.at

11.11.2021 - 00:41 Uhr

Medienlöwinnen für Eva Linsinger und Marianne Waldhäusl



Die Medienlöwinnen mit Maria Rauch-Kallat (Screenshot YouTube)

Bei der Gala des Journalistinnenkongress 2021 am Dienstagabend wurde auch ein Medienlöwe für die „Woman“-Aktion „Gegen Gewalt an Frauen“ verliehen.

Wien – Bei der Gala des Journalistinnenkongress 2021 am Dienstagabend wurden die jährlichen Auszeichnungen verliehen: Die Goldene Medienlöwin für das Lebenswerk ging heuer an Eva Linsinger vom „Profil“. Für ihren Bericht über Frauen mit Behinderungen im ORF-Magazin „konkret“ nahm Marianne Waldhäusl die Silberne Medienlöwin entgegen. Das Magazin „Woman“ wurde für die Aktion „Gegen Gewalt an Frauen“ mit dem Medienlöwen ausgezeichnet.

Die Medienlöwin in Gold wird an Journalistinnen mit Vorbildfunktion und für ihr bisheriges Schaffen vergeben. Die zehnte goldene Medienlöwin ist Eva Linsinger, stellvertretende Chefredakteurin und Innenpolitik-Chefin beim „Profil“. Nominiert waren auch: Renate Graber („Der Standard“/Wirtschaft) und Claudia Reiterer (ORF).

Sie möchten exklusive Medienstorys, spannende Debatten lesen und sich über, Jobs, Workshops, Top-Personalien und Journalistenpreise aus Österreich informieren? Dann bestellen Sie bitte unseren kostenlosen, wöchentlichen [Newsletter](#).

Mit der Medienlöwin in Silber werden journalistische Beiträge ausgezeichnet, die sich mit den Lebenssituationen von Frauen kritisch auseinandersetzen. Dieses Jahr überzeugte ORF-Gestalterin Marianne Waldhäusl mit einem „konkret“-Beitrag mit dem Titel „Frauen, die behindert werden“ die Jury. Weiters nominiert waren Christina Höfferer und Christine Pawlata, mit „Corona und Wirtschaft: Das EU-Hilfspaket landet nicht bei den Krisenverliererinnen“ im „Standard“ sowie Claudia Mann mit „Was geht? – Catcalling“ im Magazin „Futter“ der „Kleinen Zeitung“ (mit A1now TV).

Der Medienlöwe geht an Redaktionen oder Medien, die sich durch besonders frauenfreundliche und stärkende Aktionen auszeichnen. 2021 wurde das Magazin „Woman“ unter der Leitung von Euke Frank für die Aktion „Gegen Gewalt an Frauen“ gewürdigt. Die weiteren Nominierten waren: Beatrice Frasel mit ihrem Podcast „Große Töchter“ und die Sendereihen „Die Zudeckerin“ und „FM4 Klitoris“ von Antonia Stabinger auf FM4.

Sie haben Personalnews in eigener Sache oder aus Ihrem Medienhaus? Mailen Sie die Infos bitte gerne an redaktion@journalistin.at.



ÖSTERREICH

12.11.2021

Eva Linsinger: "Hartnäckig bleiben"

Die stv. profil-Chefredakteurin wurde für ihr Lebenswerk mit der "goldenen Medienlöwin" ausgezeichnet.

von Patricia Bartos, Elena-Ligia Crisan, Eva Linsinger

Im Video erzählt sie von der aktuellen Journalismus-Krise und gibt Tipps, wie Journalistinnen in der Branche erfolgreich werden können.

Wir würden hier gerne ein Youtube Video zeigen. Leider haben Sie uns hierfür keine Zustimmung gegeben. Wenn Sie diesen anzeigen wollen, stimmen sie bitte Youtube

zu.

Youtube akzeptieren

Wir würden hier gerne eine Newsletter Anmeldung zeigen. Leider haben Sie uns hierfür keine Zustimmung gegeben. Wenn Sie diesen anzeigen wollen, stimmen sie bitte Piano Software Inc. zu.

Piano Software Inc. akzeptieren**Österreich****Eva Linsinger erhielt goldene "Medienlöwin"**

[Home](#) > [Politik](#) >

POLITIK

Zehnte Goldene MedienLÖWIN ist Eva Linsinger

von 10. November 2021 08:31  8

Wien (OTS) – Die Goldene MedienLÖWIN für das Lebenswerk geht heuer an Eva Linsinger vom Profil. Für ihren Bericht über Frauen mit Behinderungen im ORF-Magazin „konkret“ nimmt Marianne Waldhäusl die Silberne MedienLÖWIN entgegen. Das Frauenmagazin WOMAN wird für die Aktion „Gegen Gewalt an Frauen“ mit dem MedienLÖWEN ausgezeichnet.

Eva Linsinger wollte schon als Kind Journalistin werden und hat sich gegen alle anderslautenden Ratschläge aus Familie und Bekanntschaft durchgesetzt. Jetzt ist sie stellvertretende Chefredakteurin und Innenpolitik-Chefin beim Profil. Sie ist gerngesehener Talkshow-Gast, wo sie mit ihrer ruhigen Art und ihren messerscharfen Analysen brilliert. Sie



reibt leidenschaftlich gerne über Politik und sie hat „die Lizenz zum Fragen“, sieht das

Online-Parfümberatung

Sie suchen einen neuen Duft oder das perfekte Geschenk?
Marionnaud

immer am Puls der Zeit – ist jetzt auch regelmäßig im Profil-Innenpolitik-Podcast zu hören. In ihrer Dankesrede bezieht die frischgebackene GoldLÖWIN sich auf die Glaubwürdigkeitskrise der Medien: „Es liegt an uns Medien, an uns Journalist:innen, an Interessensvertretungen und Kongressen wie diesem, die Glaubwürdigkeit wieder herzustellen und die jetzige Krise für einen Neustart zu nützen.“ Die MedienLÖWIN in Gold wird vom Club alpha verliehen und von der Wirtschaftskammer Österreich unterstützt.

Über die Silberne MedienLÖWIN freut sich ORF-Gestalterin Marianne Waldhäusl. Mit einem „konkret“-Beitrag mit dem Titel „Frauen, die behindert werden“ überzeugte sie die Jury. Verliehen wird der Preis vom Clubalpha und unterstützt von Sanofi Austria. Das 20-Minuten-Feature handelt von Frauen mit Behinderungen, ihre Kämpfe, ihre im Vergleich zu Männern mit Behinderung verminderte Sichtbarkeit und ihre andere Art, mit der eigenen Behinderung umzugehen. Der Beitrag oszilliert zwischen menschlicher Nahaufnahme, politischer Ansage, werfe Schlaglichter auf unterschiedliche Lebenskonzepte und baue sich so geschickt auf, dass man vergesse, dass die Frauen mit einer körperlichen Behinderung leben. Der Beitrag, der auch als feministischer Weckruf gelesen werden kann, zeigt, wie Frauen mit dem eigenen Handicap umgehen: „Frauen mit Behinderung werden mehr behindert als Männer mit Behinderung. Diese Frauen sind sehr mutig, selbstbestimmt und vor allem stark.“

Der MedienLÖWE (ebenfalls vom Club alpha verliehen und powered by Jacques Lemans) – die jüngste unter den LÖWINNEN-Auszeichnungen – ging an das Frauenmagazin WOMAN unter der Leitung von Euke Frank, das sich dem sehr heiklen Thema „Gegen Gewalt an Frauen“ annahm. Stories, Online-Features, Inserate – alles drehte sich im Aktionszeitraum um häusliche Gewalt. „Aber nicht pessimistisch, deprimierend oder hoffnungslos, sondern ganz im Gegenteil klar aufzeigend und empowernd“, wie die Jurorinnen befanden. Weil betroffene Frauen selbst zu Wort kamen und erzählten, wie sie es aus der Gewaltbedrohung geschafft haben. Die Redaktion wollte Frauen eine Stimme geben und Bewusstsein schaffen für die stillen Qualen, die diese oft viel zu lange erdulden. Journalistinnen interviewten betroffene Frauen und veröffentlichten anonymisiert deren Erzählungen in vielen Tageszeitungen und Magazinen als doppel-, ganz- oder halbseitige Sujets. Außerdem erzählten Betroffene in Radiospots ihre Geschichte. Diese Aktion soll Frauen Mut machen, einen Schritt raus aus toxischen, oft lebensgefährlichen Beziehungen zu wagen – und uns allen die Augen öffnen. „Was diese Aktion geschafft hat, ist, jenen Frauen ein Sprachrohr zu geben, die nach wie vor in der prekären Situation sind und sich nicht trauen, sich Hilfe zu holen. Wir wollen den Frauen eine Stimme geben, dass sie anderen Frauen Mut machen, sich zu befreien und zu wissen, dass es ein Leben danach gibt.“

✓ MedienLÖWIN in Gold

Online-Parfümberatung

Sie suchen einen neuen Duft oder das perfekte Geschenk
Marionnaud

aus 77 bekannten Medienmenschen wurde die Gewinnerin via Punktevergabe ermittelt.

MedienLÖWIN in Silber

Mit der MedienLÖWIN in Silber werden journalistische Beiträge ausgezeichnet, die sich mit den Lebenssituationen von Frauen kritisch auseinandersetzen. Die weiteren Nominierten in dieser Kategorie waren: Christina Höfferer und Christine Pawlata, mit ihrem Beitrag „Corona und Wirtschaft: Das EU-Hilfspaket landet nicht bei den Krisenverliererinnen“ in DerStandard. Er zeigt nach tiefgreifenden Analysen, dass die Begünstigten der EU-Hilfen wieder einmal mehr überwiegend Männer oder männerdominierte Bereiche sind. In Claudia Manns Beitrag „Was geht? – Catcalling“ im Magazin „Futter“ der Kleinen Zeitung (mit A1now TV) nimmt die Journalistin das Thema verbal-gewalttätige, sexistische Anmachsprüche, denen Frauen im öffentlich Raum alltäglich ausgesetzt sind, ins Visier und berichtet über Betroffenheit, Befindlichkeit und Aktionismus.

MedienLÖWE

Der MedienLÖWE geht an Redaktionen oder Medien, die sich durch besonders frauenfreundliche, frauenunterstützende und stärkende Aktionen auszeichnen. Die weiteren Nominierten in dieser Kategorie waren: Beatrice Frasl mit ihrem Podcast „Große vTöchter“. Sie interviewt Expert:innen, Aktivist:innen, und Journalist:innen zu Themen rund um Feminismus, Frauenbewegungen und Frauenpolitik. Frasl versucht, Feminismus in seiner Breite und Vielfalt abzubilden und einer möglichst großen Bandbreite an Perspektiven Raum zu geben. Weiters waren die Sendereihen „Die Zudeckerin“ und „fm4 Klitoris“ von Antonia Stabinger in fm4 nominiert. Die Kabarettistin und Radiomoderatorin bespricht mit scharfer Zunge Frauenfragen angefangen bei Leben, Gesellschaft über Körper sowie Sexualität bis zu Politik und Strukturen. Ihre Waffe ist der Humor, denn sie nimmt alles gehörig aufs Korn.

Der Gala-Abend der MedienLöwinnen ist eine Veranstaltung des Club alpha, des Österreichischen Journalistinnenkongresses und der mrkdiversity.

Weitere Bilder in der [APA-Fotogalerie]

(<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/27299>)

Rückfragen: Dr.a Ulrike Schöflinger
presse@journalistinnenkongress.at
www.journalistinnenkongress.at

✓OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER

Online-Parfümberatung

Sie suchen einen neuen Duft oder das perfekte Geschenk
Marionnaud

JO Journalistinnen
KO ngress
2021

Kongress
10. November 2021
Print, online, OTS

JOURNALISTINNENKONGRESS

'Gebt euch nicht zu bescheiden!'

Von Horizont Redaktion (mailto:red_horizont@manstein.at)

Donnerstag, 11. November 2021



Frauenministerin Susanne Raab betonte, wie viel sich in den letzten Jahren in Bezug auf Frauen zum Positiven gewandelt hat, kritisierte aber auch das langsame Voranschreiten der Entwicklungen.

(/news/media/8/Susanne-Raab-74703.jpeg)

Nach einem pandemiebedingten Online-Jahr kehrte der Journalistinnenkongress 2021 in das Wiener Haus der Industrie zurück. Unter dem Motto 'It's the Economy, Ladies (Ohne Göld ka Musi)' drehte sich alles um (Medien-)Frauen, die Wirtschaft, Finanzen als Tabuthema – und was sich Frauen von Männern anschauen können.

Den Auftakt machte Maria Rauch-Kallat, ehemalige Frauenministerin (ÖVP) und Initiatorin des Journalistinnenkongresses. Sie sprach von Finanzen als Tabuthema unter Frauen und appellierte an die anwesenden Medienfrauen, sich im Job nicht zu bescheiden zu geben und bei Gehaltsverhandlungen nicht zurückzustecken. Vor allem an die anwesenden jungen Journalistinnen gerichtet sagte sie: „Merkt euch, Karriere kann man planen. Das können wir uns von den Männern anschauen.“



In seiner virtuellen Grußbotschaft bestätigt Georg Knill, Präsident der Industriellenvereinigung, Parallelen zwischen dem Industrie-Sektor, der Politik und dem, was auch in Österreichs Redaktionen zu beobachten ist: „Immer noch sind zu wenige Frauen in politischen Spitzenpositionen, in Chefetagen der Medienhäuser und der Industrie angesiedelt.“

Frauenministerin Susanne Raab schloss die Eröffnungsrunde mit einem Statement ab. Darin hob sie einerseits hervor, wie viel sich in den letzten Jahren in Bezug auf Frauen zum Positiven gewandelt hat. Andererseits kritisierte sie aber auch das langsame Voranschreiten der Entwicklungen.

'Mehr Frauen in Anzeigen als in den Texten'

Mit der Frage „Wirtschaft und Medien(frauen) – Eine schwierige Beziehung? Wer schafft an, wer zahlt?“ eröffnete Kathrin Werner die erste Keynote des Tages. Die Redaktionsleiterin von *Plan W*, dem Frauen-Wirtschaftsmagazin der *Süddeutschen Zeitung*, bezeichnet sich gleichzeitig auch als „Frauenbeauftragte der SZ“. In ihrem Vortrag diskutierte sie die Frage, warum Frauen ihr eigenes Wirtschaftsmagazin brauchen: „Oft sieht man in Wirtschaftsmagazinen mehr Frauen in den Werbeanzeigen als in den Texten.“ Ist in einem Text dann einmal eine Frau als Protagonistin vertreten, würden ihr häufig viel „weichere“ Fragen gestellt als Männern. Zudem komme kaum ein Text mit weiblicher Hauptperson ohne Anmerkungen bezüglich des Äußerlichen aus. Schwierig sei jedoch die Finanzierung eines Frauen-Wirtschaftsmagazins wie *Plan W*: Anzeigekundschaft gebe es kaum.

Abend der Medienfrauen: Der 23. Journalistinnenkongress in Bildern



Medien für Gleichstellung fördern

Der Standard/Bundesland | Seite 29 | 11. November 2021
Auflage: 52.235 | Reichweite: 549.000

Österreichischer Journalistinnenkongress

Medien für Gleichstellung fördern

Österreichs Medienfrauen und Presseclub Concordia fordern, dass Gleichstellungskriterien eine Rolle in der Medienförderung spielen. „Profil“-Journalistin Eva Linsinger ist Medienlöwin 2021.

Doris Priesching

Dienstag um 11.53 Uhr klingelten im Haus der Industrie die Wecker. Einen „Weckruf“ an die Politik schickten die Teilnehmerinnen des Journalistinnenkongresses mit der Aktion, um auf ihre Förderung aufmerksam zu machen: Gleichstellung soll ein Kriterium für bestehende wie künftige Medienförderung sein.

Förderungswerber müssten sich zu konkreten Zielwerten bei der Bestellung von redaktionellen und kaufmännischen Führungspositionen, Gleichstellungsplänen sowie redaktionellen Richtlinien für genderkompetente Arbeiten verpflichten. Die organisierten Medienfrauen Österreichs und Presseclub Concordia tragen die Forderungen mit.

Die Goldene Medienlöwin geht in diesem Jahr an Eva Linsinger. Die stellvertretende *Profil*-Chefredakteurin und Innenpolitik-Chefin erhält den Preis des Journalistinnenkongresses für ihr Lebenswerk.

Bei der Tagung ging es dann wieder um bekannte Fragen: Warum fehlen Journalistinnen in Chef-

etagen? Das habe mit der „geschlechten Bescheidenheit der Frauen“ zu tun, sagte Maria Rauch-Kallat, seit 23 Jahren Schirmherrin des Kongresses, mit dem Zitat der ehemaligen ORF-Generalintendantin Monika Lindner. Rauch-Kallat an die Gäste: „Merkt euch: Karriere kann man planen.“

Jeannée und das Gendern

Frauenfeindliche Artikel zu verhindern scheint da schon weit schwieriger. „Haben Sie heute schon die *Kronen Zeitung* gelesen?“, fragte Medienanalytikerin Maria Pernegger von Media Affairs. Postler Michael Jeannée schreibt dort von „geisteskranke[m] Gendem“. „Keine Leseempfehlung“, sagt Pernegger.

Nach wie vor seien Frauen in Medien zu wenig sichtbar. Corona habe das Problem sogar noch verschärft. Die mediale Bühne gehöre zu 77 Prozent Männern, nur zu 23 Prozent seien Frauen präsent.

Ein Beispiel für irreführende Präsenz in Medien lieferte Kathrin Werner, Redaktionsleiterin von *Plan W*,

einer Magazinbeilage der *Süddeutschen Zeitung*: „Erfrischender Bublikopf“, „polyglotte Frau mit einer Patchwork-Familie“ las sie in einem Medienbericht über weibliche Vorstandsvorsitzende eines deutschen Konzerns. „In dem ganzen Artikel ging es darum, warum diese beiden Frauen es verdient haben, im Vorstand zu sein, obwohl sie Frauen sind“, wunderte sich Werner.

„Sag‘ mal, brauchen wir das denn überhaupt noch?“, werde auch sie zur frauenspezifischen Wirtschaftsbeilage *Plan W* hin und wieder gefragt, erzählt Werner. Auch innerhalb ihres Mediums. „*Plan W* ist intern sehr umstritten.“

Reden, aber nicht buchen

Das habe damit zu tun, dass der Verlag mit *Plan W* „sehr viel Geld verbrannt“ habe. „Die Unternehmen reden alle wahnsinnig gern darüber, wie wichtig Vielfalt ist. Aber eine Anzeige schalten sie dann doch wieder nicht“, sagt Werner: „Ein Paradoxon, das wir seit sechs Jahren nicht lösen können.“

Artikel wie jene über die Vorstandsfrauen bestärken Werner: „Solange es solche Beschreibungen gibt, so lange gibt es einen Grund für *Plan W*.“ Aber auch sonst: „Es gibt 20 Prozent Frauen in Führungspositionen, in den Wirtschaftsteilen von Medien noch weniger, sagt Werner. „Die wenigen Frauen, die es gibt, interviewen wir nicht genug. Und wenn wir sie zu Wort kommen lassen, stellen wir oft weiche Fragen: Wie haben Sie das denn mit fünf Kindern geschafft?“ Männliche Vorstände würden zu Innovationskraft und Visionen befragen. „Bei Frauen heißt es meistens irgendwo: ‚Und sie ist immer bestens angezogen.‘“

Medienanalytikerin Pernegger sieht dennoch „eine Chance für Frauen in Führungspositionen“ und Bewusstseinswandel. Das elitäre Image von Feminismus kritisierte hingegen DIESTANDARD-Leiterin Beate Hausbichler und erinnert an den Gender-Equality-Index: Der sieht das Jahr der Gleichstellung unter jetzigen Voraussetzungen erst im Jahr 2085 erreicht.

Journalistinnenkongress: Medien für Gleichstellung fördern

Österreichs Medienfrauen und Presseclub Concordia fordern, dass Gleichstellung ein Kriterium für bestehende wie künftige Medienförderung sein soll

Doris Priesching 10. November 2021, 16:13 12 Postings



Alle Handys klingelten beim Journalistinnenkongress für einen Weckruf an die Regierung: Gleichstellung soll in der Medienförderung verankert werden.

Foto: APA / Jacqueline Godany

Dienstag um 11.53 Uhr klingelten im Haus der Industrie die Wecker. Einen "Weckruf" an die Politik schickten die Teilnehmerinnen des Journalistinnenkongresses mit der Aktion, um auf ihre Forderung aufmerksam zu machen: Gleichstellung soll ein Kriterium für bestehende wie künftige Medienförderung sein.

Förderungswerber müssten sich zu konkreten Zielwerten bei der Besetzung von redaktionellen und kaufmännischen Führungspositionen, Gleichstellungsplänen sowie redaktionellen Richtlinien für genderkompetente Arbeiten verpflichten. Die organisierten Medienfrauen Österreichs und Presseclub Concordia tragen die Forderungen mit.

Die Goldene Medienlöwin geht in diesem Jahr an Eva Linsinger. Die stellvertretende [\[http://www.derstandard.at/story/2000131041808/goldene-medienloewin-fuer-profil-chefredakteurin-eva-linsinger\]](http://www.derstandard.at/story/2000131041808/goldene-medienloewin-fuer-profil-chefredakteurin-eva-linsinger) *Profil*-Chefredakteurin und Innenpolitik-Chefin erhält den Preis des Journalistinnenkongresses für ihr Lebenswerk.

Bei der Tagung ging es dann wieder um bekannte Fragen: Warum fehlen Journalistinnen in Chefetagen? Das habe mit der "geschissenen Bescheidenheit der Frauen" zu tun, sagte Maria Rauch-Kallat, seit 23 Jahren Schirmherrin des Kongresses, mit dem Zitat der ehemaligen ORF-Generalintendantin Monika Lindner. Rauch-Kallat an die Gäste: "Merkt euch: Karriere kann man planen."



Sollten europäische Länder mehr Geflüchtete aufnehmen?

Ja

Nein

Frauenfeindliche Artikel zu verhindern scheint da schon weit schwieriger. "Haben Sie heute schon die *Kronen Zeitung* gelesen?", fragte Medienanalytikerin Maria Pernegger von Media Affairs. Postler Michael Jeannée schreibt dort von "geisteskrankem Gendern". "Keine Leseempfehlung", sagt Pernegger. Nach wie vor seien Frauen in Medien zu wenig sichtbar. Corona habe das Problem sogar noch verschärft. Die mediale Bühne gehöre zu 77 Prozent Männern, nur zu 23 Prozent seien Frauen präsent.

Ein Beispiel für irreführende Präsenz in Medien lieferte Kathrin Werner, Redaktionsleiterin von *Plan W*, einer Magazinbeilage der *Süddeutsche Zeitung*: "Erfrischender Bubikopf", "polyglotte Frau mit einer Patchwork-Familie" las sie in einem Medienbericht über weibliche Vorstandsvorsitzende eines deutschen Konzerns. "In dem ganzen Artikel ging es darum, warum diese beiden Frauen es verdient haben, im Vorstand zu sein, obwohl sie Frauen sind", wunderte sich Werner.

"Sag' mal, brauchen wir das denn überhaupt noch?", werde auch sie zur frauenspezifischen Wirtschaftsbeilage *Plan W* hin und wieder gefragt, erzählt Werner. Auch innerhalb ihres Mediums. "*Plan W* ist intern sehr umstritten."

Reden, aber nicht buchen

Das habe damit zu tun, dass der Verlag mit *Plan W* "sehr viel Geld verbrannt" habe. "Die Unternehmen reden alle wahnsinnig gern darüber, wie wichtig Vielfalt ist. Aber eine Anzeige schalten sie dann doch wieder nicht", sagt Werner: "Ein Paradoxon, dass wir seit sechs Jahren nicht lösen können."

Artikel wie jene über die Vorstandsfrauen bestärken Werner: "Solange es solche Beschreibungen gibt, so lange gibt es einen Grund für *Plan W*." Aber auch sonst: "Es gibt 20 Prozent Frauen in Führungspositionen, in den Wirtschaftsteilen von Medien noch weniger, sagt Werner. "Die wenigen Frauen, die es gibt, interviewen wir nicht genug. Und wenn wir sie zu Wort kommen lassen, stellen wir oft weiche Fragen: Wie haben Sie das denn mit fünf Kindern geschafft?" Männliche Vorstände würden zu Innovationskraft und Visionen befragt. "Bei Frauen heißt es meistens irgendwo: „Und sie ist immer bestens angezogen.“"

Medienanalytikerin Pernegger sieht dennoch "eine Chance für Frauen in Führungspositionen" und Bewusstseinswandel. Das elitäre Image von Feminismus kritisierte hingegen Die STANDARD-Leiterin Beate Hausbichler und erinnert an den Gender-Equality-Index: Der sieht das Jahr der Gleichstellung unter jetzigen Voraussetzungen erst im Jahr 2085 erreicht. (Doris Priesching, 11.11.2021)

DER STANDARD kann sich Käuflichkeit nicht leisten

Unabhängigkeit und Objektivität haben einen hohen Preis. Umso wichtiger ist der Beitrag von mittlerweile über 13.000 Menschen, die Haltung zeigen und den STANDARD finanziell unterstützen.

Wenn auch Sie einen Beitrag leisten möchten, können Sie das einmalig oder fortlaufend schon ab 3 Euro tun. Damit kritischer Qualitätsjournalismus bleibt!

[Alle Informationen zum STANDARD Supporter](#)

Unterstützen

© STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H. 2021

Alle Rechte vorbehalten. Nutzung ausschließlich für den privaten Eigenbedarf.
Eine Weiterverwendung und Reproduktion über den persönlichen Gebrauch hinaus ist nicht gestattet.

nd:0HMD8JCJD6BKf:00000001jts:1637076903130lmc:ip-10-64-39-67|ed:Atlas|br:nlhs:naigd.na|np.at:/etat/medien|ci:198c61b8-0988-5652-ad12-3bbdea35f34d,77560322-dff2-4b09-b22d-0f55e2c2ca60



Nach einem pandemiebedingten Online-Jahr kehrte der Journalistinnenkongress 2021 in das Wiener Haus der Industrie zurück. Unter dem Motto 'It's the Economy, Ladies (Ohne Göld ka Musi)' drehte sich alles um (Medien-)Frauen, die Wirtschaft, Finanzen als Tabuthema – und was sich Frauen von Männern abschauen können.

1/55

'Wer nicht zahlt, übt auch Einfluss aus'

Auch bei Horst Pirker, Chef der VGN Medien-Holding, ging es um Geld. Journalistische Qualität benötige Geld. Nimmt die Qualität ab, nehmen auch die Einnahmen ab. Seien die Einnahmen aber zu gering, könne auch ein gewisser Qualitätsstandard nicht mehr gehalten werden. Wer zahlt, hat in seinen Augen aber trotzdem nur in Ausnahmefällen das Zepter in der Hand: „Wer zahlt, schafft Gott sei Dank nur ausnahmsweise an. Wer zahlt, übt aber Einfluss aus. Und wer nicht zahlt, übt auch Einfluss aus.“

Ausgenutzter Feminismus

Der dritte Programmpunkt des Tages stand unter dem Motto des 2021 erschienenen Buches von *DerStandard*-Redakteurin und Autorin Beate Hausbichler mit dem Titel „Der verkaufte Feminismus“. In dem Gespräch mit Barbara Haas (Chefin von Podcast und Video bei der *Kleinen Zeitung*) erläuterte sie, wie aus der politischen Bewegung Feminismus ein Label wurde, das sich der Konsumkapitalismus zunutze gemacht hat. Feminismus werde von vielen Firmen als Werbemittel benutzt: Ein Produkt oder ein ganzes Unternehmen verkaufe sich als feministisch. Kampagnen würden feministisch geframed, Empowerment werde in den Vordergrund gestellt. „Was sich dahinter aber verbirgt, ist die Hoffnung auf Profit.“

Eine zentrale Forderung im Rahmen des Kongresses: die Gleichstellung für Frauen auch in der Medienförderung zu verankern. Das soll anhand von Kriterien erfolgen, die die „Repräsentanz der Geschlechter in der Medienlandschaft gemäß dem Anteil an der Bevölkerung“ sicherstellen, so die offizielle Forderung. Darauf legt unter anderen Martina Madner vom Frauennetzwerk besonders wert. Sie betonte, dass die österreichische Bevölkerung zu 51 Prozent aus Frauen besteht und demnach „51 Prozent aller Posten bis hinauf in die Führungsebenen“ von Frauen belegt werden sollen.

MEHR DAZU



JOURNALISTINNENKONGRESS

Eva Linsinger ist Goldene Medienlöwin 2021

Die Auszeichnung für das bisherige Lebenswerk geht an die stellvertretende Chefredakteurin und Innenpolitik-Chefin von 'Profil'. »

(/medien/news/journalistinnenkongress-eva-linsinger-ist-goldene-medienloewin-2021-86497)



Aus der Redaktion Liebe Leserin, lieber Leser

ProfilAusgabe 46/2021 | Seite 5 | 14. November 2021
Auflage: 43.190 | Reichweite: 247.000

Österreichischer Journalistinnenkongress

redaktion@profil.at

Aus der Redaktion Liebe Leserin, lieber Leser

Mit der Pandemie, deren vierte Welle wir gerade erleben, ist die Menschheit in ein neues Zeitalter eingetreten: eine Ära der Zahlen. Nie zuvor haben statistische und mathematische Werte das Nachrichtengeschehen so dominiert: Inzidenz und Übersterblichkeit. Spitalsauslastungs-, Impf- und Verteilungsquoten. Wachstumsraten und Verdoppelungswerte. Logarithmische Kurven, relative Wahrscheinlichkeiten. Corona hat eindeutig auch mathematische Nebenwirkungen. Natürlich reicht die Pandemie weit über den Zahlenraum hinaus, sie lässt sich in diesem aber doch sehr gut fassen. Mit unserer aktuellen Titelgeschichte versuchen wir, dieser Tatsache noch einmal Rechnung zu tragen: Unter der kundigen Koordination von Wissenschafts-Ressortleiter Alwin Schönberger sammelte die Redaktion Daten, Fakten und Statistiken zu Corona, zu den medizinischen, aber auch zu politischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Effekten eines Virus, mit dem man wohl immer noch rechnen muss.



Eva Linsinger

Über Zahlen musste EVA LINSINGER, Innenpolitik-Ressortleiterin und stellvertretende Chefredakteurin des profil, am vergangenen Dienstag leider auch sprechen. Sie tat es im Rahmen ihrer Dankesrede zur Auszeichnung mit der goldenen Medienlöwin 2021, und es ging ihr dabei um die gerade wieder einmal sehr akute Frage, warum seriöser Journalismus in Österreich so wenig finanzielle Förderung, purer Boulevard dagegen Zuwendungen in Millionenhöhe erfährt. „Guter Journalismus kann sich Käuflichkeit und Verhaberung nicht leisten. Dafür werde ich kämpfen wie eine Löwin“, erklärte Linsinger, die von der Jury für ihre unbestechliche, treffsichere und konsequente Arbeit sowie nicht zuletzt auch für ihre Vorbildwirkung ausgezeichnet wurde. Wir schließen uns an und gratulieren herzlich!

IHRE REDAKTION



ÖSTERREICH

15.11.2021

Eva Linsinger: "Willkommen in der Boulevarddemokratie!"

Wer zahlt, schafft an. Das unselige Prinzip der freihändigen Vergabe von Regierungsinseraten hat Konsequenzen: Statt Mächtige zu kontrollieren, werden Machthaber von Medien adoriert.

von Eva Linsinger

Dieser Text ist eine überarbeitete Version von Eva Linsingers Dankesrede zur Verleihung des Preises „Medienlöwin“.

Meinungsumfragen sind ins Gerede gekommen, seit Ex-Kanzler Sebastian Kurz und manche Getreue unter Verdacht stehen, Umfragedaten auf Steuerzahlerkosten frisiert und in wohlwollenden Medien präsentiert zu haben. Für Kurz und Co gilt die Unschuldsvermutung für den Journalismus nicht wirklich. Umfragen des Gallup-Institutes garantieren Seriosität,

ganz ohne Beinschab-Tools oder sonstige Tricks. Eine aktuelle Gallup-Umfrage kommt zum niederschmetternden Ergebnis: Ein Gros der Österreicher glaubt, dass man Berichterstattung in Medien kaufen kann, zumindest in etlichen. Ganz nach dem viel zitierten Chat-Motto: Wer zahlt, schafft an.



Österreich

Eva Linsinger erhielt goldene "Medienlöwin"

Damit steht eine Folge der Inseraten-Affäre schon fest: Österreichs Journalismus hat ein massives Glaubwürdigkeitsproblem. Einen Moment lang, als Kurz zur Seite getreten war, schien es, als würde der Schock bei Politik und Medien tief genug sitzen, um ernsthaft Veränderungen anzupacken und damit Glaubwürdigkeit zurückzuerobern. Ganz anders als damals, vor knapp einem Jahrzehnt, als die Staatsanwaltschaft gegen den damaligen Kanzler Werner Faymann wegen dessen Big-Spender-Qualitäten bei Inseraten ermittelte. Damals wurden die Ermittlungen eingestellt, zu einer Änderung der Inserate-Unsitten kam es nie. Und diesmal, nach dem mutmaßlichen Inseraten-Missbrauch durch Türkis? Ist die Verve für Reformbemühungen bereits verpufft?

Daniela Kraus, umtriebige Generalsekretärin des Presseclub Concordia, antwortet darauf mit Nein: „Erstmals wird die Frage der Regierungsinserate auch außerhalb der politmedialen Bubble diskutiert, wir bekommen viele Anfragen von zivilgesellschaftlichen Organisationen.“ Sie sagt aber auch: „Das Momentum muss aufrechterhalten werden.“ Dafür gibt es durchwegs Bemühungen, kommende Woche etwa einen Round Table der Gewerkschaft.

Wird das reichen? Gezahlt wird viel: 220 Millionen Euro, soweit die offizielle Summe, verteilten Bundes- und Landesregierungen und staatsnahe Betriebe im Jahr 2020 an Inseraten – freihändig, ohne Kontrolle, ohne Qualitätskriterien. Bezahlt aus Steuergeld, wohlgemerkt. Die offizielle Presseförderung macht mit 8,7 Millionen Euro im Vergleich dazu einen lächerlichen Bagatellbetrag aus.

» *Wer sich an Huldigungsschlagzeilen gewöhnt hat, empfindet kritischen Journalismus als Majestätsbeleidigung.*

Und schrumpft seit Jahren: Als sie 1975 gleichzeitig mit der Parteiförderung beschlossen wurde, mit dem hehren Ziel, die pluralistische Demokratie durch Medienvielfalt zu stärken, betrug die Presseförderung umgerechnet 6,2 Millionen Euro, und die Parteien bekamen umgerechnet 4,6 Millionen Euro. Seither wurde die Presseförderung mehrmals gekürzt und nicht an die Inflation angepasst. Das Resultat: Die Parteienförderung, von niedrigerem Niveau gestartet, galoppierte davon, ist mittlerweile drei Mal so hoch und liegt bei 30 Millionen Euro.

Mit der wahrscheinlich üppigsten Parteienförderung der Welt (wenn man Bundes- und Regionalförderungen zusammenrechnet) lässt sich hingegen leicht klotzen, zumal auf Steuerzahlerkosten. Allein die Stabstelle Medien im Bundeskanzleramt, lange geleitet von Kurz-Begleiter und Mr. Message-Control Gerald Fleischmann, verfügt über 59 Mitarbeiter. Dazu kommen PR- und Pressemenschen in Ministerien, Parteien, Klubs, bei Sozialpartnern, in Landesregierungen. Das schlägt die Größe vieler Redaktionen um Längen.

Diese Schiefelage besteht seit Jahren, verbunden mit der Gefahr, dass sich die Politik genehme Berichterstattung erkauft.

Corona kippte die schiefe Bahn weiter, weil Lockdown und Wirtschaftsflaute „normale“ Inserate aus der Privatwirtschaft abbröckeln ließen. Die freihändig vergebenen Regierungsinserate wiederum fließen, egal ob von der türkis dominierten Bundesregierung oder von der rot dominierten Wiener Stadtregierung, zu einem Löwenanteil an Boulevardmedien. Der Medienexperte Andy Kaltenbrunner kommt in seiner Studie „Scheinbar transparent“ zum Schluss, dass die „Inseraten- und Förderpolitik“ hierzulande „aus dem Ruder gelaufen“ ist. Die EU-Kommission äußert, nicht weniger vernichtend, „Bedenken hinsichtlich einer möglichen politischen Einflussnahme“. Und Fritz Plasser, Altmeister der heimischen Politikforschung, prägte vor Jahren in einem profil-Interview den so viel zitierten wie luziden Begriff „Boulevarddemokratie“.

Denn die Inseratenvergabe führt zu einer Symbiose von Regierenden und Boulevard – und damit zu einer grotesken Umkehr von journalistischen Prinzipien: Eigentlich ist es Aufgabe der vierten Gewalt, der Medien, Mächtige kritisch zu beleuchten. Über je mehr Macht Parteien,

Unternehmen, Organisationen verfügen, desto schärfer und genauer muss der Blick der Medien werden, denn erst Macht eröffnet die Gelegenheit für Machtmissbrauch.

Wir würden hier gerne ein Youtube Video zeigen. Leider haben Sie uns hierfür keine Zustimmung gegeben. Wenn Sie diesen anzeigen wollen, stimmen sie bitte Youtube zu.

Youtube akzeptieren

In Österreich ist das Gegenteil weit verbreitet. Die jeweiligen Machthaber werden nachgerade hymnisch adoriert, bis weit über die Grenzen der Lächerlichkeit hinaus. „Glatt ist der Faymann wie ein Aal? Nein, mutig ist er und sozial“, lobhudelreimte die „Kronen Zeitung“ den ehemaligen Kanzler an, der das Spiel mit den Millionengeldflüssen erfand. Schwer überbietbarer Höhepunkt die Schlagzeile: „Auch Tiere würden Faymann wählen!“ Sebastian Kurz übernahm die Praxis, sich mit generöser Anzeigenvergabe gute Nachrede zu sichern, und mutierte zum verehrten Superheld, Superlativ-Schlagzeilen wie „im Ausland lieben sie den Wonder-Boy“ inklusive.

Mit Journalismus hat das nichts mehr zu tun, aber viel mit PR und Werbung. Und es hat Konsequenzen, für Politik und Demokratie: Wer sich an Huldigungsschlagzeilen gewöhnt hat, empfindet kritisch-unabhängigen Journalismus schnell als Majestätsbeleidigung. Und verteilt Informationen nach Gutsherrenart nur an applaudierende Medien. Das zeigte sich in der Unsitte, statt für alle zugängliche Pressekonferenzen Hintergrundgespräche abzuhalten und unbotmäßige Medien dezidiert nicht dazu einzuladen. Das zeigt sich im selektiven Zugang: Bei Dienstreisen ist es Usus, dass Medien mitfliegen und berichten. Aber nicht alle: Für Boulevardmedien fand sich bei Faymann und bei Kurz verlässlich ein Platz in der Regierungsmaschine – andere Medien gingen oft leer aus.

Egal was bei den Ermittlungen der Wirtschafts- und Korruptionsstaatsanwaltschaft herauskommt: Es liegt auch an Medien, die Glaubwürdigkeitskrise für einen Neustart zu nützen, für ein Säubern, für eine Abkehr von der willkürlichen Geldausschüttung ge

Jubelberichterstattung. Dazu gehört auch, dass Journalismus nicht dem Bekenntniszwang erliegt. Freund oder Feind? Like oder Dislike? Dieses allzu schnelle Urteil, gepaart mit Parteinahme, ist etwas für Fans – Medien haben andere Aufgaben: Recherchen, Fakten und Argumente abzuwägen, so distanziert wie hartnäckig. Medien brauchen keine Fan-Girls und Fan-Boys, es braucht kritische Distanz – dazu gehört, sich nicht embedden und nicht zu durch zu viel Nähe zur Politik blenden zu lassen. Denn kritischer Journalismus kann sich Käuflichkeit nicht leisten.

Wir würden hier gerne eine Newsletter Anmeldung zeigen. Leider haben Sie uns hierfür keine Zustimmung gegeben. Wenn Sie diesen anzeigen wollen, stimmen sie bitte Piano Software Inc. zu.

Piano Software Inc. akzeptieren



Leitartikel von Eva Linsinger

Corona-Bananenrepublik Österreich

Submit Your Press Release

Do you have news to share? Reach millions now. Flexible pricing. Pay as you go. EIN Presswire



TOP NEWS

Home > Wirtschaft >



WIRTSCHAFT

23. Journalistinnenkongress (8): Geschäfte für die Zukunft

von 10. November 2021 18:27 6

Wien (OTS) – Die Breakout-Session 3 „Geschäfte für die Zukunft“ am Journalistinnenkongress wurde von Elisabeth Oberndorfer (Smart Casual), Jelena Pantić-Panić (medien.geil) und Nina Wöss (Female Founders) geleitet. Finanzierungsmodelle und Geschäftsideen für neue Medienprojekte waren Thema.

Diese Website benutzt Cookies. Wenn du die Website weiter nutzt, gehen wir von deinem Einverständnis aus. [OK](#) [Datenschutzerklärung](#)

Mit der Frage, „Wer hat schon einmal mit dem Gedanken gespielt, ein eigenes Medium zu gründen?“

Submit Your Press Release

Do you have news to share? Reach millions now. Flexible pricing. Pay as you go. EIN Presswire

↑ Lisa Oberndorfer, die mit Smart Casuals ihren eigenen Newsletter betreibt, hat in ihrem Vortrag primär über Finanzierungsmodelle für neue Medienprojekte gesprochen. Es sei eine gute Zeit für kleine Teams, eigene Sachen zu machen. „Was wir sehen, ist, dass der digitale Medienmarkt viel fragmentierter ist“, so Oberndorfer. „In meinem letzten Angestelltenverhältnis habe ich gemerkt: Es interessiert sich niemand von den Medienmachern für die Zielgruppe Frauen.“ Kleinere Medien haben insbesondere den Vorteil, dass sie mehr Inhalt bringen können und sich ihr Publikum stärker mit ihnen identifiziert. Deshalb seien publikumsfinanzierte Inhalte zunehmend machbarer und es könne von dem Beginn der Creator Economy gesprochen werden.

Bei solchen Modellen gibt es die Möglichkeit sich über Mitgliedschaften, Services (z. B. eigene Mitgliederbereiche), E-Commerce (also die eigene Medienmarke nutzen, um Produkte zu verkaufen) zu finanzieren. Auch individuelle Finanzierungsmöglichkeiten auszuarbeiten geht. Dabei gilt das Motto „Think like a product“. Für wen ist das, was ich tue, relevant, und wie erreiche ich diese Zielgruppe?

Vom Mut, auf sich selbst zu setzen

Jelena Pantić-Panić hat mit media.geil ein Mentoring Business für junge Journalist:innen gegründet. Für die Gründung eines eigenen Projekts sollte vorab vor allem die Zielgruppe überlegt und klar definiert sein. Ihr eigenes Projekt richtet sich primär an junge Journalist:innen unter 30. Auch das Finden einer Nische ist ihre Stärke, etwas, das es noch nicht gibt, aber dringend braucht, ist immer eine gute Möglichkeit, zu gründen. Zu ihrem eigenen Projekt und dem anfänglichen Gegenwind aus ihrem Umfeld sagt sie: „Ich wusste, dass da noch was ist. Die anderen haben das nicht gewusst.“ Wichtig ist dabei immer, den Mut zu haben, zu sich selbst zu stehen. Die Angst vor dem Scheitern ist beim Gründen neuer Medienprojekte vor allem ein Hindernis. Jelena Pantić-Panić meint dazu: „Auch wenn ich scheitere, habe ich meine Skills und lerne daraus!“ Am Anfang steht eine Idee, niemand muss alles können und alles weitere ergibt sich.

Journalistinnen haben bereits das Rüstzeug zur Gründerin

Auch Nina Wöss, die Co-Gründerin von Female Founders, schwört auf das Irgendwo-Anfangen. „Mit spannenden Ideen und guter Umsetzung ist es möglich, ein Business

aufzubauen und Geld aufzustellen“, sagt sie. Dabei muss klar sein, was das Kernprodukt ist.

Diese Website benutzt Cookies. Wenn du diese Website weiter nutzt, gehen wir von deinem Einverständnis aus.
mit dem auf das Kernproblem geantwortet wird, Journalistinnen bringen dafür von
Berufswegen alles mit. Sowohl Gründerinnen als auch Journalistinnen brauchen zuallererst

OK Datenschutzerklärung



**BNP PARIBAS
ZERTIFIKATE**

NEUE LIVE-SENDUNG

Calling USA

Jeden Donnerstag live
um 18 Uhr Aktien-News
direkt aus dem Silicon Valley.
www.callingusa.de




23. Journalistinnenkongress (1): It's the Economy, Ladies!

10.11.2021 | 14:01

Bild: © OTS Wirtschaft

Quelle: OTS Wirtschaft

Wien (OTS) - Nach einem pandemiebedingten Online-Jahr kehrte der Journalistinnenkongress 2021 wieder in das Wiener Haus der Industrie zurück. Diesmal lautete das Motto: „It´s the Economy, Ladies (Ohne Göld ka Musi)“. Es dreht sich also alles um (Medien-)Frauen, die Wirtschaft und das Geld.

Eröffnende Worte und motivierende Appelle

Den Auftakt machte Maria Rauch-Kallat, ehemalige Frauenministerin (ÖVP) und Initiatorin des Journalistinnenkongresses, mit einer Eröffnungsrede. Sie sprach darin von Finanzen als Tabuthema unter Frauen. In weiterer Folge appellierte sie an die anwesenden Medienfrauen, sich im Job nicht zu bescheiden zu geben und bei Gehaltsverhandlungen nicht zurückzustecken. Vor allem an die anwesenden jungen Journalistinnen gerichtet sagte sie: „Merkt euch, Karriere kann man planen. Das können wir uns von den Männern abschauen.“

In seiner virtuellen Grußbotschaft bestätigt Georg Knill, Präsident der Industriellenvereinigung, Parallelen zwischen dem Industrie-Sektor, der Politik und dem, was auch in Österreichs Redaktionen zu beobachten ist: „Immer noch sind zu wenige Frauen in politischen Spitzenpositionen, in Chefetagen der Medienhäuser und der Industrie angesiedelt.“



Frauenministerin Susanne Raab schloss die Eröffnungsrunde mit einem Statement ab. Darin hob sie einerseits hervor, wie viel sich in den letzten Jahren in Bezug auf Frauen zum Positiven gewandelt hat. Andererseits kritisierte sie aber auch das langsame Voranschreiten der Entwicklungen.

Wer schafft an, wer zahlt?

Mit der Frage „Wirtschaft und Medien(frauen) – Eine schwierige Beziehung? Wer schafft an, wer zahlt?“ eröffnete Kathrin Werner die erste Keynote des Tages. Die Redaktionsleiterin von Plan W, dem Frauen-Wirtschaftsmagazin der Süddeutschen Zeitung, bezeichnet sich gleichzeitig auch als „Frauenbeauftragte der SZ“. In ihrem Vortrag diskutierte sie die Frage, warum Frauen ihr eigenes Wirtschaftsmagazin brauchen: „Oft sieht man in Wirtschaftsmagazinen mehr Frauen in den Werbeanzeigen als in den Texten.“ Ist in einem Text dann einmal eine Frau als Protagonistin vertreten, würden ihr häufig viel „weichere“ Fragen gestellt als Männern. Zudem komme kaum ein Text mit weiblicher Hauptperson ohne Anmerkungen bezüglich des Äußerlichen aus. Schwierig sei jedoch die Finanzierung eines Frauen-Wirtschaftsmagazins wie Plan W: Anzeigekundschaft gebe es kaum.

Auch bei Horst Pirker, Chef der VGN Medien-Holding, ging es um Geld. In seiner Keynote sprach er von einer Qualitätsspirale:

Journalistische Qualität benötige Geld. Nimmt die Qualität ab, nehmen auch die Einnahmen ab. Seien die Einnahmen aber zu gering, könne auch ein gewisser Qualitätsstandard nicht mehr gehalten werden. Wer zahlt, hat in seinen Augen aber trotzdem nur in Ausnahmefällen das Zepter in der Hand: „Wer zahlt, schafft Gott sei Dank nur ausnahmsweise an. Wer zahlt, übt aber Einfluss aus. Und wer nicht zahlt, übt auch Einfluss aus.“

Wenn der Feminismus zum Werbemittel wird

Der dritte Programmpunkt des Tages stand unter dem Motto des 2021 erschienenen Buches von Beate Hausbichler mit dem Titel „Der verkaufte Feminismus“. Hausbichler ist Redakteurin bei Der Standard und Autorin. In dem Gespräch mit Barbara Haas (Chefin von Podcast und Video bei der Kleinen Zeitung) erläuterte sie, wie aus der politischen Bewegung Feminismus ein Label wurde, das sich der Konsumkapitalismus zunutze gemacht hat. Feminismus werde von vielen Firmen als Werbemittel benutzt: Ein Produkt oder ein ganzes Unternehmen verkauft sich als feministisch. Kampagnen werden feministisch geframet, Empowerment wird in den Vordergrund gestellt. Was sich dahinter aber verbirgt, ist die Hoffnung auf Profit.

Sophie Aster, YoungStar

Weitere Bilder in der [APA-Fotoservice-Galerie]
(<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/27311>)

Diese Artikel könnten Sie interessieren!

British Airways startet Entwicklungsprogramm für Führungskräfte mit dem Stärken-Spezialisten Cappfinity

Schweizer FinTech Amnis expandiert als Zahlungsinstitut nach Europa

Unchain My World: Launch neuer Luxusmarke SABOTEUR (FOTO)

GESAMT-ROUNDUP: Nord Stream 2 - weitere Hürde auf dem Weg zum Gastransport

Negativzinsen unzulässig - Verbraucherschützer begrüßen Urteil



Frauen im Fokus 11.11.2021, 11:30 Uhr

23. Journalistinnenkongress: Geschäfte für die Zukunft

Die Breakout-Session 3 „Geschäfte für die Zukunft“ am Journalistinnenkongress wurde von Elisabeth Oberndorfer (Smart Casual), Jelena Pantić-Panić (medien.geil) und Nina Wöss (Female Founders) geleitet. Finanzierungsmodelle und Geschäftsideen waren Thema.



(Quelle: Journalistinnenkongress/APA-Fotoservice/Jacqueline Godany)

Mit der Frage, „Wer hat schon einmal mit dem Gedanken gespielt, ein eigenes Medium zu Gründen?“, startet **medien.geil**-Gründerin Jelena Pantić-Panić in die Runde. Einige Hände der Teilnehmerinnen wandern zögerlich in die Luft, mit dem betonten Nachsatz „nur den Gedanken“, werden es ein paar mehr.

Finanzierungsmöglichkeiten: It's all about the money

Lisa Oberndorfer, die mit Smart Casuals ihren eigenen Newsletter betreibt, hat in ihrem Vortrag primär über Finanzierungsmodelle für neue Medienprojekte gesprochen. Es sei eine gute Zeit für kleine Teams, eigene Sachen zu machen. „Was wir sehen, ist, dass der digitale Medienmarkt viel fragmentierter ist“, so Oberndorfer. „In meinem letzten Angestelltenverhältnis habe ich gemerkt: Es interessiert sich niemand von den Medienmachern für die Zielgruppe Frauen.“ Kleinere Medien haben insbesondere den Vorteil, dass sie mehr Inhalt bringen können und sich ihr Publikum stärker mit ihnen identifiziert. Deshalb seien publikumsfinanzierte Inhalte zunehmend machbarer und es könne von dem Beginn der Creator Economy gesprochen werden.

Bei solchen Modellen gibt es die Möglichkeit sich über Mitgliedschaften, Services (z.B. eigene Mitgliederbereiche), E-Commerce (also die eigene Medienmarke nutzen, um Produkte zu verkaufen) zu finanzieren. Auch individuelle Finanzierungsmöglichkeiten auszuarbeiten geht. Dabei gilt das Motto „Think like a product“. Für wen ist das, was ich tue, relevant, und wie erreiche ich diese Zielgruppe?

Vom Mut, auf sich selbst zu setzen

Jelena Pantić-Panić hat mit media.geil ein Mentoring Business für junge JournalistInnen gegründet. Für die Gründung eines eigenen Projekts sollte vorab vor allem die Zielgruppe überlegt und klar definiert sein. Ihr eigenes Projekt richtet sich primär an junge JournalistInnen unter 30. Auch das Finden einer Nische ist ihre Stärke, etwas, das es noch nicht gibt, aber dringend braucht, ist immer eine gute Möglichkeit, zu gründen. Zu ihrem eigenen Projekt und dem anfänglichen Gegenwind aus ihrem Umfeld sagt sie: „Ich wusste, dass da noch was ist. Die anderen haben das nicht gewusst.“ Wichtig ist dabei immer, den Mut zu haben, zu sich selbst zu stehen. Die Angst vor dem Scheitern ist beim Gründen neuer Medienprojekte vor allem ein Hindernis. Jelena Pantić-Panić meint dazu: „Auch wenn ich scheitere, habe ich meine Skills und lerne daraus!“ Am Anfang steht eine Idee, niemand muss alles können und alles weitere ergibt sich.

Journalistinnen haben bereits das Rüstzeug zur Gründerin

Auch Nina Wöss, die Co-Gründerin von **Female Founders**, schwört auf das Irgendwo-Anfangen. „Mit spannenden Ideen und guter Umsetzung ist es möglich, ein Business aufzubauen und Geld aufzustellen“, sagt sie. Dabei muss klar sein, was das Kernprodukt ist, mit dem auf das Kernproblem geantwortet wird. Journalistinnen bringen dafür von Berufswegen alles mit. Sowohl Gründerinnen als auch Journalistinnen brauchen zuallererst die Fähigkeit, ihr Anliegen zu pitchten. Anschließend braucht es die Weiterentwicklung auf neue Businessmodelle und Internationalisierung bezogen. Sowohl im Journalismus als auch beim Gründen braucht es GeldgeberInnen, mit denen es Zielkonflikte auszuverhandeln gilt. Das größere Ziel ist in beiden Fällen Qualität und Wertsteigerung der eigenen Arbeit.



Autor(in)

Elisa Krisper



Vermischtes

journalistin.at

11.11.2021 - 02:20 Uhr

Weckruf für Gleichstellung in den Medien



Es ist Zeit für Gleichstellung in den Medien (Foto: APA/Jacqueline Godany)

Beim Journalistinnenkongress 2021 forderten Österreichs Medienfrauenorganisationen und der Presseclub Concordia, dass Gleichstellung von Frauen zum Kriterium für die Vergabe der Medienförderung werden soll.

Wien – Ein vielstimmiger „Weckruf“ an die Politik läutete am Dienstag Vormittag im Haus der Industrie beim 23. Journalistinnenkongress. So machten die Teilnehmerinnen auf die zuvor von den drei Medienfrauen-Organisationen in Wien, Oberösterreich und Salzburg sowie dem Presseclub Concordia unterstützten Forderungen.

Unterzeichnet wurden die Forderungen stellvertretend von Kongressinitiatorin und Bundesministerin a.D. Maria Rauch-Kallat, Mitinitiatorin Elisabeth Pechmann, auch Juryvorsitzende für die Medienlöwinnen, Romy Seidl (Salzburger Medienfrauen), Martina Madner (Frauennetzwerk Medien), Daniele Kraus (Generalsekretärin Presseclub Concordia) und Heidi Vitéz (Oberösterreichische Medienfrauen).

Gleichstellung und die Repräsentanz der Geschlechter gemäß ihrem Anteil an der Bevölkerung sollen zum Kriterium für bestehende wie künftige Medienförderung werden. Förderungswerber müssen sich daher

- zu konkreten Zielwerten für die Besetzung von redaktionellen und kaufmännischen Führungspositionen/Projektleitungen,
- umfassenden, zeitlich und inhaltlich konkreten Gleichstellungsplänen für ihre Organisationen,

chancengerechtem Recruiting sowie entsprechenden Aus- und Weiterbildungsstrukturen – sowie redaktionellen Richtlinien für thematisch wie inhaltlich genderkompetentes Arbeiten verpflichten. Zudem fordern die Medienfrauen eine Mitsprache bei der Vergabe aktueller und künftiger Medienförderung sowie die Evaluierung der Einhaltung der Kriterien durch ein Fachgremium.

Hier die [Forderungen im Wortlaut](#).

Sie möchten exklusive Medienstorys, spannende Debatten lesen und sich über, Jobs, Workshops, Top-Personalien und Journalistenpreise aus Österreich informieren? Dann bestellen Sie bitte unseren kostenlosen, wöchentlichen [Newsletter](#).

Sie haben Personalnews in eigener Sache oder aus Ihrem Medienhaus? Mailen Sie die Infos bitte gerne an redaktion@journalistin.at.

Mehr Gleichstellung in den Medien

Österreichs Medienfrauen und Presseclub Concordia sehen in Gleichstellung Kriterium für Medienförderung

👤 JT 📅 12.11.2021 ⌚ 11:11

© Unsplash

Frauen sind in den Medien nach wie vor unterrepräsentiert, dass prangern die Teilnehmerinnen des Journalistinnenkongresses an

Die Teilnehmerinnen des Journalistinnenkongress haben im Haus der Industrie mit einer Wecker-Aktion versucht, auf ihre Forderung nach mehr Gleichstellung aufmerksam zu machen. Diese soll nämlich ein Kriterium für bestehende wie künftige Medienförderung sein.

So sollen sich Förderungswerber zu konkreten Zielwerten bei der Besetzung von redaktionellen und kaufmännischen Führungspositionen, Gleichstellungsplänen sowie redaktionellen Richtlinien für genderkompetente Arbeiten verpflichten.

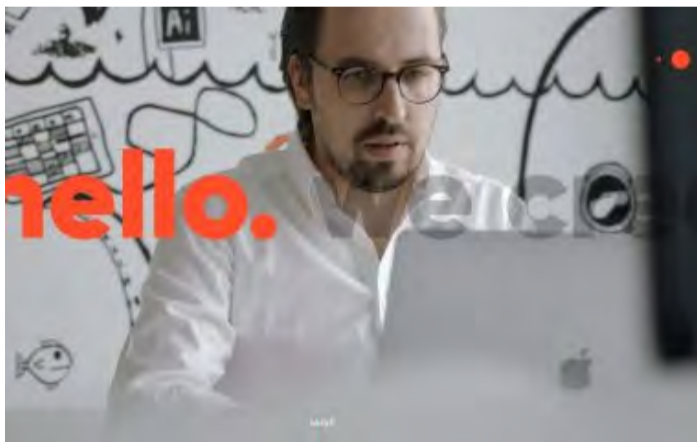
Auch ging es bei der Tagung um die Frage, warum Journalistinnen in Chefetagen fehlen. Wie Maria Rauch-Kallat, welche seit 23 Jahren Schirmherrin des Kongresses ist, sagte, habe das mit der der „geschissenen Bescheidenheit der Frauen“ zu tun.

Darüber hinaus widmeten sich die Teilnehmerinnen des Kongresses der Thematik von frauenfeindlichen Artikeln. Nach wie vor seien Frauen außerdem in den Medien zu wenig sichtbar. Aufgrund der Corona-Pandemie habe sich das Problem sogar noch verschärft. So gehöre die mediale Bühne zu 77 Prozent Männern und nur zu 23 Prozent Frauen. Die Medienanalytikerin Pernegger sieht dennoch „eine Chance für die Frauen in Führungspositionen“.

PA/ Red.

Gefällt Ihnen der Beitrag?

📘 Facebook 🐦 Twitter 🔗 LinkedIn 📠 Telegram 🗨️ WhatsApp ✉️ Email



Kein festes Team, aber mehr Fokus auf Marken

16. November 2021 / JT / Agenturen, Medien, News



Stargate Group verpasst sich Re-Branding

16. November 2021 / red13 / Agenturen, Kampagnen, News

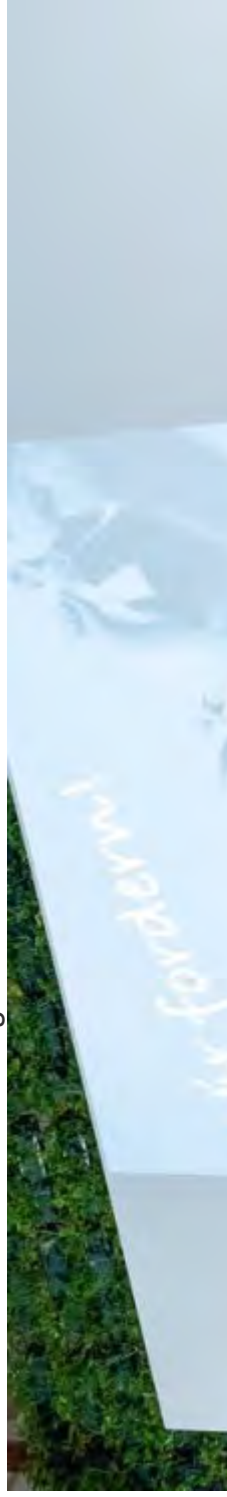


[Newsletter](#)
[Kontakt](#)

Suchbegriff eingeben

Suche starten

[News / Weckruf für Gleichstellung in den Medien](#)



Es ist Zeit für Gleichstellung in den Medien (Foto: APA/Jacqueline Godany)
[Artikel teilen](#)



11.11.2021 [Vermischtes](#)

Weckruf für Gleichstellung in den Medien

Beim Journalistinnenkongress 2021 forderten Österreichs Medienfrauenorganisationen und der Presseclub Concordia, dass Gleichstellung von Frauen zum Kriterium für die Vergabe der Medienförderung werden soll.

Wien – Ein vielstimmiger „Weckruf“ an die Politik läutete am Dienstag Vormittag im Haus der Industrie beim 23. Journalistinnenkongress. So machten die Teilnehmerinnen auf die zuvor von den drei Medienfrauen-Organisationen in Wien, Oberösterreich und Salzburg sowie dem Presseclub Concordia unterstützten Forderungen.

Unterzeichnet wurden die Forderungen stellvertretend von Kongressinitiatorin und Bundesministerin a.D. Maria Rauch-Kallat, Mitinitiatorin Elisabeth

Daniele Kraus (Generalsekretärin Presseclub Concordia) und Heidi Vitéz (Oberösterreichische Medienfrauen).

Gleichstellung und die Repräsentanz der Geschlechter gemäß ihrem Anteil an der Bevölkerung sollen zum Kriterium für bestehende wie künftige Medienförderung werden. Förderungswerber müssen sich daher

- zu konkreten Zielwerten für die Besetzung von redaktionellen und kaufmännischen Führungspositionen/Projektleitungen,
 - umfassenden, zeitlich und inhaltlich konkreten Gleichstellungsplänen für ihre Organisationen,
 - chancengerechtem Recruiting sowie entsprechenden Aus- und Weiterbildungsstrukturen
 - sowie redaktionellen Richtlinien für thematisch wie inhaltlich genderkompetentes Arbeiten
- verpflichten. Zudem fordern die Medienfrauen eine Mitsprache bei der Vergabe aktueller und künftiger Medienförderung sowie die Evaluierung der Einhaltung der Kriterien durch ein Fachgremium.

Hier die [Forderungen im Wortlaut](#).

Sie möchten exklusive Medienstories, spannende Debatten lesen und sich über, Jobs, Workshops, Top-Personalien und Journalistenpreise aus Österreich informieren? Dann bestellen Sie bitte unseren kostenlosen, wöchentlichen [Newsletter](#).

Sie haben Personalnews in eigener Sache oder aus Ihrem Medienhaus? Mailen Sie die Infos bitte gerne an redaktion@journalistin.at.

Weitere Themen

01.09.2021



Werde jetzt Salzburger Medienfrau [HIER](#)

Das Netzwerk

Termine

Medienfrau werden

Die Medienfrauen

Mentoring

Event Reviews



"Gleichstellung in Medienförderung verankern"

JOURNALISTINNEN MACHEN DRUCK

Forderungen beim 23. Journalistinnenkongress präsentiert

Unter dem Motto „The Economy, Ladies! – Ohne Göd ka Musi“

ist am 9. und 10. November der 23. Österreichische

Journalistinnenkongress nach einem pandemiebedingten

Online-Jahr wieder ins Haus der Industrie in Wien

zurückgekehrt. Und diesmal machen die Medienfrauen mit

einer zentralen Forderung an die Politik auf sich aufmerksam:

Unsere Webseite verwendet Cookies um für Sie das Nutzungserlebnis zu optimieren. Lesen Sie in unseren [Datenschutzbestimmungen](#), wie Sie Cookies deaktivieren können. [Akzeptieren](#)

Auch im Jahr 2021 sind die großen heimischen Medienunternehmen noch weit von einer Gleichstellung zwischen Frauen und Männern entfernt. Nur eine der österreichischen Tageszeitungen wird derzeit von einer Chefredakteurin geführt, zentrale Führungspositionen – nicht nur in Medienhäusern – sind von Männern besetzt. Geht es um die wirklich wichtigen Dinge, sitzen Männer an einem Tisch und entscheiden. Und auch die Sichtbarkeit der Frauen in den Medien scheint durch die gläserne Decke weiterhin nur verschwommen.

Gleichstellung gesetzlich verankern

Um das zu ändern, haben sich jetzt Journalistinnen und Medienfrauen aus mehreren Bundesländern zusammengetan und einen Forderungskatalog an die Bundesregierung formuliert. In dem Schreiben, das von der ehemaligen ÖVP-Frauenministerin und Initiatorin des Journalistinnenkongresses Maria Rauch-Kallat (übrigens eine bekennende Quotenfrau) an die politischen Verantwortlichen getragen wird, geht es um die Verankerung definierter Gleichstellungskriterien in der Medienförderung.

Gendergerechte Verteilung der Positionen in Medien

Wir Salzburger Medienfrauen wurden von Romy Seidl in Wien vertreten, auch sie hat das Forderungspapier gemeinsam mit den Sprecherinnen und Vorsitzenden des Presseclub Concordia, des Frauennetzwerks Medien und des Frauennetzwerks im OÖ Presseclub unterzeichnet. „Wir wollen eine gesetzlich festgelegte gendergerechte Verteilung aller Positionen in einem Medienunternehmen“, lautet ihr Statement auf dem Podium des Journalistinnenkongresses. „Man hat über die Jahre leider gesehen, dass es ohne ökonomischen Druck nicht geht. Medienunternehmen, die die Gleichstellung von Frauen und

Unsere Webseite verwendet Cookies um für Sie das Nutzungserlebnis zu optimieren. Lesen Sie in unseren [Datenschutzbestimmungen](#), wie Sie Cookies deaktivieren können. [Akzeptieren](#)

Das sind die Förderkriterien im Detail

Ganz konkret geht es darum, dass sich Medienbetriebe, die mit öffentlichen Geldern – sei es über die Presseförderung, Publizistikförderung, dem Privatrundfunk bzw. nichtkommerziellem Rundfunkfonds sowie die neue Digitalförderung – unterstützt werden, zu folgenden vier Maßnahmen verpflichten:

1. Konkrete Zielwerte für die Besetzung redaktioneller und kaufmännischer Führungspositionen bzw. Projektleitungen
2. Umfassende Gleichstellungsplänen für die Organisation
3. Recruiting- bzw. Aus- und Weiterbildungs-Strukturen, die die Chancengleichheit gewährleisten
4. Redaktionelle Richtlinien für gender-kompetente Arbeit

Zudem müsse die Einhaltung dieser Förderkriterien regelmäßig und transparent durch ein Fachgremium evaluiert und überprüft werden. Denn nur so könne man auch langfristig etwas ändern, sind sich alle Medienfrauen einig.

Wenn nicht jetzt, wann dann?

Die Chancen für eine Veränderung der Geschlechtergleichheit in Österreich seien angesichts der jüngsten ÖVP-Inseraten-Affäre rund um Alt-Kanzler Sebastian Kurz so groß wie nie, sind sich die Medienfrauen beim Kongress einig. Daher: Wann, wenn nicht jetzt?!

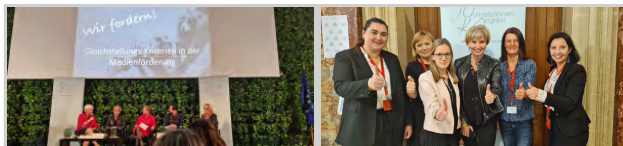


Bild 1: Medienfrauen aus Salzburg beim Journalistinnenkongress in Wien. Im Bild von links: Kathrin Krispler (SALZBURG24), Barbara Brunner (Öffentlichkeitsarbeit), Vanessa Gruber (Zeit im Bild, ORF Wien), Romy Seidl (ORF Salzburg), Aloisia Gurtner (Pressesprecherin)

Unsere Webseite verwendet Cookies um für Sie das Nutzungserlebnis zu optimieren. Lesen Sie in unseren [Datenschutzbestimmungen](#), wie Sie Cookies deaktivieren können. [Akzeptieren](#)

Bild 2: Österreichs Medienfrauen stellen beim 23. Österreichischen Journalistinnenkongress in Wien am Mittwoch ihre Forderungen an die Politik vor. Künftig sollen Gleichstellungskriterien in der Medienförderung gesetzlich verankert werden. Im Bild Maria Rauch-Kallat (links) mit den Vertreterinnen der Österreichischen Medienfrauen aus Salzburg, Oberösterreich und Wien.

Text und Fotos: Mag. Nicole Schuchter

Hier kommt ihr zur Video-Botschaft

Artikel teilen:



Ähnliche Beiträge



Die Sehnsucht nach einem wirklich guten Leben

November 15th, 2021



„Ich bin ein Star – schreibt mich hier raus!“

November 3rd, 2021

Unsere Webseite verwendet Cookies um für Sie das Nutzungserlebnis zu optimieren. Lesen Sie in unseren [Datenschutzbestimmungen](#), wie Sie Cookies deaktivieren können. [Akzeptieren](#)



23. Journalistinnenkongress (7): Storytelling abseits klassischer Formate

10.11.2021

Wien (OTS) - Journalismus passiert nur in Radio, Print oder TV? Diese Zeiten sind vorbei! Das Internet und insbesondere soziale Medien haben viele neue Formate geschaffen. Über deren Chancen und Probleme diskutierten Beatrice Frasl (Podcast „Große Töchter“), Alena Wacenovsky („die_chefredaktion“) und Katharina Brunner („Hashtag Media“) beim 23.

Journalistinnenkongress im Workshop „Storytelling Digital“.

Zwtl.: Social Media als Nachrichtenquelle

Der klassische Journalismus erreicht die junge Zielgruppe kaum. Die konsumiert ihre Nachrichten stattdessen hauptsächlich über die sozialen Medien. „Alle jungen Leute sind auf Instagram“, stellte Alena Wacenovsky fest. Mit dem Account „die_chefredaktion“ wolle man deshalb eine Plattform schaffen, auf der Menschen ab 14 Jahren niederschwellig Informationen konsumieren können. Ein ähnliches Ziel verfolgt auch der TikTok-Account „FAQorona“. Dort klärt Hashtag-Media in Kooperation mit der Stadt Wien über die Coronaimpfung auf. Durch das Zusammenspiel von „Wissenschaftskommunikation mit TikTok-Atmosphäre“ möchte man die junge Zielgruppe auf der Plattform zur Impfung bewegen.

Zwtl.: Podcasts als Gegenpol zu Social Media

Ein einfacher Zugang ist auch Beatrice Frasl bei ihrem Podcast „Große Töchter“ ein Anliegen. „Ich wollte etwas machen, was niederschwellig ist, feministisch und Menschen in ihren verschiedenen Lebensrealitäten abbildet“, erzählte sie. Einen Unterschied zu Social Media sehe sie darin, dass zum Beispiel Instagram ein sehr schnelllebiges Medium sei: „Ich finde, Podcasts geben Menschen Zeit, Gedanken zu formulieren.“




Zwtl.: Finanzierung und Algorithmen als Hürden

Dass vor allem Algorithmen und die Finanzierung bei digitalen Formaten Herausforderungen darstellen, sprachen alle drei Frauen an. Auf den sozialen Medien müsse man die Inhalte an die Regeln der jeweiligen Plattform anpassen, um viele Menschen erreichen zu können. Schreibe man zum Beispiel zu viel über das Thema Feminismus, werde das Posting automatisch weniger Menschen angezeigt. Auch das Finanzieren digitaler Formate sei oft schwierig. Beatrice Frasl erzählte zum Beispiel, dass sie „Große Töchter“ zwei Jahre lang als Herzensprojekt produziert hatte, ohne einen Cent zu

verdienen. Inzwischen habe sie jedoch einige Hörer:innen, die ihren Podcast über die Crowdfunding-Plattform „Steady“ finanziell unterstützen.

Cora Krüger, YoungStar

[BSNginer \(/bsengine\)](#)

 Movings	 Matrix	 Star/Ruts	 Top/Flop Diashows
Averages		ch der Stunde	
(/bsengine/movings/atx)	(/bsengine/matrix/atx)	(/bsengine/stunde/atx)	(/bsengine/topflop/atx)
 Umsatz	 „n“ Tage	 Tage ssieg	 Märkte/Indikationen
(/bsengine/money/atx)	Top/Flop	er/verlierer	n
 BS-Hitparade	(/bsengine/best_worst_days_matrix/atx)	(/bsengine/winners_losers/atx)	(/bsengine/atx)
(/bsengine/performance/atx)			
			 Reporting
			Days
			(/bsengine/reportingdays/atx)

Aktien auf dem Radar:[Fabasoft](#).

[\(/radar/10.11.2021\)](/radar/10.11.2021)

Random Partner [\(/partner\)](/partner)

Verbund [Verbund \(http://verbund.com\)](http://verbund.com).
[\(/http://verbund.com\)](http://verbund.com) Verbund ist Österreichs führendes Stromunternehmen und einer der größten Stromerzeuger aus Wasserkraft in Europa. Mit Tochterunternehmen und Partnern ist Verbund von der Stromerzeugung über den Transport bis zum internationalen Handel und Vertrieb aktiv. Seit 1988 ist Verbund an der Börse.

>> Besuchen Sie 67 weitere Partner auf boerse-social.com/partner (<http://boerse-social.com/partner>).

Mehr aktuelle OTS-Meldungen [HIER \(/category/apa\)](/category/apa)



<https://boersenradio.at>

23. Journalistinnenkongress (7): Storytelling abseits klassischer Formate

23. Journalistinnenkongress (7): Storytelling abseits klassischer Formate

10.11.2021

Wien (OTS) - Journalismus passiert nur in Radio, Print oder TV? Diese Zeiten sind vorbei! Das Internet und insbesondere soziale Medien haben viele neue Formate geschaffen. Über deren Chancen und Probleme diskutierten Beatrice Frasl (Podcast „Große Töchter“), Alena Wacenovskyy („die_chefredaktion“) und Katharina Brunner („Hashtag Media“) beim 23. Journalistinnenkongress im Workshop „Storytelling Digital“.

Zwtl.: Social Media als Nachrichtenquelle

Der klassische Journalismus erreicht die junge Zielgruppe kaum. Die konsumiert ihre Nachrichten stattdessen hauptsächlich über die sozialen Medien. „Alle jungen Leute sind auf Instagram“, stellte Alena Wacenovskyy fest. Mit dem Account „die_chefredaktion“ wolle man deshalb eine Plattform schaffen, auf der Menschen ab 14 Jahren niederschwellig Informationen konsumieren können. Ein ähnliches Ziel verfolgt auch der TikTok-Account „FAQorona“. Dort klärt Hashtag-Media in Kooperation mit der Stadt Wien über die Coronaimpfung auf. Durch das Zusammenspiel von „Wissenschaftskommunikation mit TikTok-Atmosphäre“ möchte man die junge Zielgruppe auf der Plattform zur Impfung bewegen.

Zwtl.: Podcasts als Gegenpol zu Social Media

Ein einfacher Zugang ist auch Beatrice Frasl bei ihrem Podcast „Große Töchter“ ein Anliegen. „Ich wollte etwas machen, was niederschwellig ist, feministisch und Menschen in ihren verschiedenen Lebensrealitäten abbildet“, erzählte sie. Einen Unterschied zu Social Media sehe sie darin, dass zum Beispiel Instagram ein sehr schnelllebiges Medium sei: „Ich finde, Podcasts geben Menschen Zeit, Gedanken zu formulieren.“

Zwtl.: Finanzierung und Algorithmen als Hürden

Dass vor allem Algorithmen und die Finanzierung bei digitalen Formaten Herausforderungen darstellen, sprachen alle drei Frauen an. Auf den sozialen Medien müsse man die Inhalte an die Regeln der jeweiligen Plattform anpassen, um viele Menschen erreichen zu können. Schreibe man zum Beispiel zu viel über das Thema Feminismus, werde das Posting automatisch weniger Menschen angezeigt. Auch das Finanzieren digitaler Formate sei oft schwierig.

Beatrice Frasl erzählte zum Beispiel, dass sie „Große Töchter“ zwei Jahre lang als Herzensprojekt produziert hatte, ohne einen Cent zu verdienen. Inzwischen habe sie jedoch einige Hörer:innen, die ihren Podcast über die Crowdfunding-Plattform „Steady“ finanziell unterstützen.


Cora Krüger, YoungStar


 [BSN engine \(/bsngine\)](https://bsngine.at)


**Märkte/
Indikationen**
[\(/bsngine/atx\)](https://bsngine.at/x)


**Moving
Averages**


Matrix
[\(/bsngine/matrix/atx\)](https://bsngine.at/x)


**Star/Rutsch
der Stunde**
[\(/bsngine/stunde/atx\)](https://bsngine.at/x)


**Top/Flop
Diashows**
[\(/bsngine/topflop/atx\)](https://bsngine.at/x)



23. Journalistinnenkongress (1): It's the Economy, Ladies!

23. Journalistinnenkongress (1): It's the Economy, Ladies!

10.11.2021

Wien (OTS) - Nach einem pandemiebedingten Online-Jahr kehrte der Journalistinnenkongress 2021 wieder in das Wiener Haus der Industrie zurück. Diesmal lautete das Motto: „It's the Economy, Ladies (Ohne Göld ka Musi)“. Es dreht sich also alles um (Medien-)Frauen, die Wirtschaft und das Geld.

Zwtl.: Eröffnende Worte und motivierende Appelle

Den Auftakt machte Maria Rauch-Kallat, ehemalige Frauenministerin (ÖVP) und Initiatorin des Journalistinnenkongresses, mit einer Eröffnungsrede. Sie sprach darin von Finanzen als Tabuthema unter Frauen. In weiterer Folge appellierte sie an die anwesenden Medienfrauen, sich im Job nicht zu bescheiden zu geben und bei Gehaltsverhandlungen nicht zurückzustecken. Vor allem an die anwesenden jungen Journalistinnen gerichtet sagte sie: „Merkt euch, Karriere kann man planen. Das können wir uns von den Männern abschauen.“

In seiner virtuellen Grußbotschaft bestätigt Georg Knill, Präsident der Industriellenvereinigung, Parallelen zwischen dem Industrie-Sektor, der Politik und dem, was auch in Österreichs Redaktionen zu beobachten ist: „Immer noch sind zu wenige Frauen in politischen Spitzenpositionen, in Chefetagen der Medienhäuser und der Industrie angesiedelt.“ Frauenministerin Susanne Raab schloss die Eröffnungsrunde mit einem Statement ab. Darin hob sie einerseits hervor, wie viel sich in den letzten Jahren in Bezug auf Frauen zum Positiven gewandelt hat. Andererseits kritisierte sie aber auch das langsame Voranschreiten der Entwicklungen.

Zwtl.: Wer schafft an, wer zahlt?

Mit der Frage „Wirtschaft und Medien(frauen) – Eine schwierige Beziehung? Wer schafft an, wer zahlt?“ eröffnete Kathrin Werner die erste Keynote des Tages. Die Redaktionsleiterin von Plan W, dem Frauen-Wirtschaftsmagazin der Süddeutschen Zeitung, bezeichnet sich gleichzeitig auch als „Frauenbeauftragte der SZ“. In ihrem Vortrag diskutierte sie die Frage, warum Frauen ihr eigenes Wirtschaftsmagazin brauchen: „Oft sieht man in Wirtschaftsmagazinen mehr Frauen in den Werbeanzeigen als in den Texten.“ Ist in einem Text dann einmal eine Frau als Protagonistin vertreten, würden ihr häufig viel „weichere“ Fragen gestellt als Männern. Zudem komme kaum ein Text mit weiblicher Hauptperson ohne Anmerkungen bezüglich des Äußerlichen aus. Schwierig sei jedoch die Finanzierung eines Frauen-Wirtschaftsmagazins wie Plan W: Anzeigekundschaft gebe es kaum.

Auch bei Horst Pirker, Chef der VGN Medien-Holding, ging es um Geld. In seiner Keynote sprach er von einer Qualitätsspirale: Journalistische Qualität benötige Geld. Nimmt die Qualität ab, nehmen auch die Einnahmen ab. Seien die Einnahmen aber zu gering, könne auch ein gewisser Qualitätsstandard nicht mehr gehalten werden. Wer zahlt, hat in seinen Augen aber trotzdem nur in Ausnahmefällen das Zepter in der Hand: „Wer zahlt, schafft Gott sei Dank nur ausnahmsweise an. Wer zahlt, übt aber Einfluss aus. Und wer nicht zahlt, übt auch Einfluss aus.“

Zwtl.: Wenn der Feminismus zum Werbemittel wird

Der dritte Programmpunkt des Tages stand unter dem Motto des 2021 erschienenen Buches von Beate Hausbichler mit dem Titel „Der verkaufte Feminismus“. Hausbichler ist Redakteurin bei Der Standard und Autorin. In dem Gespräch mit [Barbara Haas](http://www.boerse-social.com/persons/barbara_haas) (http://www.boerse-social.com/persons/barbara_haas), (Chefin von Podcast und Video bei der Kleinen Zeitung) erläuterte sie, wie aus der politischen Bewegung Feminismus ein Label wurde, das sich der Konsumkapitalismus zunutze gemacht hat. Feminismus werde von vielen Firmen als Werbemittel benutzt: Ein Produkt oder ein ganzes Unternehmen verkauft sich als feministisch. Kampagnen werden feministisch geframet, Empowerment wird in den Vordergrund gestellt. Was sich dahinter aber verbirgt, ist die Hoffnung auf Profit.



23. Journalistinnenkongress (6): Kein Geld für die Frauen – Gender-Budgeting ist in Österreich nach wie vor Illusion

23. Journalistinnenkongress (6): Kein Geld für die Frauen – Gender-Budgeting ist in Österreich nach wie vor Illusion

10.11.2021

Wien (OTS) - Eigentlich hat sich Österreich international hohe Ziele gesteckt. Gender-Gleichstellung quer durch Bund, Länder und Gemeinden. Viele Länder, so betont ab-Austria Vorstand Manuela Vollmann, würden sogar bewundernd nach Österreich schauen. Doch dass es in Wirklichkeit ganz anders ist, davon handelt die Breakout-Session „Geld.Macht.Politik – Was Gender-Budgeting bringt“ beim Österreichischen Journalistinnenkongress 2021 im Haus der Industrie. So meint Martina Madner, Journalistin bei der Wiener Zeitung: „Es ist viel weniger eine in Zahlen gegossene Politik als gedacht.“

Zwtl.: „Die Männer kriegen das Geld, die Frauen machen die Arbeit“

In Österreich steht die Gleichstellung zwar im Bundeshaushaltsgesetz, in der Realität sind aber diese Weisung und das Budget nicht aneinander gebunden. Soll heißen, es gibt keine Konsequenzen und wie erst kürzlich bei der Steuerreform profitieren zwei Drittel Männer und nur ein Drittel Frauen von den Geldern. Auch der „Familienbonus“ gehe weitgehend an gutverdienende Männer, da der Betrag an die Höhe der Steuern gebunden sei. „Die Männer kriegen das Geld, die Frauen machen die Arbeit“, so Elisabeth Klatzer vom Imag Gender Budgeting. Es sei ein „Väterbonus“.

Des Weiteren würde laut Klatzer der Begriff Gender-Budgeting in Österreich „missbraucht“ werden. Viel zu oft versteht die Bevölkerung darunter eine Frauenquote oder Chancengleichheit. Dabei ginge es nur darum, wie das Budget verwendet wird. So hätte Österreich beispielsweise eine der EU-weit höchsten Coronaförderungen, laut Mader hätten Studien aber gezeigt, dass beispielsweise von der Kurzarbeit mehr Männer profitiert haben.

Doch selbst eine genauere Betrachtung des Budgets lässt nur wenig erkennen, da das System so undurchsichtig sei. So sind auch laut Klatzer die Wirkungsziele der verschiedenen Bundesressorts in punkto Gleichstellung sehr schwammig formuliert. Beispielsweise hätte die Landwirtschaft zwar ein riesiges Budget, aber das sehr oberflächliche Gleichstellungsziel, dass gleich viele weibliche wie männliche SchülerInnen land- und forstwirtschaftliche Schulen besuchen. Was wieder eine Quoten- und keine Budgetfrage ist.

Zwtl.: Transparenz bei der Budgetierung gefordert

Diese prekäre Lage gilt nicht nur für Österreich, sondern auch für die EU selber. Die in Folge der Corona-Pandemie gegründete Aufbau- und Resilienzfazilität, aus deren Fonds Österreich bis zu 3,46 Milliarden Euro erhalten soll, bietet auch keine transparente Übersicht in der Budgetierung. Kommissionspräsidentin Ursula van der Leyen habe zwar angekündigt, nachträglich überprüfen zu wollen, wie das Geld ausgegeben wird. Aber, so Vollmann, welchen Effekt habe das, wenn das Geld bis dahin schon ausgegeben ist?

Eine Lösung sei laut Klatzer ein Gleichstellungsbeirat, der ein bis zwei Mal im Jahr unabhängige Berichte und Zahlen liefert. Vollmann wünscht sich, dass bei zukünftigen Investitionen in neuen Arbeitsbereichen stets darauf geachtet wird, dass es auch Jobs für Frauen gibt. Mader betont, dass Journalistinnen immer wieder Druck machen müssen, um zu erfahren, wofür die Gelder verwendet werden. „Man darf kein Geld ausgeben, ohne zu fragen, wie viel der Gleichstellung zugutekommt.“

Susanne Gottlieb, YoungStar



Die Homepage
österreichischer Aktien



<https://boersenradio.at>

23. Journalistinnenkongress (8): Geschäfte für die Zukunft

10.11.2021

Wien (OTS) - Die Breakout-Session 3 „Geschäfte für die Zukunft“ am Journalistinnenkongress wurde von Elisabeth Oberndorfer (http://www.boerse-social.com/persons/elisabeth_oberndorfer), (Smart Casual), Jelena Pantić-Panić (medien.geil) und Nina Wöss (Female Founders) geleitet. Finanzierungsmodelle und Geschäftsideen für neue Medienprojekte waren Thema.

Mit der Frage, „Wer hat schon einmal mit dem Gedanken gespielt, ein eigenes Medium zu Gründen?“, startet media.geil-Gründerin Jelena Pantić-Panić in die Runde. Einige Hände der Teilnehmerinnen wandern zögerlich in die Luft, mit dem betonten Nachsatz „nur den Gedanken“, werden es ein paar mehr.

Zwtl.: It's all about the money – Finanzierungsmöglichkeiten
Lisa Oberndorfer, die mit Smart Casuals ihren eigenen Newsletter betreibt, hat in ihrem Vortrag primär über Finanzierungsmodelle für neue Medienprojekte gesprochen. Es sei eine gute Zeit für kleine Teams, eigene Sachen zu machen. „Was wir sehen, ist, dass der digitale Medienmarkt viel fragmentierter ist“, so Oberndorfer. „In meinem letzten Angestelltenverhältnis habe ich gemerkt: Es interessiert sich niemand von den Medienmachern für die Zielgruppe Frauen.“ Kleinere Medien haben insbesondere den Vorteil, dass sie mehr Inhalt bringen können und sich ihr Publikum stärker mit ihnen identifiziert. Deshalb seien publikumsfinanzierte Inhalte zunehmend machbarer und es könne von dem Beginn der Creator Economy gesprochen werden.

Bei solchen Modellen gibt es die Möglichkeit sich über Mitgliedschaften, Services (z. B. eigene Mitgliederbereiche), E-Commerce (also die eigene Medienmarke nutzen, um Produkte zu verkaufen) zu finanzieren. Auch individuelle Finanzierungsmöglichkeiten auszuarbeiten geht. Dabei gilt das Motto „Think like a product“. Für wen ist das, was ich tue, relevant, und wie erreiche ich diese Zielgruppe?









Zwtl.: Vom Mut, auf sich selbst zu setzen

Jelena Pantić-Panić hat mit media.geil ein Mentoring Business für junge Journalist:innen gegründet. Für die Gründung eines eigenen Projekts sollte vorab vor allem die Zielgruppe überlegt und klar definiert sein. Ihr eigenes Projekt richtet sich primär an junge Journalist:innen unter 30. Auch das Finden einer Nische

ist ihre Stärke, etwas, das es noch nicht gibt, aber dringend braucht, ist immer eine gute Möglichkeit, zu gründen. Zu ihrem eigenen Projekt und dem anfänglichen Gegenwind aus ihrem Umfeld sagt sie: „Ich wusste, dass da noch was ist. Die anderen haben das nicht gewusst.“ Wichtig ist dabei immer, den Mut zu haben, zu sich selbst zu stehen. Die Angst vor dem Scheitern ist beim Gründen neuer Medienprojekte vor allem ein Hindernis. Jelena Pantić-Panić meint dazu: „Auch wenn ich scheitere, habe ich meine Skills und lerne daraus!“ Am Anfang steht eine Idee, niemand muss alles können und alles weitere ergibt sich. Zwtl.: Journalistinnen haben bereits das Rüstzeug zur Gründerin

Auch Nina Wöss, die Co-Gründerin von Female Founders, schwört auf das Irgendwo-Anfangen. „Mit spannenden Ideen und guter Umsetzung ist es möglich, ein Business aufzubauen und Geld aufzustellen“, sagt sie. Dabei muss klar sein, was das Kernprodukt ist, mit dem auf das Kernproblem geantwortet wird. Journalistinnen bringen dafür von Berufswegen alles mit. Sowohl Gründerinnen als auch Journalistinnen brauchen zuallererst die Fähigkeit, ihr Anliegen zu pitchen. Anschließend braucht es die Weiterentwicklung auf neue Businessmodelle und Internationalisierung bezogen. Sowohl im Journalismus als auch beim Gründen braucht es Geldgeber:innen, mit denen es Zielkonflikte auszuverhandeln gilt. Das größere Ziel ist in beiden Fällen Qualität und Wertsteigerung der eigenen Arbeit. Jana-Sophie Heumader, YoungStar

[BSNginge \(/bsngine\)](#)

 <u>Movings</u> Averages (/bsngine/movings/atx)	 <u>Matrix</u> x (/bsngine/matrix/atx)	 <u>Star/Ruts</u> ch der Stunde (/bsngine/stunde/atx)	 <u>Top/Flop Diashows</u> (/bsngine/topflop/atx)
 <u>Umsatz</u> (/bsngine/money/atx)	 <u>„n“ Tage</u> Top/Flop (/bsngine/best_worst_days_matrix/atx)	 <u>Tage ssieger/verlierer</u> (/bsngine/winners_losers/atx)	 <u>Märkte/Indikationen</u> (/bsngine/atx)
 <u>BS-Hitparade</u> (/bsngine/performance/atx)			 <u>Reporting Days</u> (/bsngine/reportingdays/atx)

Aktien auf dem Radar:[Fabasoft](#)

[\(/radar/10.11.2021\)](/radar/10.11.2021)

(L) **NEU**
**BÖRSE
 SOCIAL
 NETWORK**

Die Homepage
 österreichischer Aktien



<https://boersenradio.at>

23. Journalistinnenkongress (1): It's the Economy, Ladies!

10.11.2021

Wien (OTS) - Nach einem pandemiebedingten Online-Jahr kehrte der Journalistinnenkongress 2021 wieder in das Wiener Haus der Industrie zurück. Diesmal lautete das Motto: „It's the Economy, Ladies (Ohne Göld ka Musi)“. Es dreht sich also alles um (Medien-)Frauen, die Wirtschaft und das Geld.

Zwtl.: Eröffnende Worte und motivierende Appelle

Den Auftakt machte Maria Rauch-Kallat, ehemalige Frauenministerin (ÖVP) und Initiatorin des

Journalistinnenkongresses, mit einer Eröffnungsrede. Sie

sprach darin von Finanzen als Tabuthema unter Frauen. In weiterer Folge appellierte sie an die anwesenden Medienfrauen, sich im Job nicht zu bescheiden zu geben und bei Gehaltsverhandlungen nicht zurückzustecken. Vor allem an die anwesenden jungen Journalistinnen gerichtet sagte sie: „Merkt euch, Karriere kann man planen. Das können wir uns von den Männern abschauen.“

In seiner virtuellen Grußbotschaft bestätigt Georg Knill, Präsident der Industriellenvereinigung, Parallelen zwischen dem Industrie-Sektor, der Politik und dem, was auch in Österreichs Redaktionen zu beobachten ist: „Immer noch sind zu wenige Frauen in politischen Spitzenpositionen, in Chefetagen der Medienhäuser und der Industrie angesiedelt.“ Frauenministerin Susanne Raab schloss die Eröffnungsrunde mit einem Statement ab. Darin hob sie einerseits hervor, wie viel sich in den letzten Jahren in Bezug auf Frauen zum Positiven gewandelt hat. Andererseits kritisierte sie aber auch das langsame Voranschreiten der Entwicklungen.

Zwtl.: Wer schafft an, wer zahlt?

Mit der Frage „Wirtschaft und Medien(frauen) – Eine schwierige Beziehung? Wer schafft an, wer zahlt?“ eröffnete Kathrin Werner die erste Keynote des Tages. Die Redaktionsleiterin von Plan W, dem Frauen-Wirtschaftsmagazin der Süddeutschen Zeitung, bezeichnet sich gleichzeitig auch als „Frauenbeauftragte der SZ“. In ihrem Vortrag diskutierte sie die Frage, warum Frauen ihr eigenes Wirtschaftsmagazin brauchen: „Oft sieht man in Wirtschaftsmagazinen mehr Frauen in den Werbeanzeigen als in den Texten.“ Ist in einem Text dann einmal eine Frau als Protagonistin vertreten, würden ihr häufig viel „weichere“ Fragen gestellt als Männern. Zudem komme kaum ein Text mit weiblicher Hauptperson ohne Anmerkungen

bezüglich des Äußerlichen aus. Schwierig sei jedoch die Finanzierung eines Frauen-Wirtschaftsmagazins wie Plan W: Anzeigekundschaft gebe es kaum.

Auch bei Horst Pirker, Chef der VGN Medien-Holding, ging es um Geld. In seiner Keynote sprach er von einer Qualitätsspirale: Journalistische Qualität benötigt Geld. Nimmt die Qualität ab, nehmen auch die Einnahmen ab. Seien die Einnahmen aber zu gering, könne auch ein gewisser Qualitätsstandard nicht mehr gehalten werden. Wer zahlt, hat in seinen Augen aber trotzdem nur in Ausnahmefällen das Zepter in der Hand: „Wer zahlt, schafft Gott sei Dank nur ausnahmsweise an. Wer zahlt, übt aber Einfluss aus. Und wer nicht zahlt, übt auch Einfluss aus.“











Zwtl.: Wenn der Feminismus zum Werbemittel wird

Der dritte Programmpunkt des Tages stand unter dem Motto des 2021 erschienenen Buches von Beate Hausbichler mit dem Titel „Der verkaufte Feminismus“. Hausbichler ist Redakteurin bei Der Standard und Autorin. In dem Gespräch mit [Barbara Haas](http://www.boerse-social.com/persons/barbara_haas) (http://www.boerse-social.com/persons/barbara_haas) (Chefin von Podcast und Video bei der Kleinen Zeitung) erläuterte sie, wie aus der politischen Bewegung Feminismus ein Label wurde, das sich der Konsumkapitalismus zunutze gemacht hat. Feminismus werde von vielen Firmen als Werbemittel benutzt: Ein Produkt oder ein ganzes Unternehmen verkauft sich als feministisch. Kampagnen werden feministisch geframet, Empowerment wird in den Vordergrund gestellt. Was sich dahinter aber verbirgt, ist die Hoffnung auf Profit.

Sophie Aster, YoungStar

Weitere Bilder in der [APA-Fotoservice-Galerie] (<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/27311>)

[BSNginge \(/bsngine\)](https://www.bsngine.at)

 Movings Averages (/bsngine/movings/atx)	 Matrix (/bsngine/matrix/atx)	 Star/Ruts ch der Stunde (/bsngine/stunde/atx)	 Top/Flop Diashows (/bsngine/topflop/atx)
 Umsatz (/bsngine/money/atx)	 „n“ Tage Top/Flop (/bsngine/best_worst_days_matr_ix/atx)	 Tage ssieger/verlierer (/bsngine/winners_losers/atx)	 Märkte/Indikationen (/bsngine/atx)
 BS-Hitparade (/bsngine/performance/atx)			 Reporting Days (/bsngine/reportingdays/atx)



Die Homepage
österreichischer Aktien



<https://boersenradio.at>

23. Journalistinnenkongress (2): Weckruf für die Politik

23. Journalistinnenkongress (2): Weckruf für die Politik

10.11.2021

Wien (OTS) - Im Großen Festsaal des Hauses der Industrie wird ein Zeichen gesetzt. Sechs bedeutende Medienfrauen versammeln sich im Rahmen des 23. Journalistinnenkongresses, um ihre Forderungen nach Gleichstellungskriterien in der Medienförderung auszusprechen. Maria Rauch-Kallat (Initiatorin des Österreichischen Journalistinnenkongresses), Elisabeth Pechmann (Initiatorin der Forderungen), [Daniela Kraus](http://www.boerse-social.com/persons/daniela_kraus) (Geschäftsführerin des Presseclubs Concordia), Martina Madner (Vorsitzende des Frauennetzwerks), Heidi Vitéz (Vorstandsmitglied des Oberösterreichischen Presseclubs) und Romy Seidl (Gründungspräsidentin der Salzburger Medienfrauen) sind sich einig: Die Gleichstellung muss ein Vergabekriterium der Medienförderung werden.

Österreichs Medienfrauen fordern am Journalistinnenkongress 2021, die Gleichstellung in der Medienförderung zu verankern. Das soll anhand von Kriterien erfolgen, die die „Repräsentanz der Geschlechter in der Medienlandschaft gemäß dem Anteil an der Bevölkerung“ sicherstellen, so die offizielle Forderung. Darauf legt Martina Madner (Frauennetzwerk) besonders wert. Sie betont, dass die österreichische Bevölkerung zu 51 Prozent aus Frauen besteht und demnach „51 Prozent aller Posten bis hinauf in die Führungsebenen“ von Frauen belegt werden sollen. „Es kann nur mit ökonomischem Druck funktionieren“, zitiert Romy Seidl (Salzburger Medienfrauen) die Journalismus-Ikone Brigitte. Daniela Kraus stimmt überein und erklärt die derzeitige Medienförderung für nicht zeitgemäß. Aus diesem Grund soll die neue Medienförderung Förderungswerber*innen dazu verpflichten, konkrete Zielwerte für die Besetzung redaktioneller und kaufmännischer Führungspositionen festzulegen sowie Gleichstellungspläne für ihre Organisation zu erstellen. Des Weiteren fordert die Initiatorin Elisabeth Pechmann Chancengleichheit in den Bereichen Recruiting, Aus- und Weiterbildung. Zudem sollen künftig redaktionelle Richtlinien thematisch wie inhaltlich gender-kompetente Arbeit garantieren. Als Untermauerung bieten die Medienfrauen ihre Unterstützung und Mitarbeit in den Entscheidungsgremien an.

Heidi Vitéz (Medienfrauen OÖ) thematisiert das 2018 entwickelte Strategieprogramm „Frauen.Leben 2030“ und lädt Medienfrauen, dazu ein, das [Logo „communication plurality commitment“] (<https://www.comdotcom.eu/>) zu verwenden. Mit seiner Verwendung verpflichtet man sich dazu, sich für mediale Gleichstellung einzusetzen.

Um 11:51 Uhr, nachdem jede der sechs Medienfrauen erläutert hat, warum sie die Politik dazu auffordert, Gleichstellung in der Medienförderung zu verankern, bittet Elisabeth Pechmann die Zuhörerinnen aufzustehen, ihre Handys emporzuhalten und einen beliebigen Weckton abzuspielen. Das soll der „Weckruf für die Politik“ sein. Damit setzen Österreichs Medienfrauen ein Zeichen. „Wachsam sein“ ist die Devise. Denn „wir dürfen nicht davon ausgehen, dass das Erreichte immer bestehen bleibt“, appelliert Maria Rauch-Kallat.

Pia Dolesch, YoungStar

[Weitere Bilder in der APA-Fotoservice-Galerie] (<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/27311/>)



Die Homepage
österreichischer Aktien



<https://boersenradio.at>

23. Journalistinnenkongress (3): Is the stage ours? Fakten zu Frauen in Business, Führung und Machtrollen

23. Journalistinnenkongress (3): Is the stage ours? Fakten zu Frauen in Business, Führung und Machtrollen

10.11.2021

Wien (OTS) - „media affairs“-Geschäftsführerin Maria Pernegger kennt die Fakten über Frauen in Business, Führung und Machtrollen. „Sichtbarkeit wirkt, Unsichtbarkeit aber auch“, so die Medienanalytikerin. Während der Pandemie seien Frauen stark zurückgedrängt worden – auch medial. Der Frauenanteil in der sichtbaren Bildbarkeit lag zuvor jahrelang bei rund 28 Prozent. Zwar niedrig, aber konstant. Jetzt ist dieser Wert um 5 Prozentpunkte zurückgegangen und liegt bei 23 Prozent. In den Branchen Finanzen und Banken, IT und Telekommunikation seien Frauen besonders stark unterrepräsentiert.

Pernegger sieht im Gender Pay Gap noch immer ein großes Problem: „Die Arbeit von Frauen hat einen geringeren gesellschaftlichen Status. Und der wird auch geringer bezahlt.“ Während es in prestigeträchtigen Berufsfeldern an Frauen mangelt, ist ihr Anteil in den fünf schlechtbezahltesten Berufsgruppen am allerhöchsten.

Die nächsten Jahre könnten laut Pernegger eine große Chance für Frauen bieten. In Österreich dürften einige Unternehmen in den nächsten Jahren von starken Pensionierungswellen betroffen sein. „Unternehmen können es sich jetzt einfach nicht mehr leisten, auf Frauen in Führungspositionen zu verzichten“, sagt Pernegger. Es sei aber gar nicht so leicht, Frauen jetzt für Branchen wie die IT zu motivieren. Schließlich seien sie davor jahrelang zurückgedrängt worden und aktuelle Gender Bilder seien ewig gewachsen.

Am Ende spricht Pernegger noch über Frauen im Sportjournalismus. Sie sind nämlich nicht nur in den Sportressorts von Medien extrem unterrepräsentiert, sondern es wird auch viel weniger über sie berichtet als über ihre männlichen Kollegen. Die Gesamtpräsenz von Frauen in der Sportberichterstattung betrage lediglich 10 Prozent und im Bildbereich noch viel weniger. Das sei im Sport besonders problematisch, denn nur wer sichtbar ist, ist für Sponsoren attraktiv.

Weitere Bilder in der [APA-Fotoservice-Galerie] (<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/27311/>) (<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/27311/>).

Sarah Emminger – YoungStar

 [BSNginer \(/bsngine\)](https://www.bsngine.at)

 [Märkte/
Indikationen](https://www.bsngine.at/maerkte-indikationen)

([/bsngine/atx](https://www.bsngine.at/maerkte-indikationen)).

 [Moving
Averages](https://www.bsngine.at/moving-averages)

([/bsngine/movings/a](https://www.bsngine.at/moving-averages)
tx).

 [Matrix](https://www.bsngine.at/matrix)

([/bsngine/matrix/atx](https://www.bsngine.at/matrix)

 [Star/Rutsch
der Stunde](https://www.bsngine.at/star-rutsch-der-stunde)

([/bsngine/stunde/atx](https://www.bsngine.at/star-rutsch-der-stunde)
).

 [Top/Flop
Diashows](https://www.bsngine.at/top-flop-diashows)

([/bsngine/topflop/at](https://www.bsngine.at/top-flop-diashows)
x).

 [Tagessieger/
verlierer](https://www.bsngine.at/tagessieger-verlierer)

([/bsngine/winners_lo](https://www.bsngine.at/tagessieger-verlierer)
sers/atx).



Die Homepage
österreichischer Aktien



<https://boersenradio.at>

23. Journalistinnenkongress (4): Warum Journalistinnen über Geld reden sollten

23. Journalistinnenkongress (4): Warum Journalistinnen über Geld reden sollten

10.11.2021

Wien (OTS) - „Traut euch! Habt nicht diese Hemmschwelle!“ – Zur Halbzeit ging es am 23. Journalistinnenkongress im Haus der Industrie um das unbeliebte Gesprächsthema „Geld“, wobei fünf Referentinnen reichlich Lösungsansätze lieferten. In einer Podiumsdiskussion unter der Leitung von Esther Mitterstieler (Ressortleiterin Wirtschaft ORF-Radio) stellten sich Medienkennerinnen die Frage, warum Geld und Wirtschaft unter Frauen noch immer Tabuthemen sind. Maria Pernegger (Geschäftsführerin Media Affairs), Helma Sick (Autorin und Finanzexpertin), Katinka Nowotny (Leitung Wirtschaftsmagazin Eco) und Renate Graber (Wirtschaftsredakteurin der Standard) waren sich einig: Wirtschaft betrifft uns alle, denn es dreht sich nicht nur um Zahlen.

Zwtl.: „Wirtschaft ist alles“

Häufig lassen sich gerade Frauen von der Zahlenflut in der Wirtschaftsberichterstattung einschüchtern. Dass hinter diesen Zahlen alltägliche Geschichten stecken, wird dabei oft vergessen. „Wirtschaft ist alles“, erklärte Wirtschaftsredakteurin und FH-Dozentin Renate Graber und plädierte dafür, komplexe Themen allgemein verständlich darzustellen. Nur so könne die Berichterstattung greifbar und für möglichst viele zugänglich gemacht werden. Katinka Nowotny bestätigte die These am Beispiel ihrer eigenen Redaktion. Um eine möglichst breite Masse zu erreichen, nämlich immerhin ca. 500.000 wöchentliche Zuseher*innen, berichtet ECO von alltäglichen wirtschaftlichen Geschichten oder Bereichen wie Klima und Energie, die vor allem auch Frauen ansprechen.

Zwtl.: Her mit den harten Themen

Maria Pernegger sprach sich jedoch für geschlechterunabhängige Fragestellungen aus. Damit ein tatsächlicher Tabubruch stattfinden kann, müsse man Männern und Frauen dieselben Fragen stellen. Als Medienanalytikerin appellierte sie an Journalist*innen: „Wenn Sie Frauen in die Medien bringen, dann nicht nur mit weichen Themen, stellen Sie auch Fragen zu harten Themen wie zum Beispiel Geld.“ Über das Geld reden sei das A und O, sowohl im privaten als auch im beruflichen Kontext, Stichwort Gehaltsverhandlungen, bestätigte Katinka Nowotny.

Zwtl.: Gleichberechtigung einfordern

Um die Hemmschwelle, die zwischen der Frau und der Wirtschaft liegt, zu überwinden, braucht es mehr als nur das Aufzeigen bestehender unfairer Strukturen. Helma Sick appellierte an die Frauen, den Verstand einzusetzen und konkrete Forderungen zu stellen. So sollte ein Mann beispielsweise genauso lang bei den Kindern bleiben wie seine Frau, anstatt währenddessen Karriere zu machen. Zu häufig würden die Konsequenzen von Teilzeitarbeit unter Frauen übersehen werden, wie die Möglichkeit, Einkommen zu generieren und für Vermögen und Pension zu sparen. Helma Sick, die Autorin von „Ein Mann ist keine Altersvorsorge“, beendete die Podiumsdiskussion mit einem Zitat von Simone de Beauvoir: „Wenn Frauen nichts fordern, bekommen sie was sie fordern, also nichts.“

Fanny Gasser, YoungStar

[Weitere Bilder in der APA-Fotoservice-Galerie] (<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/27311/>) (<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/27311/>)

BSNngine (/bsngine)

 **Märkte/**
Indikationen

(/bsngine/atx).

 **Tagessieger/**
verlierer

(/bsngine/winners_lo
sers/atx).

 **Moving**
Averages

(/bsngine/movings/a
tx).

 **Matrix**

(/bsngine/matrix/atx

).

 **Star/Rutsch**
der Stunde

(/bsngine/stunde/atx

).

 **Top/Flop**
Diashows

(/bsngine/topflop/at

x).

 **Reporting**
Days


(/bsngine/reportingd
ay/atx).

 **BS-Hitparade**

(/bsngine/perf
ormance/atx).

 **Umsatz**

(/bsngine/mon
ey/atx).

 **„n“ Tage**
Top/Flop

(/bsngine/best_wors
t_days_matrix/atx).

Aktien auf dem Radar:Fabasoft.

(/radar/10.11.2021).

Random Partner (/partner)



(https://www.palfinger
ag).

Palfinger (https://www.palfinger.ag).

Palfinger zählt zu den international führenden Herstellern innovativer Hebe-Lösungen, die auf Nutzfahrzeugen und im maritimen Bereich zum Einsatz kommen. Der Konzern verfügt über 5.000 Vertriebs- und Servicestützpunkte in über 130 Ländern in Europa, Nord- und Südamerika sowie Asien.

>> Besuchen Sie 67 weitere Partner auf boerse-social.com/partner (http://boerse-social.com/partner).

Mehr aktuelle OTS-Meldungen HIER (/category/apa).

Useletter

Die Useletter "Morning Xpresso" und "Evening Xtrakt" heben sich deutlich von den gängigen Newslettern ab. Beispiele ansehen bzw. kostenfrei anmelden. Wichtige Börse-Infos garantiert.

Newsletter abonnieren (/newsletter/register).

Runplugged (http://runplugged.com)

Infos über neue Financial Literacy Audio Files für die Runplugged App
(kostenfrei downloaden über http://runplugged.com/spreadit (http://runplugged.com/spreadit))

per Newsletter erhalten (http://runplugged.com/newsletter/register).

Ausgewählte Events von BSN-Partnern

(/events).

24.11.: VBV im Diskurs - Vom Reden ins Tun: Die Rolle der Politik – Bewahrer oder Vorreiter? (/events)(/events).

(/events).

Meistgelesen

(/best-of).

>> mehr

Jumping the Ship bei Valneva, Podcasts mit Gaisberg Consulting und Swiss Life Select Österreich (Christian Drastil) (https://www.boerse-social.com/...

Unser Robot sagt: Erste Group, Porr, AT&S und weitere Aktien auffällig; Andreas Gerstenmayer führt im CEO-Ranking (#gabb Radar) (<https://www.boer...>
Menschen, November 2014 (<http://photaq.com//page/index/1566>).

Unser Robot findet: Vonovia, Beiersdorf, Delivery Hero und weitere Aktien auffällig (https://www.boerse-social.com/2021/11/16/unser_robot_findet_v...
Valneva präsentiert Chikungunya-Impfstoffkandidaten auf Tropen-Medizin-Tagung (https://www.boerse-social.com/2021/11/15/valneva_prasentiert...
Erste Group, Porr, AT&S und weitere Aktien auffällig; Andreas Gerstenmayer führt den 2. Tag im CEO-Ranking (#gabb Radar) (<https://www.boerse-soci...>



PIR-Zeichnungsprodukte

Do&Co AG (Reverse Convertible Bond)	AT0000A2TJM2
3% Europa/Gold Bonus&Sicherheit (Bo	AT0000A2QDR0
Europa/USA Bonus&Sicherheit 2 (Bonu	AT0000A2MJG9

Newsflow

>> mehr

(</page/newsflow>)

[Mayr-Melnhof-CEO kauft 1000 Aktien](/page/newsflow/mayr-melnhof-ceo-kauft-1000-aktien-1)

[Dow Jones-Mover: Home Depot, Travelers Companies, ...](/page/newsflow/dow-jones-mover-home-depot-travelers-companies-nike-walmart-walt-disney-intel-walgreens-boots-alliance-amgen-goldman-sachs-und-apple-1)

[Addiko Group-Aufsichtsrat Groos kauft Aktien](/page/newsflow/addiko-group-aufsichtsrat-groos-kauft-aktien-1)

[Österreich-Depots: Korrektur leicht unter den Hig...](/page/newsflow/osterreich-depots-korrektur-leicht-unter-den-highs-depot-kommentar)

[Börsegeschichte 16.11.: Extremes zu Zumtobel und ...](/page/newsflow/borsegeschichte-16-11-extremes-zu-zumtobel-und-sbo-borse-geschichte-borsegeschichte)

[/page/newsflow/borsegeschichte_1611_extremes_zu_zumtobel_und_sbo_borse_geschichte_borsegeschichte\)](/page/newsflow/borsegeschichte-16-11-extremes-zu-zumtobel-und-sbo-borse-geschichte-borsegeschichte)

[Erste Group, Porr, AT&S und weitere Aktien auffäl...](/page/newsflow/erste-group-porr-ats-und-weitere-aktien-auffalig-andreas-gerstenmayer-fuhrt-den-2-tag-im-ceo-ranking-gabb-radar)

[/page/newsflow/erste_group_porr_ats_und_weitere_aktien_auffallig_andreas_gerstenmayer_fuhrt_den_2_tag_im_ceo-ranking_gabb_radar\)](/page/newsflow/erste-group-porr-ats-und-weitere-aktien-auffalig-andreas-gerstenmayer-fuhrt-den-2-tag-im-ceo-ranking-gabb-radar)

Börse Social Club Board



>> mehr

(</postings>)

Star der Stunde: voestalpine 0.83%, Rutsch der Stunde: VIG -0.84%

wikifolio-Trades Austro-Aktien 16-17: S&T(7), AT&S(2), AMS(1)

Star der Stunde: Frequentis 1.12%, Rutsch der Stunde: OMV -0.74%

wikifolio-Trades Austro-Aktien 15-16: AT&S(2), Polytec Group(1), RBI(1), Verbund(1), Amag(1)

Österreich-Depots: Korrektur leicht unter den Highs (Depot Kommentar)

Star der Stunde: Frequentis 3.26%, Rutsch der Stunde: SBO -0.9%

wikifolio-Trades Austro-Aktien 14-15: Frequentis(3), Lenzing(1), Palfinger(1), S&T(1), OMV(1), voestalpine(1), Strabag(1)

Star der Stunde: DO&CO 0.5%, Rutsch der Stunde: Frequentis -1.51%

wikifolio-Trades Austro-Aktien 13-14: Petro Welt Technologies(1), S&T(1)

(</club>)

Featured Partner Video

(<https://open.spotify.com/episode/4WpZ2lyCUULIBIThdJiVMx>)

Steph you're sick man

Das Sporttagebuch mit Michael Knöppel - 22. Oktober 2021

(c) 2021 FC Chladek Drastil GmbH | [Impressum \(http://fc-chladek-drastil.com/page/impressum\)](http://fc-chladek-drastil.com/page/impressum), | [Datenschutz- und Cookie-Bestimmungen \(/datenschutz\)](#), | [Realtime Indikationen: L&S \(http://www.ls-d.de/\)](http://www.ls-d.de/), | [End of Day Kurse: TeleTrader \(http://www.teletrader.com/\)](http://www.teletrader.com/), | [Indices Indikationen: Deutsche Bank \(https://www.xmarkets.db.com/\)](https://www.xmarkets.db.com/).



Die Homepage
österreichischer Aktien



<https://boersenradio.at>

23. Journalistinnenkongress (5): Finanztipps für Frauen

10.11.2021

Wien (OTS) - Mit dem Thema Gesundheit müssen wir uns angesichts der Pandemie so intensiv wie nie zuvor befassen, doch wie sieht es eigentlich mit unserer finanziellen Gesundheit aus? Beim 23. Journalistinnenkongress sprachen Doris Bock, Margarete Kriz-Zwitkovits und Astrid Kuffner in einer Breakout-Session über „gesunde“ Finanzen und das wirtschaftliche Wohlbefinden von Frauen.

Wie schafft man es, dass die eigenen Finanzen „gesund“ sind? Was bedeutet Selbstständigkeit im Journalismus und wie sieht sinnvolle Altersvorsorge aus? Das alles wurde in der Break-Out-Session des Journalistinnenkongresses thematisiert. Rund zwanzig interessierte Frauen versammelten sich, um von den drei Expertinnen zu lernen.

Den Anfang des Vortrags übernahm Margarete Kriz-Zwitkovits (WKW). Gleich zu Beginn stellte sie klar: „Die Entlohnung von Frauen hinkt immer noch nach. Ich sehe gerade in der Selbstständigkeit eine Riesenchance, das gleichzustellen“. Kriz-Zwitkovits wies daher auf verschiedene Anlaufstellen hin, die Frauen auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit helfen können. Darunter das Forum EPU und das [Netzwerk Frau in der Wirtschaft] (<https://www.wko.at/site/fiw-wien/start.html>). (<https://www.wko.at/site/fiw-wien/start.html>)).

Doris Bock (db-Unternehmerberatung) gab Tipps für gelungene Investitionsstrategien und betonte, dass der Austausch mit anderen ein mächtiges Mittel sei. Man solle über Geld reden und das Thema nicht scheuen. So würden sich oft neue Ideen und Investitionsmöglichkeiten ergeben. „Ab 25 Euro im Monat bist du schon dabei“, so Bock.

Den Abschluss machte Astrid Kuffner (freie Journalistin). Sie selbst sei 2003 ins kalte Wasser gesprungen, nachdem sie ihr letztes Angestelltenverhältnis verlassen hatte. „Immer verhandeln – nie für lau arbeiten“, gab sie dem Publikum mit. Man müsse sich als freie Journalistin breit aufstellen, viele Projekte gleichzeitig machen und zwischen Geld, Herzblut und Zeit gekonnt abwägen.

Obwohl die drei Frauen ihren Fokus auf unterschiedliche Thematiken legten, waren sie sich in einer Sache alle einig: Egal, wie klein der Betrag ist, den man investieren oder zur Seite legen kann, man kann nie früh genug mit der Vorsorge



Die Homepage
österreichischer Aktien



<https://boersenradio.at>

23. Journalistinnenkongress (6): Kein Geld für die Frauen – Gender-Budgeting ist in Österreich nach wie vor Illusion

10.11.2021

Wien (OTS) - Eigentlich hat sich Österreich international hohe Ziele gesteckt. Gender-Gleichstellung quer durch Bund, Länder und Gemeinden. Viele Länder, so betont abz-Austria Vorstand Manuela Vollmann, würden sogar bewundernd nach Österreich schauen. Doch dass es in Wirklichkeit ganz anders ist, davon handelt die Breakout-Session „Geld.Macht.Politik – Was Gender-Budgeting bringt“ beim Österreichischen Journalistinnenkongress 2021 im Haus der Industrie. So meint Martina Madner, Journalistin bei der Wiener Zeitung: „Es ist viel weniger eine in Zahlen gegossene Politik als gedacht.“
Zwtl.: „Die Männer kriegen das Geld, die Frauen machen die Arbeit“











In Österreich steht die Gleichstellung zwar im Bundeshaushaltsgesetz, in der Realität sind aber diese Weisung und das Budget nicht aneinander gebunden. Soll heißen, es gibt keine Konsequenzen und wie erst kürzlich bei der Steuerreform profitieren zwei Drittel Männer und nur ein Drittel Frauen von den Geldern. Auch der „Familienbonus“ geht weitgehend an gutverdienende Männer, da der Betrag an die Höhe der Steuern gebunden sei. „Die Männer kriegen das Geld, die Frauen machen die Arbeit“, so Elisabeth Klatzer vom Imag Gender Budgeting. Es sei ein „Väterbonus“.

Des Weiteren würde laut Klatzer der Begriff Gender-Budgeting in Österreich „missbraucht“ werden. Viel zu oft versteht die Bevölkerung darunter eine Frauenquote oder Chancengleichheit. Dabei ginge es nur darum, wie das Budget verwendet wird. So hätte Österreich beispielsweise eine der EU-weit höchsten Coronaförderungen, laut Mader hätten Studien aber gezeigt, dass beispielsweise von der Kurzarbeit mehr Männer profitiert haben.

Doch selbst eine genauere Betrachtung des Budgets lässt nur wenig erkennen, da das System so undurchsichtig sei. So sind auch laut Klatzer die Wirkungsziele der verschiedenen Bundesressorts in punkto Gleichstellung sehr schwammig formuliert. Beispielsweise hätte die Landwirtschaft zwar ein riesiges Budget, aber das sehr oberflächliche Gleichstellungsziel, dass gleich viele weibliche wie männliche

SchülerInnen land- und forstwirtschaftliche Schulen besuchen.
 Was wieder eine Quoten- und keine Budgetfrage ist.
 Zwtl.: Transparenz bei der Budgetierung gefordert
 Diese prekäre Lage gilt nicht nur für Österreich, sondern auch für die EU selber. Die in Folge der Corona-Pandemie gegründete Aufbau- und Resilienzfazilität, aus deren Fonds Österreich bis zu 3,46 Milliarden Euro erhalten soll, bietet auch keine transparente Übersicht in der Budgetierung.
 Kommissionspräsidentin Ursula van der Leyen habe zwar angekündigt, nachträglich überprüfen zu wollen, wie das Geld ausgegeben wird. Aber, so Vollmann, welchen Effekt habe das, wenn das Geld bis dahin schon ausgegeben ist?
 Eine Lösung sei laut Klatzer ein Gleichstellungsbeirat, der ein bis zwei Mal im Jahr unabhängige Berichte und Zahlen liefert. Vollmann wünscht sich, dass bei zukünftigen Investitionen in neuen Arbeitsbereichen stets darauf geachtet wird, dass es auch Jobs für Frauen gibt. Mader betont, dass Journalistinnen immer wieder Druck machen müssen, um zu erfahren, wofür die Gelder verwendet werden. „Man darf kein Geld ausgeben, ohne zu fragen, wie viel der Gleichstellung zugutekommt.“
 Susanne Gottlieb, YoungStar

[BSN](#)[ngine \(/bsngine\)](#)

 <u>Mov</u> <u>ng</u> <u>Averages</u> <u>(/bsngine/movings/atx)</u>	 <u>Matri</u> <u>x</u> <u>(/bsngine/matrix/atx)</u>	 <u>Star/</u> <u>Ruts</u> <u>ch der</u> <u>Stunde</u> <u>(/bsngine/stunde/atx)</u>	 <u>Top/Flop</u> <u>Diashows</u> <u>(/bsngine/topflop/atx)</u>
 <u>Ums</u> <u>atz</u> <u>(/bsngine/money/atx)</u>	 <u>„n“</u> <u>Tage</u> <u>Top/Flop</u> <u>(/bsngine/best_worst_days_matr_ix/atx)</u>	 <u>Tage</u> <u>ssieg</u> <u>er/</u> <u>verlierer</u> <u>(/bsngine/winner_losers/atx)</u>	 <u>Märk</u> <u>te/</u> <u>Indikatione</u> <u>n</u> <u>(/bsngine/indication/atx)</u>
 <u>BS-</u> <u>Hitpa</u> <u>rade</u> <u>(/bsngine/performance/atx)</u>			 <u>Repo</u> <u>rting</u> <u>Days</u> <u>(/bsngine/reportingdays/atx)</u>

Aktien auf dem Radar:[Fabasoft](#)

[\(/radar/10.11.2021\)](#)

Random Partner ([/partner](#))



**BNP PARIBAS
ZERTIFIKATE**

NEUE LIVE-SENDUNG

Calling USA

Jeden Donnerstag live
um 18 Uhr Aktien-News
direkt aus dem Silicon Valley.
www.callingusa.de




23. Journalistinnenkongress (1): It's the Economy, Ladies!

10.11.2021 | 14:01

Bild: © OTS Wirtschaft

Quelle: OTS Wirtschaft

Wien (OTS) - Nach einem pandemiebedingten Online-Jahr kehrte der Journalistinnenkongress 2021 wieder in das Wiener Haus der Industrie zurück. Diesmal lautete das Motto: „It´s the Economy, Ladies (Ohne Göld ka Musi)“. Es dreht sich also alles um (Medien-)Frauen, die Wirtschaft und das Geld.

Eröffnende Worte und motivierende Appelle

Den Auftakt machte Maria Rauch-Kallat, ehemalige Frauenministerin (ÖVP) und Initiatorin des Journalistinnenkongresses, mit einer Eröffnungsrede. Sie sprach darin von Finanzen als Tabuthema unter Frauen. In weiterer Folge appellierte sie an die anwesenden Medienfrauen, sich im Job nicht zu bescheiden zu geben und bei Gehaltsverhandlungen nicht zurückzustecken. Vor allem an die anwesenden jungen Journalistinnen gerichtet sagte sie: „Merkt euch, Karriere kann man planen. Das können wir uns von den Männern abschauen.“

In seiner virtuellen Grußbotschaft bestätigt Georg Knill, Präsident der Industriellenvereinigung, Parallelen zwischen dem Industrie-Sektor, der Politik und dem, was auch in Österreichs Redaktionen zu beobachten ist: „Immer noch sind zu wenige Frauen in politischen Spitzenpositionen, in Chefetagen der Medienhäuser und der Industrie angesiedelt.“



Frauenministerin Susanne Raab schloss die Eröffnungsrunde mit einem Statement ab. Darin hob sie einerseits hervor, wie viel sich in den letzten Jahren in Bezug auf Frauen zum Positiven gewandelt hat. Andererseits kritisierte sie aber auch das langsame Voranschreiten der Entwicklungen.

Wer schafft an, wer zahlt?

Mit der Frage „Wirtschaft und Medien(frauen) – Eine schwierige Beziehung? Wer schafft an, wer zahlt?“ eröffnete Kathrin Werner die erste Keynote des Tages. Die Redaktionsleiterin von Plan W, dem Frauen-Wirtschaftsmagazin der Süddeutschen Zeitung, bezeichnet sich gleichzeitig auch als „Frauenbeauftragte der SZ“. In ihrem Vortrag diskutierte sie die Frage, warum Frauen ihr eigenes Wirtschaftsmagazin brauchen: „Oft sieht man in Wirtschaftsmagazinen mehr Frauen in den Werbeanzeigen als in den Texten.“ Ist in einem Text dann einmal eine Frau als Protagonistin vertreten, würden ihr häufig viel „weichere“ Fragen gestellt als Männern. Zudem komme kaum ein Text mit weiblicher Hauptperson ohne Anmerkungen bezüglich des Äußerlichen aus. Schwierig sei jedoch die Finanzierung eines Frauen-Wirtschaftsmagazins wie Plan W: Anzeigekundschaft gebe es kaum.

Auch bei Horst Pirker, Chef der VGN Medien-Holding, ging es um Geld. In seiner Keynote sprach er von einer Qualitätsspirale:

Journalistische Qualität benötige Geld. Nimmt die Qualität ab, nehmen auch die Einnahmen ab. Seien die Einnahmen aber zu gering, könne auch ein gewisser Qualitätsstandard nicht mehr gehalten werden. Wer zahlt, hat in seinen Augen aber trotzdem nur in Ausnahmefällen das Zepter in der Hand: „Wer zahlt, schafft Gott sei Dank nur ausnahmsweise an. Wer zahlt, übt aber Einfluss aus. Und wer nicht zahlt, übt auch Einfluss aus.“

Wenn der Feminismus zum Werbemittel wird

Der dritte Programmpunkt des Tages stand unter dem Motto des 2021 erschienenen Buches von Beate Hausbichler mit dem Titel „Der verkaufte Feminismus“. Hausbichler ist Redakteurin bei Der Standard und Autorin. In dem Gespräch mit Barbara Haas (Chefin von Podcast und Video bei der Kleinen Zeitung) erläuterte sie, wie aus der politischen Bewegung Feminismus ein Label wurde, das sich der Konsumkapitalismus zunutze gemacht hat. Feminismus werde von vielen Firmen als Werbemittel benutzt: Ein Produkt oder ein ganzes Unternehmen verkauft sich als feministisch. Kampagnen werden feministisch geframet, Empowerment wird in den Vordergrund gestellt. Was sich dahinter aber verbirgt, ist die Hoffnung auf Profit.

Sophie Aster, YoungStar

Weitere Bilder in der [APA-Fotoservice-Galerie]
(<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/27311>)

Diese Artikel könnten Sie interessieren!

British Airways startet Entwicklungsprogramm für Führungskräfte mit dem Stärken-Spezialisten Cappfinity

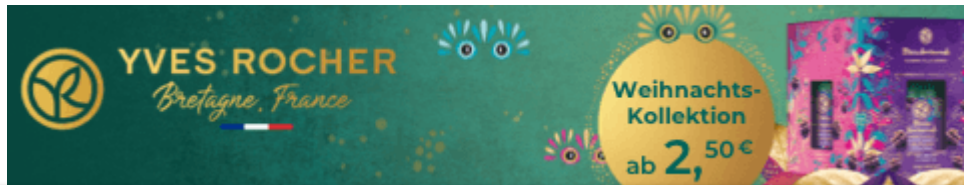
Schweizer FinTech Amnis expandiert als Zahlungsinstitut nach Europa

Unchain My World: Launch neuer Luxusmarke SABOTEUR (FOTO)

GESAMT-ROUNDUP: Nord Stream 2 - weitere Hürde auf dem Weg zum Gastransport

Negativzinsen unzulässig - Verbraucherschützer begrüßen Urteil





TOP NEWS

Home > Wirtschaft >



WIRTSCHAFT

23. Journalistinnenkongress (6): Kein Geld für die Frauen – Gender-Budgeting ist in Österreich nach wie vor Illusion

von 10. November 2021 17:35  7

Auch die Verankerung im Bundeshaushaltsgesetz garantiert österreichischen Journalistinnen nicht die Hälfte des finanziellen Kuchens.

Wien (OTS) – Eigentlich hat sich Österreich international hohe Ziele gesteckt. Gender-Gleichstellung quer durch Bund, Länder und Gemeinden. Viele Länder, so betont ab-Austria Vorstand Manuela Vollmann, würden sogar bewundernd nach Österreich schauen. Doch dass es in Wirklichkeit ganz anders ist, davon handelt die Breakout-Session „Geld.Macht.Politik – Was Gender-Budgeting bringt“ beim Österreichischen Journalistinnenkongress 2021 im Haus



^

In Österreich steht die Gleichstellung zwar im Bundeshaushaltsgesetz, in der Realität sind aber diese Weisung und das Budget nicht aneinander gebunden. Soll heißen, es gibt keine Konsequenzen und wie erst kürzlich bei der Steuerreform profitieren zwei Drittel Männer und nur ein Drittel Frauen von den Geldern. Auch der „Familienbonus“ gehe weitgehend an gutverdienende Männer, da der Betrag an die Höhe der Steuern gebunden sei. „Die Männer kriegen das Geld, die Frauen machen die Arbeit“, so Elisabeth Klatzer vom Imag Gender Budgeting. Es sei ein „Väterbonus“.

Des Weiteren würde laut Klatzer der Begriff Gender-Budgeting in Österreich „missbraucht“ werden. Viel zu oft versteht die Bevölkerung darunter eine Frauenquote oder Chancengleichheit. Dabei ginge es nur darum, wie das Budget verwendet wird. So hätte Österreich beispielsweise eine der EU-weit höchsten Coronaförderungen, laut Mader hätten Studien aber gezeigt, dass beispielsweise von der Kurzarbeit mehr Männer profitiert haben.

Doch selbst eine genauere Betrachtung des Budgets lässt nur wenig erkennen, da das System so undurchsichtig sei. So sind auch laut Klatzer die Wirkungsziele der verschiedenen Bundesressorts in punkto Gleichstellung sehr schwammig formuliert. Beispielsweise hätte die Landwirtschaft zwar ein riesiges Budget, aber das sehr oberflächliche Gleichstellungsziel, dass gleich viele weibliche wie männliche SchülerInnen land- und forstwirtschaftliche Schulen besuchen. Was wieder eine Quoten- und keine Budgetfrage ist.

Transparenz bei der Budgetierung gefordert

Diese prekäre Lage gilt nicht nur für Österreich, sondern auch für die EU selber. Die in Folge der Corona-Pandemie gegründete Aufbau- und Resilienzfazilität, aus deren Fonds Österreich bis zu 3,46 Milliarden Euro erhalten soll, bietet auch keine transparente Übersicht in der Budgetierung. Kommissionspräsidentin Ursula van der Leyen habe zwar angekündigt, nachträglich überprüfen zu wollen, wie das Geld ausgegeben wird. Aber, so Vollmann, welchen Effekt habe das, wenn das Geld bis dahin schon ausgegeben ist?

Eine Lösung sei laut Klatzer ein Gleichstellungsbeirat, der ein bis zwei Mal im Jahr unabhängige Berichte und Zahlen liefert. Vollmann wünscht sich, dass bei zukünftigen Investitionen in neuen Arbeitsbereichen stets darauf geachtet wird, dass es auch Jobs für

Frauen gibt. Mader betont, dass Journalistinnen immer wieder Druck machen müssen, um zu erfahren, wofür die Gelder verwendet werden. „Man darf kein Geld ausgeben, ohne zu fragen, wie viel der Gleichstellung zugutekommt.“

OK Datenschutzerklärung

Susanne Gottlieb, YoungStar

Submit Your Press Release

Do you have news to share? Reach millions now. Flexible pricing. Pay as you go. EIN Presswire

↑ Lisa Oberndorfer, die mit Smart Casuals ihren eigenen Newsletter betreibt, hat in ihrem Vortrag primär über Finanzierungsmodelle für neue Medienprojekte gesprochen. Es sei eine gute Zeit für kleine Teams, eigene Sachen zu machen. „Was wir sehen, ist, dass der digitale Medienmarkt viel fragmentierter ist“, so Oberndorfer. „In meinem letzten Angestelltenverhältnis habe ich gemerkt: Es interessiert sich niemand von den Medienmachern für die Zielgruppe Frauen.“ Kleinere Medien haben insbesondere den Vorteil, dass sie mehr Inhalt bringen können und sich ihr Publikum stärker mit ihnen identifiziert. Deshalb seien publikumsfinanzierte Inhalte zunehmend machbarer und es könne von dem Beginn der Creator Economy gesprochen werden.

Bei solchen Modellen gibt es die Möglichkeit sich über Mitgliedschaften, Services (z. B. eigene Mitgliederbereiche), E-Commerce (also die eigene Medienmarke nutzen, um Produkte zu verkaufen) zu finanzieren. Auch individuelle Finanzierungsmöglichkeiten auszuarbeiten geht. Dabei gilt das Motto „Think like a product“. Für wen ist das, was ich tue, relevant, und wie erreiche ich diese Zielgruppe?

Vom Mut, auf sich selbst zu setzen

Jelena Pantić-Panić hat mit media.geil ein Mentoring Business für junge Journalist:innen gegründet. Für die Gründung eines eigenen Projekts sollte vorab vor allem die Zielgruppe überlegt und klar definiert sein. Ihr eigenes Projekt richtet sich primär an junge Journalist:innen unter 30. Auch das Finden einer Nische ist ihre Stärke, etwas, das es noch nicht gibt, aber dringend braucht, ist immer eine gute Möglichkeit, zu gründen. Zu ihrem eigenen Projekt und dem anfänglichen Gegenwind aus ihrem Umfeld sagt sie: „Ich wusste, dass da noch was ist. Die anderen haben das nicht gewusst.“ Wichtig ist dabei immer, den Mut zu haben, zu sich selbst zu stehen. Die Angst vor dem Scheitern ist beim Gründen neuer Medienprojekte vor allem ein Hindernis. Jelena Pantić-Panić meint dazu: „Auch wenn ich scheitere, habe ich meine Skills und lerne daraus!“ Am Anfang steht eine Idee, niemand muss alles können und alles weitere ergibt sich.

Journalistinnen haben bereits das Rüstzeug zur Gründerin

Auch Nina Wöss, die Co-Gründerin von Female Founders, schwört auf das Irgendwo-Anfangen. „Mit spannenden Ideen und guter Umsetzung ist es möglich, ein Business

aufzubauen und Geld aufzustellen“, sagt sie. Dabei muss klar sein, was das Kernprodukt ist. Diese Website benutzt Cookies. Wenn du diese Website weiter nutzt, gehen wir von deinem Einverständnis aus.

mit dem auf das Kernproblem geantwortet wird, Journalistinnen bringen dafür von

Berufswegen alles mit. Sowohl Gründerinnen als auch Journalistinnen brauchen zuallererst

Das Füllhorn der Möglichkeiten, um das eigene Geschäft zu betreiben, ist in der Welt der Creator Economy



Home > Wirtschaft >



WIRTSCHAFT

23. Journalistinnenkongress (1): It's the Economy, Ladies!

von 10. November 2021 14:01  9

Wien (OTS) – Nach einem pandemiebedingten Online-Jahr kehrte der Journalistinnenkongress 2021 wieder in das Wiener Haus der Industrie zurück. Diesmal lautete das Motto: „It's the Economy, Ladies (Ohne Göld ka Musi)“. Es dreht sich also alles um (Medien-)Frauen, die Wirtschaft und das Geld.

Eröffnende Worte und motivierende Appelle

Den Auftakt machte Maria Rauch-Kallat, ehemalige Frauenministerin (ÖVP) und Initiatorin des Journalistinnenkongresses mit einer Eröffnungsrede. Sie sprach darin von Finanzen als Thema unter Frauen. In weiterer Folge appellierte sie an die anwesenden Medienfrauen,



Lern dich einen Klick weiter

Beste Jobchancen mit der Ausbildung zum/zur Softwareentwickler/in
informieren! WIFI Wien

Industriellenvereinigung, Parallelen zwischen dem Industrie-Sektor, der Politik und dem, was auch in Österreichs Redaktionen zu beobachten ist: „Immer noch sind zu wenige Frauen in politischen Spitzenpositionen, in Chefetagen der Medienhäuser und der Industrie angesiedelt.“

Frauenministerin Susanne Raab schloss die Eröffnungsrunde mit einem Statement ab. Darin hob sie einerseits hervor, wie viel sich in den letzten Jahren in Bezug auf Frauen zum Positiven gewandelt hat. Andererseits kritisierte sie aber auch das langsame Voranschreiten der Entwicklungen.

Wer schafft an, wer zahlt?

Mit der Frage „Wirtschaft und Medien(frauen) – Eine schwierige Beziehung? Wer schafft an, wer zahlt?“ eröffnete Kathrin Werner die erste Keynote des Tages. Die Redaktionsleiterin von Plan W, dem Frauen-Wirtschaftsmagazin der Süddeutschen Zeitung, bezeichnet sich gleichzeitig auch als „Frauenbeauftragte der SZ“. In ihrem Vortrag diskutierte sie die Frage, warum Frauen ihr eigenes Wirtschaftsmagazin brauchen: „Oft sieht man in Wirtschaftsmagazinen mehr Frauen in den Werbeanzeigen als in den Texten.“ Ist in einem Text dann einmal eine Frau als Protagonistin vertreten, würden ihr häufig viel „weichere“ Fragen gestellt als Männern. Zudem komme kaum ein Text mit weiblicher Hauptperson ohne Anmerkungen bezüglich des Äußerlichen aus. Schwierig sei jedoch die Finanzierung eines Frauen-Wirtschaftsmagazins wie Plan W: Anzeigekundschaft gebe es kaum.

Auch bei Horst Pirker, Chef der VGN Medien-Holding, ging es um Geld. In seiner Keynote sprach er von einer Qualitätsspirale:

Journalistische Qualität benötige Geld. Nimmt die Qualität ab, nehmen auch die Einnahmen ab. Seien die Einnahmen aber zu gering, könne auch ein gewisser Qualitätsstandard nicht mehr gehalten werden. Wer zahlt, hat in seinen Augen aber trotzdem nur in Ausnahmefällen das Zepter in der Hand: „Wer zahlt, schafft Gott sei Dank nur ausnahmsweise an. Wer zahlt, übt aber Einfluss aus. Und wer nicht zahlt, übt auch Einfluss aus.“

Wenn der Feminismus zum Werbemittel wird

Der dritte Programmpunkt des Tages stand unter dem Motto des 2021 erschienenen Buches von Beate Hausbichler mit dem Titel „Der verkaufte Feminismus“. Hausbichler ist Redakteurin bei Der Standard und Autorin. In dem Gespräch mit Barbara Haas (Chefin von Podcast und Video bei der Kleinen Zeitung) erläuterte sie, wie aus der politischen Bewegung Feminismus ein Label wurde, das sich der Konsumkapitalismus zunutze gemacht hat. Feminismus werde

Lern dich einen Klick weiter

**Beste Jobchancen mit der Ausbildung zum/zur Software
informieren! WIFI Wien**



Home > Wirtschaft >



WIRTSCHAFT

23. Journalistinnenkongress (7): Storytelling abseits klassischer Formate

von 10. November 2021 17:45 6

Wien (OTS) – Journalismus passiert nur in Radio, Print oder TV? Diese Zeiten sind vorbei! Das Internet und insbesondere soziale Medien haben viele neue Formate geschaffen. Über deren Chancen und Probleme diskutierten Beatrice Frasl (Podcast „Große Töchter“), Alena Wacenovsky („die_chefredaktion“) und Katharina Brunner („Hashtag Media“) beim 23. Journalistinnenkongress im Workshop „Storytelling Digital“.

Social Media als Nachrichtenquelle

Der klassische Journalismus erreicht die junge Zielgruppe kaum. Die konsumiert ihre Nachrichten stattdessen hauptsächlich über die sozialen Medien. „Alle jungen Leute sind auf Instagram“, stellte Alena Wacenovsky fest. Mit dem Account „die_chefredaktion“ wolle man diese als eine Plattform schaffen, auf der Menschen ab 14 Jahren wieder schneller Informationen konsumieren können. Ein ähnliches Ziel verfolgt auch der TikTok-Account „FAQorona“. Dort klärt Hashtag-Media in Kooperation mit der Stadt Wien über die

OK Datenschutzerklärung

Coronaimpfung auf. Durch das Zusammenspiel von „Wissenschaftskommunikation mit TikTok-Atmosphäre“ möchte man die junge Zielgruppe auf der Plattform zur Impfung bewegen.

Podcasts als Gegenpol zu Social Media

Ein einfacher Zugang ist auch Beatrice Frasl bei ihrem Podcast „Große Töchter“ ein Anliegen. „Ich wollte etwas machen, was niederschwellig ist, feministisch und Menschen in ihren verschiedenen Lebensrealitäten abbildet“, erzählte sie. Einen Unterschied zu Social Media sehe sie darin, dass zum Beispiel Instagram ein sehr schnelllebiges Medium sei: „Ich finde, Podcasts geben Menschen Zeit, Gedanken zu formulieren.“

Finanzierung und Algorithmen als Hürden

Dass vor allem Algorithmen und die Finanzierung bei digitalen Formaten Herausforderungen darstellen, sprachen alle drei Frauen an. Auf den sozialen Medien müsse man die Inhalte an die Regeln der jeweiligen Plattform anpassen, um viele Menschen erreichen zu können. Schreibe man zum Beispiel zu viel über das Thema Feminismus, werde das Posting automatisch weniger Menschen angezeigt. Auch das Finanzieren digitaler Formate sei oft schwierig. Beatrice Frasl erzählte zum Beispiel, dass sie „Große Töchter“ zwei Jahre lang als Herzensprojekt produziert hatte, ohne einen Cent zu verdienen. Inzwischen habe sie jedoch einige Hörer:innen, die ihren Podcast über die Crowdfunding-Plattform „Steady“ finanziell unterstützen.

Cora Krüger, YoungStar

Journalistinnenkongress

Dr.a Ulrike Schöflinger

Presse, SM, YS & Medienpartner Management

+43 664 454 77 74

presse@journalistinnenkongress.at

<http://www.journalistinnenkongress.at/>

fb: [facebook.com/journalistinnenkongress](https://www.facebook.com/journalistinnenkongress)

tw: @joko_at

insta: JoKo_at

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS. www.ots.at

© Copyright APA-OTS Originaltext-Service GmbH und der jeweilige Aussender

Gefällt mir:

Diese Website benutzt Cookies. Wenn du die Website weiter nutzt, gehen wir von deinem Einverständnis aus.

Gefällt mir

Gib das erste „Gefällt mir“ ab.

OK

[Datenschutzerklärung](#)

[Home](#) > [Allgemein](#) >

ALLGEMEIN

23. Journalistinnenkongress (2): Weckruf für die Politik

By [Brandaktuell](#) On 10. November 2021

Wien (OTS) – Im Großen Festsaal des Hauses der Industrie wird ein Zeichen gesetzt. Sechs bedeutende Medienfrauen versammeln sich im Rahmen des 23. Journalistinnenkongresses, um ihre Forderungen nach Gleichstellungskriterien in der Medienförderung auszusprechen. Maria Rauch-Kallat (Initiatorin des Österreichischen Journalistinnenkongresses), Elisabeth Pechmann (Initiatorin der Forderungen), Daniela Kraus (Geschäftsführerin des Presseclubs Concordia), Martina Madner (Vorsitzende des Frauennetzwerks), Heidi Vitéz (Vorstandsmitglied des Oberösterreichischen Presseclubs) und Romy Seidl (Gründungspräsidentin der Salzburger Medienfrauen) sind sich einig: Die Gleichstellung muss ein Vergabekriterium der Medienförderung werden.

Österreichs Medienfrauen fordern am Journalistinnenkongress 2021, die Gleichstellung in der Medienförderung zu verankern. Das soll anhand von Kriterien erfolgen, die die „Repräsentanz der Geschlechter in der Medienlandschaft gemäß dem Anteil an der Bevölkerung“ sicherstellen, so die offizielle Forderung. Darauf legt Martina Madner (Frauennetzwerk) besonders wert. Sie betont, dass die österreichische Bevölkerung zu 51 Prozent aus Frauen besteht und demnach „51 Prozent aller Posten bis hinauf in die Führungsebenen“ von Frauen belegt werden sollen.

[Privacy & Cookies Policy](#)

„Es kann nur mit ökonomischem Druck funktionieren“, zitiert Romy Seidl (Salzburger Medienfrauen) die Journalismus-Ikone Brigitte. Daniela Kraus stimmt überein und erklärt die derzeitige Medienförderung für nicht zeitgemäß. Aus diesem Grund soll die neue Medienförderung Förderungswerber*innen dazu verpflichten, konkrete Zielwerte für die Besetzung redaktioneller und kaufmännischer Führungspositionen festzulegen sowie Gleichstellungspläne für ihre Organisation zu erstellen. Des Weiteren fordert die Initiatorin Elisabeth Pechmann Chancengleichheit in den Bereichen Recruiting, Aus- und Weiterbildung. Zudem sollen künftig redaktionelle Richtlinien thematisch wie inhaltlich gender-kompetente Arbeit garantieren. Als Untermauerung bieten die Medienfrauen ihre Unterstützung und Mitarbeit in den Entscheidungsgremien an.

Heidi Vitéz (Medienfrauen OÖ) thematisiert das 2018 entwickelte Strategieprogramm „Frauen.Leben 2030“ und lädt Medienfrauen, dazu ein, das [Logo „communication plurality commitment“] (<https://www.comdotcom.eu/>) zu verwenden. Mit seiner Verwendung verpflichtet man sich dazu, sich für mediale Gleichstellung einzusetzen.

Um 11:51 Uhr, nachdem jede der sechs Medienfrauen erläutert hat, warum sie die Politik dazu auffordert, Gleichstellung in der Medienförderung zu verankern, bittet Elisabeth Pechmann die Zuhörerinnen aufzustehen, ihre Handys emporzuhalten und einen beliebigen Weckton abzuspielen. Das soll der „Weckruf für die Politik“ sein. Damit setzen Österreichs Medienfrauen ein Zeichen. „Wachsam sein“ ist die Devise. Denn „wir dürfen nicht davon ausgehen, dass das Erreichte immer bestehen bleibt“, appelliert Maria Rauch-Kallat.

Pia Dolesch, YoungStar

[Weitere Bilder in der APA-Fotoservice-Galerie]
(<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/27311/>)

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS. www.ots.at
(C) Copyright APA-OTS Originaltext-Service GmbH und der jeweilige Aussender. Journalistinnenkongress



Gesellschaft

Kaiser

Kärnten

Karriere

Medien

Pendl

SPÖ

Trauer



Home > Karriere >



KARRIERE

23. Journalistinnenkongress (7): Storytelling abseits klassischer Formate

By Brandaktuell On 10. November 2021

Wien (OTS) – Journalismus passiert nur in Radio, Print oder TV? Diese Zeiten sind vorbei! Das Internet und insbesondere soziale Medien haben viele neue Formate geschaffen. Über deren Chancen und Probleme diskutierten Beatrice Frasl (Podcast „Große Töchter“), Alena Wacenovskyy („die_chefredaktion“) und Katharina Brunner („Hashtag Media“) beim 23. Journalistinnenkongress im Workshop „Storytelling Digital“.

Social Media als Nachrichtenquelle

Der klassische Journalismus erreicht die junge Zielgruppe kaum. Die konsumiert ihre Nachrichten stattdessen hauptsächlich über die sozialen Medien. „Alle jungen Leute sind auf Instagram“, stellte Alena Wacenovskyy fest. Mit dem Account „die_chefredaktion“ wolle man deshalb eine Plattform schaffen, auf der Menschen ab 14 Jahren niederschwellig Informationen konsumieren können. Ein ähnliches Ziel verfolgt auch der TikTok-Account „FAQ prima“. Dort klärt



Podcasts als Gegenpol zu Social Media

Ein einfacher Zugang ist auch Beatrice Frasl bei ihrem Podcast „Große Töchter“ ein Anliegen. „Ich wollte etwas machen, was niederschwellig ist, feministisch und Menschen in ihren verschiedenen Lebensrealitäten abbildet“, erzählte sie. Einen Unterschied zu Social Media sehe sie darin, dass zum Beispiel Instagram ein sehr schnelllebiges Medium sei: „Ich finde, Podcasts geben Menschen Zeit, Gedanken zu formulieren.“

Finanzierung und Algorithmen als Hürden

Dass vor allem Algorithmen und die Finanzierung bei digitalen Formaten Herausforderungen darstellen, sprachen alle drei Frauen an. Auf den sozialen Medien müsse man die Inhalte an die Regeln der jeweiligen Plattform anpassen, um viele Menschen erreichen zu können. Schreibe man zum Beispiel zu viel über das Thema Feminismus, werde das Posting automatisch weniger Menschen angezeigt. Auch das Finanzieren digitaler Formate sei oft schwierig. Beatrice Frasl erzählte zum Beispiel, dass sie „Große Töchter“ zwei Jahre lang als Herzensprojekt produziert hatte, ohne einen Cent zu verdienen. Inzwischen habe sie jedoch einige Hörer:innen, die ihren Podcast über die Crowdfunding-Plattform „Steady“ finanziell unterstützen.

Cora Krüger, YoungStar

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS. www.ots.at
(C) Copyright APA-OTS Originaltext-Service GmbH und der jeweilige Aussender. Journalistinnenkongress

[Gesellschaft](#)[Lifestyle](#)[Medien](#)[Online-Medien](#)[Wirtschaft und Finanzen](#)

[Home](#) > [Karriere](#) >

KARRIERE

23. Journalistinnenkongress (1): It's the Economy, Ladies!

By Brandaktuell On 10. November 2021

Wien (OTS) – Nach einem pandemiebedingten Online-Jahr kehrte der Journalistinnenkongress 2021 wieder in das Wiener Haus der Industrie zurück. Diesmal lautete das Motto: „It's the Economy, Ladies (Ohne Göld ka Musi)“. Es dreht sich also alles um (Medien-)Frauen, die Wirtschaft und das Geld.

Eröffnende Worte und motivierende Appelle

Den Auftakt machte Maria Rauch-Kallat, ehemalige Frauenministerin (ÖVP) und Initiatorin des Journalistinnenkongresses mit einer Eröffnungsrede. Sie sprach darin von Finanzen als Tabuthema unter Frauen. In weiterer Folge appellierte sie an die anwesenden Medienfrauen, sich im Job nicht zu bescheiden zu geben und bei Gehaltsverhandlungen nicht zurückzustecken. Vor allem an die anwesenden jungen Journalistinnen gerichtet sagte sie: „Merkt euch, Karriere kann man planen. Das können wir uns von den Männern abschauen.“

In seiner virtuellen Grußbotschaft bestätigt Georg Knill, Präsident der Industriellenvereinigung, Parallelen zwischen dem Industrie-Sektor, der Politik und dem, was auch in Österreichs Redaktionen zu beobachten ist: „Immer noch sind zu wenige Frauen in politischen Spitzenpositionen, in Chefetagen der Medienhäuser und der Industrie angesiedelt.“

[Privacy & Cookies Policy](#)

Frauenministerin Susanne Raab schloss die Eröffnungsrunde mit einem Statement ab. Darin hob sie einerseits hervor, wie viel sich in den letzten Jahren in Bezug auf Frauen zum Positiven gewandelt hat. Andererseits kritisierte sie aber auch das langsame Voranschreiten der Entwicklungen.

Wer schafft an, wer zahlt?

Mit der Frage „Wirtschaft und Medien(frauen) – Eine schwierige Beziehung? Wer schafft an, wer zahlt?“ eröffnete Kathrin Werner die erste Keynote des Tages. Die Redaktionsleiterin von Plan W, dem Frauen-Wirtschaftsmagazin der Süddeutschen Zeitung, bezeichnet sich gleichzeitig auch als „Frauenbeauftragte der SZ“. In ihrem Vortrag diskutierte sie die Frage, warum Frauen ihr eigenes Wirtschaftsmagazin brauchen: „Oft sieht man in Wirtschaftsmagazinen mehr Frauen in den Werbeanzeigen als in den Texten.“ Ist in einem Text dann einmal eine Frau als Protagonistin vertreten, würden ihr häufig viel „weichere“ Fragen gestellt als Männern. Zudem komme kaum ein Text mit weiblicher Hauptperson ohne Anmerkungen bezüglich des Äußerlichen aus. Schwierig sei jedoch die Finanzierung eines Frauen-Wirtschaftsmagazins wie Plan W: Anzeigekundschaft gebe es kaum.

Auch bei Horst Pirker, Chef der VGN Medien-Holding, ging es um Geld. In seiner Keynote sprach er von einer Qualitätsspirale:

Journalistische Qualität benötige Geld. Nimmt die Qualität ab, nehmen auch die Einnahmen ab. Seien die Einnahmen aber zu gering, könne auch ein gewisser Qualitätsstandard nicht mehr gehalten werden. Wer zahlt, hat in seinen Augen aber trotzdem nur in Ausnahmefällen das Zepter in der Hand: „Wer zahlt, schafft Gott sei Dank nur ausnahmsweise an. Wer zahlt, übt aber Einfluss aus. Und wer nicht zahlt, übt auch Einfluss aus.“

Wenn der Feminismus zum Werbemittel wird

Der dritte Programmpunkt des Tages stand unter dem Motto des 2021 erschienenen Buches von Beate Hausbichler mit dem Titel „Der verkaufte Feminismus“. Hausbichler ist Redakteurin bei Der Standard und Autorin. In dem Gespräch mit Barbara Haas (Chefin von Podcast und Video bei der Kleinen Zeitung) erläuterte sie, wie aus der politischen Bewegung Feminismus ein Label wurde, das sich der Konsumkapitalismus zunutze gemacht hat. Feminismus werde von vielen Firmen als Werbemittel benutzt: Ein Produkt oder ein ganzes Unternehmen verkauft sich als feministisch. Kampagnen werden feministisch geframet, Empowerment wird in den Vordergrund gestellt. Was sich dahinter aber verbirgt, ist die Hoffnung auf Profit.

Sophie Aster, YoungStar

Weitere Bilder in der [APA-Fotoservice-Galerie]
(<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/27311>)

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS. www.ots.at
(C) Copyright APA-OTS Originaltext-Service GmbH und der jeweilige Aussender. Journalistinnenkongress



Privacy & Cookies Policy



Home > Medien >



MEDIEN

23. Journalistinnenkongress (5): Finanztipps für Frauen

By Brandaktuell On 10. November 2021

Wien (OTS) – Mit dem Thema Gesundheit müssen wir uns angesichts der Pandemie so intensiv wie nie zuvor befassen, doch wie sieht es eigentlich mit unserer finanziellen Gesundheit aus? Beim 23. Journalistinnenkongress sprachen Doris Bock, Margarete Kriz-Zwitkovits und Astrid Kuffner in einer Breakout-Session über „gesunde“ Finanzen und das wirtschaftliche Wohlbefinden von Frauen.

Wie schafft man es, dass die eigenen Finanzen „gesund“ sind? Was bedeutet Selbstständigkeit im Journalismus und wie sieht sinnvolle Altersvorsorge aus? Das alles wurde in der Break-Out-Session des Journalistinnenkongresses thematisiert. Rund zwanzig interessierte Frauen versammelten sich, um von den drei Expertinnen zu lernen.

Den Anfang des Vortrags übernahm Margarete Kriz-Zwitkovits (WKW). Gleich zu Beginn stellte sie klar: „Die Entlohnung von Frauen hinkt immer noch nach. Ich sehe gerade in der Selbstständigkeit eine Riesenchance, das gleichzustellen“. Kriz-Zwitkovits wies daher auf

[Privacy & Cookies Policy](#)



Doris Bock (db-Unternehmerberatung) gab Tipps für gelungene Investitionsstrategien und betonte, dass der Austausch mit anderen ein mächtiges Mittel sei. Man solle über Geld reden und das Thema nicht scheuen. So würden sich oft neue Ideen und Investitionsmöglichkeiten ergeben. „Ab 25 Euro im Monat bist du schon dabei“, so Bock.

Den Abschluss machte Astrid Kuffner (freie Journalistin). Sie selbst sei 2003 ins kalte Wasser gesprungen, nachdem sie ihr letztes Angestelltenverhältnis verlassen hatte. „Immer verhandeln – nie für lau arbeiten“, gab sie dem Publikum mit. Man müsse sich als freie Journalistin breit aufstellen, viele Projekte gleichzeitig machen und zwischen Geld, Herzblut und Zeit gekonnt abwägen.

Obwohl die drei Frauen ihren Fokus auf unterschiedliche Thematiken legten, waren sie sich in einer Sache alle einig: Egal, wie klein der Betrag ist, den man investieren oder zur Seite legen kann, man kann nie früh genug mit der Vorsorge anfangen.

Isabelle Grasser, YoungStar

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS. www.ots.at
(C) Copyright APA-OTS Originaltext-Service GmbH und der jeweilige Aussender. Journalistinnenkongress



Finanzen und Dienstleistungen

Gesellschaft

Karriere

Medien

Wirtschaft und Finanzen



Home > Allgemein >



young man traveler temples Asia with lighting of sunrise, travel and recreation concept

ALLGEMEIN

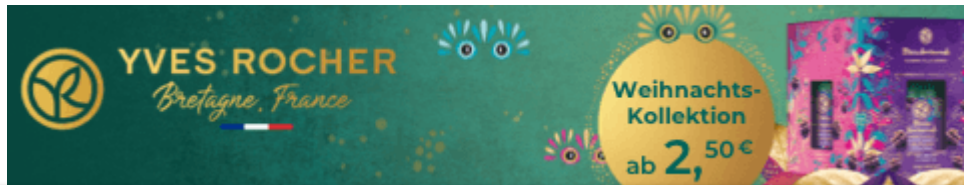
23. Journalistinnenkongress (5): Kein Geld für die Frauen – Gender-Budgeting ist in Österreich nach wie vor Illusion

By Brandaktuell On 10. November 2021

Wien (OTS) – Eigentlich hat sich Österreich international hohe Ziele gesteckt. Gender-Gleichstellung quer durch Bund, Länder und Gemeinden. Viele Länder, so betont abz-Austria Vorstand Manuela Vollmann, würden sogar bewundernd nach Österreich schauen. Doch dass es in Wirklichkeit ganz anders ist, davon handelt die Breakout-Session „Geld.Macht.Politik – Was Gender-Budgeting bringt“ beim Österreichischen Journalistinnenkongress 2021 im Haus der Industrie. So meint Martina Madner, Journalistin bei der Wiener Zeitung: „Es ist viel weniger eine in Zahlen gegossene Politik als gedacht.“

„Die Männer kriegen das Geld, die Frauen machen die Arbeit“

Privacy & Cookies Policy



gutverdienende Männer, da der Betrag an die Höhe der Steuern gebunden sei. „Die Männer kriegen das Geld, die Frauen machen die Arbeit“, so Elisabeth Klatzer vom Imag Gender Budgeting. Es sei ein „Väterbonus“.

Des Weiteren würde laut Klatzer der Begriff Gender-Budgeting in Österreich „missbraucht“ werden. Viel zu oft versteht die Bevölkerung darunter eine Frauenquote oder Chancengleichheit. Dabei ginge es nur darum, wie das Budget verwendet wird. So hätte Österreich beispielsweise eine der EU-weit höchsten Coronaförderungen, laut Mader hätten Studien aber gezeigt, dass beispielsweise von der Kurzarbeit mehr Männer profitiert haben.

Doch selbst eine genauere Betrachtung des Budgets lässt nur wenig erkennen, da das System so undurchsichtig sei. So sind auch laut Klatzer die Wirkungsziele der verschiedenen Bundesressorts in punkto Gleichstellung sehr schwammig formuliert. Beispielsweise hätte die Landwirtschaft zwar ein riesiges Budget, aber das sehr oberflächliche Gleichstellungsziel, dass gleich viele weibliche wie männliche SchülerInnen land- und forstwirtschaftliche Schulen besuchen. Was wieder eine Quoten- und keine Budgetfrage ist.

Transparenz bei der Budgetierung gefordert

Diese prekäre Lage gilt nicht nur für Österreich, sondern auch für die EU selber. Die in Folge der Corona-Pandemie gegründete Aufbau- und Resilienzfazilität, aus deren Fonds Österreich bis zu 3,46 Milliarden Euro erhalten soll, bietet auch keine transparente Übersicht in der Budgetierung. Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen habe zwar angekündigt, nachträglich überprüfen zu wollen, wie das Geld ausgegeben wird. Aber, so Vollmann, welchen Effekt habe das, wenn das Geld bis dahin schon ausgegeben ist?

Eine Lösung sei laut Klatzer ein Gleichstellungsbeirat, der ein bis zwei Mal im Jahr unabhängige Berichte und Zahlen liefert. Vollmann wünscht sich, dass bei zukünftigen Investitionen in neuen Arbeitsbereichen stets darauf geachtet wird, dass es auch Jobs für Frauen gibt. Mader betont, dass Journalistinnen immer wieder Druck machen müssen, um zu erfahren, wofür die Gelder verwendet werden. „Man darf kein Geld ausgeben, ohne zu fragen, wie viel der Gleichstellung zugutekommt.“

Susanne Gottlieb, YoungStar

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS. www.ots.at
(C) Copyright APA-OTS Originaltext-Service GmbH und der jeweilige Aussender. Journalistinnenkongress



JO urnalistinnen
KO ngress
2021

Presse vor dem Kongress



Medienlößinnen

medianetAusgabe 2264/2021 | Seite 19 | 27. August 2021
 Auflage: 55.000 | Reichweite: 159.500

Österreichischer Journalistinnenkongress

A PRODUCT OF APA-DEFACTO
CLIPPING SERVICE



© Julia Pabst

Medienlößinnen

Die Nominierten für die Goldene Medienlößin des Journalistinnenkongresses stehen nun fest.

WIEN. Vergangene Woche gab der Österreichische Journalistinnenkongress die Nominierten für die Goldene Medienlößin 2021 bekannt. Der Preis zeichnet seit Jahren Medienfrauen aus, die durch ihr bisheriges Schaffen, ihre Kreativität und ihre Vorbildfunktion andere Frauen motivieren, sich in der Medienbranche zu engagieren und durchzusetzen. Im Rennen um die Auszeichnung sind heuer Renate Graber, Eva Linsinger und Claudia Reiterer.

Kurzvita der Nominierten

Renate Graber studierte Rechtswissenschaften und war danach als Wirtschaftsjournalistin unter

anderem bei *profil* und *Format* tätig. Seit 2004 arbeitet sie für die Tageszeitung *Der Standard*, wo sie vor allem Hintergrundberichte zu Wirtschaftsthemen und die Interviewserie „Anders gefragt“ verfasst.

Eva Linsinger begann 1991 bei der *Arbeiterzeitung*, wurde 1992 Redakteurin beim *Kurier* und später bei *Der Standard*, wo sie unter anderem Brüssel-Korrespondentin war. Seit 2006 ist Linsinger bei *profil* und leitet dort seit sechs Jahren das Ressort Innenpolitik.

1998 begann Claudia Reiterer im ORF Landesstudio Steiermark und wurde kurz darauf innenpolitische Journalistin der ZfB I. Ab

Vorbildfunktion

Bisher erhielten die Auszeichnung unter anderem Anneliese Rohrer (2012), Antonia Rados (2014), Kathrin Zechner (2015), Corinna Milborn (2019) und Petra Stuibler (2020).

2001 widmete sie sich der Moderation, wo sie neben politischen Formaten auch durch das Informationsmagazin „konkret“ mit über 1.500 Sendungen führte. Seit 2017 moderiert sie die Sendung „im Zentrum“.

Voting läuft bereits

In den kommenden Wochen werden mehr als 70 Frauen und Männer aus dem Medienbereich um ihr Voting gebeten. Die Medienlößin wird am 9. November 2021 verkündet. (red)



Eine mediale Stärkung der Demokratie

Wiener Zeitung/Gesamt | Seite 15 | 28. Oktober 2021
Auflage: 23.000 | Reichweite: 66.700
Artikel gleichlautend erschienen in allen Ausgaben.
Österreichischer Journalistinnenkongress

Eine mediale Stärkung der Demokratie

Covid-19 hat dem Wissenschaftsjournalismus zu einer beispiellosen Prominenz verholfen. Die Bedeutung, die den Medien im Wissenschafts- und Forschungsbereich zukommt, wird noch zunehmen – allerdings unter keinen einfachen Voraussetzungen. Denn wie eine Studie des Instituts für Medien und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen zeigt, steht der Wissenschaftsjournalismus unter Druck: Die strukturelle Krise, in der die Medien stecken, macht auch vor dem Wissenschaftsjournalismus nicht halt. Gleichzeitig entstehen neue, medienunabhängige Formate der Wissenschaftskommunikation: Online-Portale oder Science-Influencer treten mit dem Journalismus in Konkurrenz. Auch zeichnet sich ein Trend ab, Forschungsergebnisse auf direktem Weg durch wissenschaftliche Einrichtungen selbst an die Öffentlichkeit heranzutragen. Zusätzlich hat die Pandemie die Berichterstattung erschwert: Die

hohe Dynamik der Wissensentwicklung, die enorme Informationsflut kombiniert mit Fake News, selbsternannte Experten und Experten sowie widersprüchliche wissenschaftliche Erkenntnisse erfordern besondere Kompetenzen und Sorgfalt in der Vermittlung wissenschaftlicher Themen. Ohne die Bedeutung der neuen Kanäle für Wissenschaftskommunikation zu schmälern, zu wollen, entbehren sie doch journalistischer Qualitätsstandards, die unabhängige Medien erfüllen sollten, wie etwa Objektivität, tiefgehende, kontroverse Betrachtungsweisen oder die Weiterverfolgung von Themen.

Qualitätsvoller Wissenschaftsjournalismus ist unentbehrlich: Ob Gesundheit, Klima- und Umweltpolitik oder die Digitalisie-

rung – wissenschaftliche Erkenntnisse prägen nicht nur immer mehr Lebensbereiche, auch bei politischen Entscheidungen werden sie zunehmend als Entscheidungsgrundlage herangezogen. Parallel dazu wächst in der Bevölkerung die Bereitschaft, sich auf komplexe wissenschaftliche Inhalte einzulassen. Diese Entwicklungen eröffnen eine bisher nicht dagewesene Chance, wissenschaftliche Erkenntnisse in einem breiten Diskurs mit der Gesellschaft voranzutreiben. Dabei leisten Wissenschaftsjournalistinnen und -journalisten einen wichtigen Beitrag, indem sie vermitteln. Sie schaffen die Basis für Partizipation, indem sie relevante Themen aufgreifen und Bürgerinnen und Bürger mit notwendigen, fundierten Informationen versorgen und auf dem

Laufenden halten. Dies führt in weiterer Folge zu einer Stärkung und Stabilisierung demokratischer Verhältnisse. Dabei bildet eine starke und vertrauliche Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft und Forschung auf der einen und den Medien auf der anderen Seite die Basis für eine fundierte Berichterstattung. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sollten bereit sein, Journalistinnen und Journalisten einen freien Zugang zu ihren Erkenntnissen zu gewähren und ihr Wissen mit ihnen zu teilen. Das ist jedoch nicht nur uneigennützig. Denn von einer professionellen medialen Aufbereitung wissenschaftlicher Themen profitiert auch die Wissenschaft selbst, da eine transparente Kommunikation das Vertrauen der Bevölkerung in Wissenschaft und Forschung stärkt. Bei vielen Themen können Medien wertvolle Aufklärungsarbeit leisten und dadurch populistischen Theorien Einhalt gebieten.

Der Wissenschaftsjournalismus steht unter Druck.

Gastkommentar

von Bettina T. Resl

Die Autorin ist Beiratsmitglied im Hildegard Burjan Institut – Verein zur Förderung der politischen Bildung sowie Mitglied im Beirat des Österreichischen Journalistinnenkongresses – einer Initiative von Maria Schaumayer, Maria Rauch-Kallat und der Industriellenvereinigung.

gastkommentar@wienerzeitung.at



Journalistinnenkongress 2021: ‚Ohne Göld ka Musi!‘

HorizontAusgabe 43/2021 | Seite 1 | 29. Oktober 2021
Auflage: 11.250 | Reichweite: 32.625

Österreichischer Journalistinnenkongress

MEDIEN

Journalistinnenkongress 2021: ‚Ohne Göld ka Musi!‘

Frauen, Gehaltstransparenz & Wirtschaftlichkeit

Der 23. Österreichische Journalistinnenkongress am 10. November in Wien findet unter dem Motto „It's the Economy, Ladies! Ohne Göld ka Musi“ statt. Zwar zieht die Ökonomie wieder an, in den Führungsetagen und an der wirtschaftlichen Situation von Journalistinnen ändere das aber wenig. Auf der Agenda stehen daher

die weibliche Anzahl in Wirtschaftsredaktionen, eine faire Medienförderung, Gehaltstransparenz in Medienunternehmen und die persönliche Finanzlage von Medienfrauen. Am 9. November werden zudem die Medienlöwinnen gekürt. Für Gold nominiert: Renate Graber, Eva Linsinger und Claudia Reiterer. **NOH**



DER STANDARD

A PRODUCT OF APA-DEFACTO
[CLIPPING SERVICE]

Journalistinnenkongress

Der Standard/Bundesland | Seite 33 | 30. Oktober 2021
Auflage: 89.484 | Reichweite: 524.000

Österreichischer Journalistinnenkongress

bezahlte Anzeigen
Informationen: T: 01 531 70-133 und -173, F: -479
E-Mail: kulturanzeiger@derStandard.at

WIEN

Journalistinnenkongress



It's the Economy, Ladies! Ohne Göld ka Musi

Frauen haben durch die Corona-Pandemie das Nachsehen. Die Ökonomie zieht zwar wieder an, doch an der wirtschaftlichen Situation von Journalistinnen ändert das wenig.

Beim 23. Journalistinnenkongress diskutieren hochkarätige Referentinnen wirtschaftliche Strategien, Finanzkonzepte, Machtverhältnisse und Alternativen dazu.

Mittwoch, 10. November 2021
Haus der Industrie

Wien 3, Schwarzenbergplatz 4, www.journalistinnenkongress.at

JOURNALISTINNENKONGRESS 2021

'It's the Economy, Ladies!'

Von Horizont Redaktion (mailto:red_horizont@manstein.at)

Mittwoch, 27. Oktober 2021



Die Gewinnerin der goldenen Medienlöwin 2020 ging an Petra Stüber.

(/news/media/8/Goldene-MedienLWINNEN-74078.jpeg)

Unter dem Titel 'It's the Economy, Ladies! Ohne Göld ka Musi' findet heuer der 23. Österreichische Journalistinnenkongress statt.

Der Titel des 23. Journalistinnenkongresses soll andeuten, dass Frauen durch die Corona-Pandemie das Nachsehen haben. Die Ökonomie zieht zwar wieder an, in den Führungsetagen und an der wirtschaftlichen Situation von Journalistinnen ändere das jedoch wenig. "It's the Economy, Ladies!" soll die Anerkennung der Notwendigkeit der Wirtschaftlichkeit sein.

Unter diesen Vorzeichen wird der 23. Österreichische Journalistinnenkongress am 10. November 2021 dem Thema Wirtschaft seine Aufmerksamkeit schenken. Dazu gehört die Anzahl der Frauen in Wirtschaftsredaktionen ebenso wie die Diskussion über eine faire Medienförderung. Die Finanzierung von innovativen Medienprojekten wird Thema sein sowie die Gehaltstransparenz in Medienunternehmen oder die persönliche finanzielle Situation von Medienfrauen. Die Breakout Sessions und Tischgespräche mit den Living News – moderiert von den YoungStars – sollen das Kongressprogramm abrunden.

Außerdem werden im Rahmen des Abends der Medienlöwinnen am 9. November 2021 journalistische Leistungen in frauenspezifischer Berichterstattung gekürt. Die goldene Medienlöwin geht an eine Frau für ihr bisheriges Schaffen, die silberne Medienlöwin an einen Beitrag, der sich mit der Situation von Frauen realitätsnah auseinandersetzt. Der seit fünf Jahren verliehene Medienlöwe wird für ein Medium oder eine Redaktion vergeben, die sich durch besonders frauenspezifische Berichterstattung auszeichnet. Die diesjährig Nominierten in der Kategorie Gold sind Renate Graber (Wirtschaftsredakteurin *Der Standard*), Eva Linsinger (Stv. Chefredakteurin *profil* - Leitung Innenpolitik) und Claudia Reiterer (ORF-Journalistin und Moderatorin).

MEHR DAZU



JOURNALISTINNENKONGRESS

Petra Stüber ist Goldene Medienlöwin 2020

Die Medienlöwin in Gold für das vergangene Jahr geht an die stv. Chefredakteurin des "Standard". Fulya Çayır und Mona Fromm gewinnen für ihren Artikel "Corporate Chaos" die Silberne Medienlöwin und das Debatten-Ressort "Die Presse" wird "für mehr Frauen-Power" mit dem Medienlöwen ausgezeichnet. »

(/medien/news/journalistinnenkongress-petra-stuiber-ist-goldene-medienloewin-2020-84965)



Neu im alpha-Büro:

Alpha | Seite 11 | 1. März 2021
Reichweite: 0

Österreichischer Journalistinnenkongress

A PRODUCT OF APA-DEFACTO
[CLIPPING]
SERVICE

In eigener Sache

Monika Posch



© Irene Kernthaler-Moser

Neu im alpha-Büro:

Seit fast 30 Jahren geht für Monika ohne **alpha** ohnehin fast nichts. So lange ist sie schon Mitglied.

Mit Jänner ist sie ins **alpha**-Büro zurückgekehrt, wo sie schon 2003 für kurze Zeit gearbeitet hat. Außerdem war sie schon Generalsekretärin und auch einmal Obfrau. Die letzten Jahre hat Monika sich als eine der Stellvertreterinnen unserer Präsidentin Maria Rauch-Kallat im **alpha** eingebracht.

Neben dem Club **alpha** ist sie beim Österreichischen Journalistinnenkongress für Programm und Corporate Design zuständig.

Nach dem Geschichte- und Kunstgeschichte-Studium hat Monika

eine Graphikausbildung und einen Lehrgang für Imageconsulting abgeschlossen. Sie hat als Lektorin und Freelancerin gearbeitet, engagierte sich in der (Frauen-)Politik und war Marias Generalsekretärin bei den ÖVP-Frauen.

Im Club **alpha** wird sie sich jetzt vor allem um die Veranstaltungen kümmern und natürlich auch weiterhin die Zeitung gestalten.

Am liebsten „macht sie schön“ - zum Beispiel unsere Räume im Club **alpha**! Und das Netzwerken liegt ihr ohnehin im Blut.

Wie würde sie sich selber vorstellen? „May I introduce: your loving host!“



Erhard Busek Ein Leben für die Politik

Alpha | Seite 4 | 1. März 2021
 Reichweite: 0

Österreichischer Journalistinnenkongress

Im Gespräch mit

Erhard Busek

Ein Leben für die Politik



Erhard Busek bei der Eröffnung des Club alpha, 1987 © alpha

Moderation:
 Maria Rauch-Kallat

Mittwoch/24.03.2021/
 19:00 Uhr

Vize-Bürgermeister, der mit seinen „Bunten Vögeln“ kritische, unabhängige Menschen angesprochen hat und als einer der ersten heimischen Politiker ökologische Fragen thematisierte. Im Rückblick war jedoch auch Buseks nachhaltige Unterstützung für Maria Rauch-Kallat in der Gründungsphase von **alpha** eine wirkliche Großtat, denn „Frauenförderung“ - wie und wodurch auch immer - war in den späten 80er Jahren (vor Johanna Dohnal) keine causa prima, schon gar nicht in der ÖVP.

Im März dieses Jahres feiert Erhard Busek seinen 80. Geburtstag. Aus diesem Anlass wollen wir einen Blick auf die besondere Beziehung werfen, die **alpha** zu Erhard Busek hat, dem Ehrenmitglied unseres Clubs.

Während seiner aktiven Zeit als Politiker galt Erhard Busek vor allem als Intellektueller und liberaler Reformier. Diesen Ruf verdiente er sich in erster Linie aufgrund seiner Aktivitäten als Wiener ÖVP-Chef und

Aber Erhard Busek war bekanntlich immer schon gern auch in unwegsamem Gelände unterwegs, im In- und im Ausland, diesseits und jenseits von Grenzen, engagiert und risikofreudig, und mit einem speziellen Sensorium für zukunftssträchtige Entwicklungen. Mit Maria Rauch-Kallat als Galionsfigur und dem Motto „aufmerksam leben – politisch handeln – akzente setzen“, war zu hoffen, dass die Etablierung und adäquate Ausstattung eines Treffpunkts für gesellschaftspo-

litisch interessierte Frauen in Wien ähnlich wirksam sein könnte wie seine Initiative „Bunte Vögel“, und der Erfolg hat die Erwartungen bei weitem übertroffen.

Der Club **alpha** hat sich rasch zum überparteilichen Hotspot für Frauen in Wien entwickelt und wurde Anziehungspunkt und Heimat für weitere Frauen-Aktivitäten wie die Dr.-Maria-Schaumayer-Stiftung, den **Journalistinnenkongress**, den Mentory-Club, die TechWomen u.a.m. Auch in schwierigen Zeiten hat **alpha** seine Resilienz unter Beweis gestellt und sich bis heute, trotz vieler Probleme und Sorgen, als krisenfest erwiesen.

Wir alle aus dem Club **alpha**, gratulieren Erhard Busek sehr herzlich zum Geburtstag und wünschen ihm Glück, Freude, weiterhin viele spannende Begegnungen und Aufgaben, vor allem aber gute Gesundheit und unverdrossenen Optimismus. Ad multos annos!!

Anneliese Stoklaska



Zwei Frauen an der Spitze

Alpha | Seite 5 | 1. September 2021
 Reichweite: 0

Österreichischer Journalistinnenkongress

Zwei Frauen an der Spitze

Eine Österreichische Tageszeitung in weiblicher Hand

Die eine ist Goldene MedienLÖWIN 2020, die andere engagiert sich unter anderem für das **alpha**-WoMentoring-Programm. Petra Stüber und Nana Siebert sind dem Club **alpha** seit vielen Jahren verbunden. In ihrem „Brotberuf“ leiten die beiden Journalistinnen als stellvertretende Chefredakteurinnen seit dem Abgang von Alexandra Förderl-Schmid im Jahre 2018 die Tageszeitung Der Standard.

Welche Aufgaben fallen täglich, neben dem eigentlichen Schreiben von Artikeln, in einer Chefredaktion an? Wie sieht die Zukunft der Tageszeitung aus - werden digitale Formate die gedruckte Zeitung ablösen?

Sowohl Nana Siebert, als auch Petra Stüber engagieren sich für die Gleichstellung von Frauen. Ist das in den Medien bereits gelebte Praxis? Welche Herausforderungen sehen die beiden vorrangig? Was konnten sie bereits bewirken?

Die Frage der Vereinbarkeit von Arbeit und Familie ist in den letzten Jahren etwas in den Hintergrund geraten. Nun wird Teilzeit für beide Eltern als eine Lösungsmöglichkeit genannt. Ist so etwas im Medienbereich überhaupt vorstellbar?

Damit sind aber nur einige Fragen erwähnt, über die an diesem Abend gesprochen werden soll.

Im Gespräch

Nana Siebert
 Petra Stüber

Moderation:
 Maria Rauch-Kallat

Montag/18.10.2021/
 19:00 Uhr



© Peter Rigaud/Der Standard

Nana Siebert

Seit Mai 2018 stv. Chefredakteurin des Standard. Die 40-jährige entwickelt in dieser Position aufwendige Langzeitprojekte und Storytelling-Formate und ist für die zahlreichen Magazine der Standard-Redaktion zuständig, etwa Rondo, Cure, Forschungs-Magazin, Portfolio und Mein Job, mein Leben. Davor stv. Chefredakteurin des Magazins Woman. Sie hat den Online-Auftritt woman.at zu einem der reichweitenstärksten Magazinportale Österreichs ausgebaut. Sie hat die ersten E-Magazine für News und profil entwickelt. Von den Usern von Werbeplanung.at und den Lesern von update wurde Siebert zur Onlinerin des Jahres 2014 in der Kategorie Medienmacher gewählt.

Petra Stüber

studierte Publizistik und Theaterwissenschaft. Ab 1988 war sie freie Mitarbeiterin unter anderem für trend und Kurier. Ab 1993 war sie Redakteurin für Innenpolitik der Tageszeitung Der Standard, ab 1999 bei der Wochenzeitschrift Format. 2007 kehrte sie zum Standard als Ressortleiterin für Chronik und Wien zurück, seit März 2018 ist sie stellvertretende Chefredakteurin.

Sie ist für ihre prägnanten und fallweise durchaus provokanten Schlagzeilen bekannt und hat über nahezu alle Skandale in Österreich seit Beginn der 1990er Jahre berichtet, fallweise auch über Affären davor, beispielsweise den Noricum-Skandal, die Causa Lütgendorf und die Lucona-Versenkung, alles Skandale der Kreisky-Ära.



© Jacqueline Godany/APA



IT'S THE ECONOMY, LADIES

Alpha | Seite 17 | 1. September 2021
Reichweite: 0

Österreichischer Journalistinnenkongress



23. Österreichischer Journalistinnenkongress

IT'S THE ECONOMY, LADIES

Ohne Göld ka Musil!

Unser globales Gesellschaftssystem funktioniert nicht ohne eine funktionierende Wirtschaft.

„It's the economy, Ladies“ zeigt die Bedeutung und Auswirkung der Wirtschaftslage auf erfolgreiches Unternehmertum. Das trifft auch die allermeisten Medien – gerade in Zeiten einer Pandemie, die ganze Länder lahmlegt und Kontinente vom Rest der Welt abschottet, in angespannter Lage.

Social Media Kanäle sind schnell, einfach und kostenlos zugänglich, verbreiten ungeprüfte Neuigkeiten im Eiltempo und werden für Falschmeldungen missbraucht. Aber auch die klassischen Medien haben mit Glaubwürdigkeit zu kämpfen und stehen wirtschaftlich unter Druck. Der Geschlechterkampf ist erneut entflammt, weil sich die Frauen ins Private abgedrängt sehen und mit zahlreichen Mehrbelastungen zu kämpfen haben.

Unter diesen Vorzeichen wollen wir beim 23. Österreichischen Journalistinnenkongress dem Thema Wirtschaft unsere Aufmerksamkeit schenken. Dazu gehört die Anzahl von Frauen in Wirtschaftsredaktionen ebenso wie die Diskussion über eine faire Medienförderung. Die Finanzierung von innovativen Medienprojekten wird ebenso Thema sein wie die Gehaltstransparenz in Medienunternehmen oder die persönliche finanzielle Situation von Medienfrauen. Der Journalistinnenkongress 2021 will auch Frauen in Wirtschaftsredaktionen, sowie Frauen in der Wirtschaft sichtbar machen und mit ihnen gemeinsam über Lösungsansätze diskutieren.

Noch lässt sich nicht abschätzen, wie wir diesen Kongress werden abhalten können. Natürlich hoffen wir, viele Teilnehmer*innen vor Ort, im Haus der Industrie begrüßen zu können. Gleichzeitig werden wir aber auf jeden Fall einen Lifestream anbieten.

Save the date!

Gala-Abend der MedienLÖWINNEN
Dienstag, 9. November 2021

Journalistinnenkongress
Mittwoch, 10. November 2021

im Haus der Industrie,
Schwarzenbergplatz 4
1030 Wien

Die Tickets erhalten Sie über die Webseite des Journalistinnenkongresses:

Early-Bird ... € 72,- (im September)
Kongress ... € 108,-
Gala-Abend der MedienLÖWINNEN ... € 300,-

www.journalistinnenkongress.at

Gala-Abend der MedienLÖWINNEN

Preisverleihung für herausragende Leistungen von Medienfrauen in den Kategorien

MedienLÖWIN GOLD - für das Gesamtwerk
MedienLÖWIN Silber - für einen frauenrelevanten Beitrag
MedienLÖWE - für eine frauenbewusste Redaktion

am Dienstag, 9. November 2021



23. Österreichischer Journalistinnenkongress (1/2)

Alpha | Seite 18, 19 | 10. November 2021
 Reichweite: 0

Österreichischer Journalistinnenkongress

Journalistinnen
 Kongress
 KO 2021

Das Programm

Mittwoch/10.11.2021/
 09:00 – 18:00 Uhr

Zeiten und Details
 unter
www.journalistinnenkongress.at

23. Österreichischer Journalistinnenkongress

- Keynote** **Wirtschaft und Medien(frauen) - Eine schwierige Beziehung?**
Kathrin Werner (Plan W, Wirtschaftsmagazin und Kongress der Süddeutschen Zeitung, speziell für Frauen)
Martha Schulz (WKO)
- im Gespräch** **Der verkaufte Feminismus**
 Wie politische Forderungen nach Gleichstellung zum Verkaufsargument verkommen
Barbara Haas (Wienerin)
Beate Hausbichler (Der Standard, Autorin „Der verkaufte Feminismus“)
- Statement** **Österreichs Medienfrauen fordern: Endlich Gleichstellungs-Kriterien in der Medienförderung verankern!**
 Impuls-Statements von:
 Maria Rauch-Kallat
 Elisabeth Pechmann
 Daniela Kraus, Presseclub Concordia
 Martina Madner, Frauennetzwerk Medien
 Heidi Vitez, Medienfrauen OÖ
 Romy Seidl, Salzburger Medienfrauen
- Medienanalyse** **„The Stage ist ours!“**
Hardfacts zu Frauen in Business, Führung und Machtrollen
 Faktenbasiertes Plädoyer für die Besetzung des öffentlichen Raums und der medialen Bühne
Maria Pernegger (media affairs)
- Podiumsdiskussion** **Über Geld spricht frau nicht**
 Warum Geld und Wirtschaft für (Medien-)Frauen ein ungeliebtes Thema ist
Diskussionsleitung Esther Mitterstieler (ORF)
Helma Sick (Autorin „Frau und Geld“)
Katinka Nowotny (ORF Wirtschaftsmagazin Eco)
Maria Pernegger (media affairs)
Renate Graber (der Standard)
- Breakout-Session 1** **„Geld.Macht.Politik - Was Gender-Budgeting bringt“**
 Ein weißer Fleck auf der journalistischen Landkarte, ein wichtiges Zahnrad um an der Gleichstellung zu drehen!
Martina Madner (Wiener Zeitung)
Margit Schratzenstaller (WIFO)
Manuela Vollmann (abz-Austria)
- Breakout-Session 1** **„Gesunde Finanzen - wirtschaftliches Wohlbefinden“**
 Optimales Verhandeln von Gehalt und Honorar um das wirtschaftliche Wohlbefinden zu erhalten
Doris Bock (db-Unternehmerberatung)
Margarete Kriz-Zwitkowsch (WKW)
Astrid Kuffner (freie Journalistin, Freischreiberin)
- Breakout-Session 3** **„Geschäfte für die Zukunft“**
 Medienarbeit 2.0: Recherche/Aufbereitung/Vertrieb - zu viel für eine allein!?
 Wo sind die Chancen, wo die Stolpersteine? Welche BestPractice-Beispiele gibt es?
Lisa Oberndorfer (smart casual)
Nina Wöss (femalefounders)
Edith Michaeler (fjum)
- Breakout-Session 4** **„Storytelling digital“**
 Wie kommt der Inhalt kurz und knackig ans digitale Ziel? Wie müssen Erzählungen an die neuen Formate wie z.B. TikTok angepasst werden?
Tanja Paar (Medientrainerin, Journalistin des Jahres 2011)
Alexandra Stanic (Senior-Reporterin VICE)
Beatrice Fraßl (freie Podcasterin)

Living News (Role-Models im Gespräch)

Antonia Gössinger
Brigitte Handlos
Margit Laufer
Esther Mitterstieler
Manuela Raidl
Mathilde Schwabeneder
Nana Siebert
Simone Stribl
Lisa Totzauer
Gabriele Waldner-Pammesberger
Anna Wallner
Brigitte Wolf



23. Österreichischer Journalistinnenkongress (2/2)

Alpha | Seite 18, 19 | 10. November 2021
 Reichweite: 0

Österreichischer Journalistinnenkongress

Die MedienLÖWINNEN 2021

Auch heuer werden die Besten in drei Kategorien gekürt

Diese Auszeichnungen werden an Journalistinnen und Journalisten verliehen, die durch ihre Arbeit anderen Frauen Mut machen, beziehungsweise sich in ihren Beiträgen in herausragender Weise lebensnahe und kritisch mit der Situation von Frauen auseinandersetzen. Sie werden jedes Jahr in drei Kategorien vergeben. Die heurigen Nominierungen sind jeweils in alphabetischer Reihenfolge angeführt.

Die Silberne MedienLÖWIN 2021 wird für einen deutschsprachigen, journalistisch anspruchsvollen Beitrag jedes Mediums (Print, TV, HF, online) in gendergerechter Sprache vergeben, der im Zeitraum von Oktober 2020 bis August 2021 veröffentlicht wurde.

Nominiert für die Silberne MedienLÖWIN 2021:

Christina Höfferer und Christine Pawlata, Der Standard,
 Claudia Mann, Magazin „Futter“ der Kleinen Zeitung
 Marianne Waldhäusl, ORF Magazin „konkret“

Den MedienLÖWEN 2021 bekommt ein Medium, ein Redaktions-Team oder eine Initiative im medialen Kontext, das/die durch besonders frauen-

freundliche, Frauen unterstützende publizistische Arbeit im letzten Jahr Akzente gesetzt hat.

Nominiert für den MedienLÖWEN 2021:

Podcast „Große Töchter“ von Beatrice Frasl
 FM4 Radio, die Sendereihen von Antonia Stabinger
 WOMAN, Aktion gegen Gewalt an Frauen

Die Goldene MedienLÖWIN 2021 (in Kooperation mit WKO) erhält eine Journalistin, die durch ihre Vorbildfunktion, durch ihre langjährige Medienpräsenz und ihr bisheriges Lebenswerk anderen Frauen Vorbild ist und ihnen Mut macht, sich im Bereich der Medien durchzusetzen.

Nominiert für die Goldene MedienLÖWIN 2021:

Renate Graber
 Eva Linsinger
 Claudia Reiterer

Alle Namen sind in alphabetischer Reihenfolge genannt. Wir gratulieren allen Nominierten sehr herzlich!

Journalistinnen
 kongress
 KO 2021

Gala-Abend der
 MedienLÖWINNEN
 Dienstag/09.11.2021

Free Streaming :
www.journalistinnenkongress.at

- Ich bestelle ein alpha-Jahresabonnement, bestehend aus **5 Doppelnummern zum Preis von € 20,-**. Wenn ich nach 5 Doppelnummern die Bestellung nicht widerrufe, verlängert sich das Abo automatisch für das darauffolgende Jahr

Name _____
 Adresse _____

Ort/Datum/Unterschrift: _____

Bankverbindung: Erste Bank, IBAN: AT07 2011 1000 0950 4001, BIC: GIBAAWXXX

- Bitte schicken Sie an meine Freundin einmalig ein kostenloses Exemplar von **alpha** an folgende Adresse:

Name _____
 Adresse _____

Petra Stüber, die MedienLÖWIN GOLD 2020

Ort/Datum/Unterschrift: _____

70 Cent
 bitte frankieren

alpha
 frauen für die zukunft

Stubenbastei 12/14

1010 Wien

© APA-Fotoservice/Godany

„Männliches Revierdenken ist nicht zielführend“

Der Standard/Bundesland | Seite 29 | 4. März 2021
Auflage: 57.077 | Reichweite: 509.000

Österreichischer Journalistinnenkongress



Foto: APA



ORF-Fernseh-
direktorin
Kathrin Zechner
sieht beim
Thema Diversity
noch „Luft nach
oben“. Vielen sei
aber bewusster
geworden, dass
Ausgeglichenheit
wichtig sei.

„Männliches Revierdenken ist nicht zielführend“

Sichtbar machen“ lautet das Motto der diesjährigen ORF-Kampagne zum Frauentag. Die Aktion stellt gemeinsam mit dem Haus der Geschichte und dem Journalistinnenkongress hundert bekannte und weniger bekannte Frauen aufs Podium. Die Biografien und Fotos sind auf extra. ORF.at abrufbar. Die Geschichten dieser Frauen sollten nach dem Willen von Mitinitiatorin Kathrin Zechner viral gehen: Das Publikum ist eingeladen, diese Aktion zu erweitern und seine persönlichen Heldinnen über die Plattform einzusenden, um auch Persönlichkeiten des Alltags sichtbar zu machen. Begleitet wird die Kampagne ab 8. März zwei Wochen lang mit TV-Trailern.

STANDARD: Der Job des Generaldirektors wird im Sommer vergeben. Wäre es nicht wieder einmal Zeit für eine Frau an der Spitze von Österreichs weitaus größtem Medienunternehmen?

Zechner: Die Ausschreibung der Generaldirektion steht allen versierten Menschen offen – Frauen wie Männern.

STANDARD: Sie haben keine Präferenz?

Zechner: Es ist ein sehr anspruchsvoller Job, es gibt qualifizierte Frauen wie Männer.

STANDARD: Wäre Kathrin Zechner ausreichend qualifiziert?

Zechner: Das mögen andere beurteilen.

STANDARD: Dazu müssten Sie sich erst einmal bewerben.

Zechner: Die eine Antwort ist: Es ist ein herausragender, fordernder Job, in dem es qualifizierte Frauen und Männer gibt. Die zweite Antwort: Ich mache Programm seit vielen Jahren sehr fantasievoll und professionell. Das ist meine Stärke, und ich finde, man sollte sich auf seine Stärken konzentrieren.

STANDARD: In der nächsten Amtsperiode geht es um die Transformation des ORF ins digitale Zeitalter. Das müsste Sie doch reizen?

Zechner: Es muss ja jemand den Content ins digitale Zeitalter transformieren. In dieser Rolle sehe ich mich. Ich bin sehr davon überzeugt, dass jeder Mensch etwas kann, und wenn Menschen zusammenarbeiten, sollten die Besten ihres Fachs einander ergänzen.

STANDARD: Für den Job des Generaldirektors sehen Sie sich demnach nicht als die Beste?

ORF, Haus der Geschichte und Journalistinnen machen zum Frauentag Frauen sichtbar. Fernsehdirektorin Kathrin Zechner sieht den ORF bei Gleichstellung auf gutem Weg. Als künftige Generalin sieht sie sich nicht.

INTERVIEW: Doris Priesching

Zechner: Meine große Stärke ist Content, angstfreie, professionell gemachte, neugierig gebliebene, gestaltungsfähige Content-Produktionen.

STANDARD: Wie geht es dem Content hinsichtlich Gleichstellung? Autoren, Regisseure, Kameraleute sind immer noch mehrheitlich männlich.

Zechner: Ich bin mit meinem Team sehr dahinter und habe dadurch geschafft, im Jahr 2019 immerhin schon auf 38 Prozent Frauenanteil bei Drehbuch, Regie und Produktion zu kommen. Wir sind noch nicht bei 50 Prozent, aber schon um einiges weiter. In meinem Bereich Fernsehen sind 58 Prozent der Jobs in allen Verwendungsgruppen weiblich besetzt. In der Leadership-Gruppe sind wir bei 39 Prozent. Wir arbeiten uns sukzessive voran. Bei den acht Hauptabteilungen, die ich führe, sind vier mit Frauen und vier mit Männern besetzt. Geschlechterparität herrscht auch in den TV-Chefredaktionen mit zwei Frauen und zwei Männern.

STANDARD: Ist es einfacher geworden, zu argumentieren, der Posten muss jetzt mit einer Frau besetzt werden, die kann man nicht übergehen? Oder anders: Ist der gesellschaftliche Druck gestiegen?

Zechner: Es ist durch die Arbeit von vielen Beteiligten – vor allem – Frauen, aber auch einigen Männern bewusst geworden, dass Ausgeglichenheit wichtig ist. Das alte männliche Revierdenken ist nicht zielführend. Das Idealbild ist, einander zu ergänzen. Es geht darum, in den Köpfen der Männerwelt festzuschreiben, dass ein allein beackertes Revier nicht so reichhaltig und erfolgreich sein kann, als wenn man es zu zweit beackert.

STANDARD: Da sprechen Sie jetzt von sich selbst, oder? Nach der Wahl 2017 hatten Sie die Informationsagenden verloren, dafür zwei Channel-Manager neben sich und lange nicht mehr den gestalterischen Spielraum. Wie ging es Ihnen mit dem Machtverlust?

Zechner: Ich gebe es zu, es war die größte Herausforderung in meiner Arbeitswelt. Ich habe mich aber entschieden, diese Herausforderung in der mir eigenen lustvollen Veranlagung anzunehmen. Das Arbeiten als Programmdirektorin neu ist ein gänzlich anderes, weil es größerer Abstimmungsprozesse bedarf. Wenn du starke Channel-Managerinnen und -Manager neben dir hast, bedeutet das viel Arbeit im Detail für sie. Gleichzeitig konnte ich dadurch meinen Fokus auf die digitale Transformation lenken. Wir arbeiten an Probemodulen, entwickeln digitale ergänzende Formate und entwickeln Technologien, mit denen wir das auch bewerkstelligen können. Das begeistert und fasziniert mich und erfüllt mich zur Gänze.

„Faktum ist, dass Rollen für reifere Frauen seltener sind als für reifere Männer. Da ist noch viel zu tun.“

STANDARD: Stichwort Diversity, soeben bei den Golden Globes heftig diskutiert. Streamingplattformen wie Netflix tanzen Ihnen da einiges vor. Warum ist da nicht mehr möglich?

Zechner: Wie stark der Druck Richtung Diversity umgesetzt ist, kommt sehr auf das Leadership der Institutionen an, auf Produzentinnen, Produzenten. Insofern nehme ich insgesamt einen stärkeren Druck Richtung Diversity wahr, egal ob Plattformen oder Sender. Die Bereitschaft zu Veränderung ist in Europa sichtbar als in den USA. Für uns ist Diversity bei breitenwirksamen Filmen und Serien wie Cop Stories und Schnell ermittelt selbstverständlich. Stefanie Reinsperger spielt im Landkrimi eine lesbische Polizistin, die sich in ihrer Figur mit sich selbst auseinandersetzt, ihrem beruflichen Umfeld und ihrer Partnerin. Wir erreichen mit einem mainstreamigen Produkt einen Seherinnen- und Seherkreis und bilden die Normalität dessen ab.

STANDARD: Irgendwie aber auch wieder nicht. Denn die vermeintliche Normalität wird ja sehr wohl als etwas Außergewöhnliches dargestellt, das Anderssein ist nicht selbstverständlich, sondern wird fast immer problematisiert. Reinsperger muss durch die unvermeidbare Problemzone.

Zechner: Ich würde dem teilweise widersprechen. Wir gehen aber natürlich bewusst auch in Problemstellungen. Wir tun beides. Mit dem Zugeständnis, dass auch hier Luft nach oben ist.

STANDARD: Die Schauspielerin Mavie Hörbiger beklagte, mit 41 für eine Rolle abgelehnt worden zu sein. Haben Sie Verständnis?

Zechner: Mein Weg ist es, dieses Thema differenziert anzugehen. Dass man eine im Buch als 20-jährig Ausgewiesene nicht mit einer 40-Jährigen besetzt, hat nichts mit Altersdiskriminierung zu tun. Wenn die Rolle für eine 30-jährige Frau geschrieben ist, und dann kommt über die Regie eine 40-Jährige infrage, wird das natürlich thematisiert. Faktum ist aber, dass – egal wo auf der Welt – Rollen für reifere Frauen seltener sind als für reifere Männer. Für Männer wird vom jungen Dänenprinzen bis zum 80-Jährigen alterslos geschrieben. Da ist viel zu tun. Nachdem ich unverrückbare Optimistin bin, glaube ich, das wird gelingen.

STANDARD: Wo sehen Sie sich 2022?

Zechner: So nahe?

STANDARD: Zehn Jahre Zechner 2 im ORF.

Zechner: Ich sehe mich ungebremst kreativ schöpfend in der Berufswelt, in welcher auch immer.

STANDARD: Und 2027?

Zechner: Ich würde sagen, bis ich 70 bin, sehe ich mich so.

KATHRIN ZECHNER (57) war Intendantin im ORF und bei den Vereinigten Bühnen Wien. Seit 2012 ist sie ORF-Direktorin, zunächst Programm, seit 2017 TV.



Wanda verwirrt

Stellt Disneys „WandaVision“ das gesamte Marvel Cinematic Universe infrage? In der neuen Folge von Serienreif erfahren Sie dazu alle Details.
derStandard.at/Podcast

#ReframingQuotenfrau *Statements zur Frauenquote aus Österreichs Wirtschaft zum Weltfrauentag* **8**

Gleichberechtigung *Birgit Aichinger, Geschäftsführerin Vöslauer, im Gespräch* **34**

© Erste Bank/Marion Payr



Frauenfinanzen *Erste Bank-Studie (l. CEO Gerda Holzinger-Burgstaller)* **50**



© ORF/Roman Zach-Kiesling

Mit 16 Seiten retail ab Seite 33

<i>Bei Nah&Frisch stimmt die Frauenquote</i>	38
<i>Unimarkt treibt die Digitalisierung an</i>	42
<i>Ikea pro Klimaschutz</i>	44
<i>Metro plant eine Serviceoffensive</i>	46

FRAUENTAG

„Pandemie war für Frauen fatal“

WIEN. Die aktuelle Krise „wurde und wird von den Frauen getragen, sie selber haben aber nichts davon“. Die Entwicklungen des letzten Jahres „waren für die Frauen fatal“, sagt Frauenring-Vorsitzende Klaudia Frieben anlässlich des bevorstehenden Frauentags: „Es war ein absoluter Backlash.“ (APA)

„Ich bin eine Quotenvertreterin“

Interview zum Weltfrauentag: ORF-Programmdirektorin Kathrin Zechner über die „Unsichtbarkeit“ von Frauen. **4**



Jetzt neu:

Verpackungen mit individuellen Maßen zum kleinen Preis

www.onlineprinters.at

ONLINEPRINTERS

- ★ Über 1 Mio. zufriedene Kunden
- 30 Jahre Erfahrung im Druck
- Kompetenter Service
- Kostenloser Standardversand



„Die unendliche Schaffenskraft der Frauen“

Ein Blick durch die Brille der Gleichstellung: ORF-Programmdirektorin Kathrin Zechner im großen Spezial-Interview zum Internationalen Frauentag.

••• Von Nadjia Riahi

Im Zeichen der Frauen: Der internationale Frauentag – auch Frauenkampftag oder Weltfrauentag genannt – wird seit mehr als 100 Jahren am 8. März begangen. Da es kommenden Montag wieder so weit ist, sprach medianet mit ORF-Programmdirektorin Kathrin Zechner über männliches Selbstverständnis, Veränderungen, Aufholbedarf und die Frauenquote.

medianet: Frau Zechner, was hat sich in den letzten Jahren in der Medienbranche in puncto Gleichstellung getan?

Kathrin Zechner: In den Medien ist es – wie in Teilen der Kunst – doch etwas progressiver abgelaufen.

Ich erkenne in der Medienbranche eine Affinität zum 50/50-Modell, und der Umgang unter den Geschlechtern ist



© ORF/Roman Zech-Kesling

”

Der Revierverteidigungsreflex ist so stark, dass, wenn wir in diesem Prozess nicht noch einmal 3.000 Jahre brauchen wollen, die Quote ein adäquates Mittel ist.

Kathrin Zechner
ORF-Programmdirektorin

“

respektvoll. In den vergangenen Jahren beziehungsweise Jahrzehnten ist einiges gelungen, dennoch kann ich mich allen anschließen, die der Meinung sind, dass in diesem Bereich noch mehr Luft nach oben ist.

Wir müssen auf den Fall stärker ins Handeln kommen.

medianet: Wie jedes Jahr macht der ORF eine Kampagne zum Frauentag am 8. März. Unter welchem Motto steht die Kampagne dieses Jahr?

Zechner: Die heurige Kampagne steht unter dem Titel ‚Sichtbar machen‘. Wir haben in unse-

rem Team festgestellt, dass die Männerwelt darauf achtet, dass Frauen unsichtbar sind und bleiben.

Das ist eine ganz eigene Form der Diskriminierung und geht zurück bis zu den Formulierungen in der Bibel. Es gibt in praktisch allen Gebieten Frauen, die Sensationelles leisten und nicht genügend wahrgenommen werden.

Wir stellen für unsere Kampagne – in Zusammenarbeit mit dem Haus der Geschichte Österreichs (HGÖ), dem Journalistinnenkongress und anderen Institutionen – auf extra.ORF.at Frauen aus verschiedenen

Bereichen vor. Ich würde die Kampagne als einen Startschuss bezeichnen. Das heißt, dass wir mit 100 Frauenporträts beginnen und dazu einladen, diese Darstellung zu ergänzen.

Auf diese Weise entsteht ein Gesellschaftspuzzle, das es zu erweitern gilt. Wir laden besonders dazu ein, dass Frauen, die in dem von der Krise gezeichneten Jahr Enormes geleistet haben, visuell und textlich sichtbar gemacht werden. Das kann eine Lehrerin, Krankenpflegerin oder Nachbarin sein.

Dadurch soll ein unendliches Bild der Schaffenskraft der Frauen entstehen.

medianet: Frauen haben in den letzten Monaten viel geleistet. Würden Sie sagen, dass die Krise einen Backlash ausgelöst hat?

Zechner: Ich würde sagen, dass Frauen nicht nur in ihren spezifischen Berufen, sondern auch in ihrer Fähigkeit und über ihre Pflichten hinaus viel geleistet und neuen Input geliefert haben.

Vor allem im Bereich der Caring Economy, der – wenn überhaupt – schlecht bezahlt ist. Es gibt immer noch ein gewisses Selbstverständnis, das, sim-



© ORF/Roman Zach-Kesling

”

Die Kampagne steht unter dem Titel ‚Sichtbar machen‘. Wir haben festgestellt, dass die Männerwelt darauf achtet, dass Frauen unsichtbar sind und bleiben.

Kathrin Zechner

“

pel formuliert, besagt: Männer sind oben und Frauen sind unten – ein Bild, das mich immer wieder aufrüttelt. Frauen leisten unglaublich viel für das Fundament der Gesellschaft.

Das wird einerseits als selbstverständlich angesehen und andererseits weder immateriell noch materiell wertgeschätzt. Dazu dient unsere Kampagne ebenfalls, um sichtbar zu machen, was die unendliche Leistung der Frauen für das Fundament der Gesellschaft ist.

Ich glaube, das ist der Perspektivenwechsel, den wir am

dringendsten brauchen – damit es innerhalb der Gesellschaft zu einer größeren Wertschätzung kommt.

medianet: Ich habe manchmal das Gefühl, dass es Männern leicht fällt, sich in Bezug auf Veränderung zurückzunehmen. Frei nach dem Motto: ‚So wie es ist, funktioniert es gut, daran muss ich als Mann nichts ändern‘ ...

Zechner: Das ist meiner Meinung nach ein gelerntes Selbstverständnis, das Männer an den Tag legen. Wenn man hier mit dem Symbol Yin und Yang eine Analogie ziehen will, dann fehlt uns noch die klare Haltung, dass es sowohl Yin als auch Yang geben muss, damit etwas Ganzes entsteht. Dieses Bild des Kreises könnte man auch als die Erdkugel sehen und begreifen, dass die Welt im *Zusammenspiel* dieser beiden Hälften besser funktioniert. Das ist wissenschaftlich belegt. Um ein Beispiel aus meinem Arbeitsalltag zu nennen: Ich beobachte, dass gemischte Teams konsequenter, kreativer und produktiver sind und auch das Einverständnis untereinander sehr stark ist.

Das ergibt sich besonders aus der Verschiedenartigkeit der Beteiligten und geht über die reine

Trennung zwischen Mann und Frau hinaus.

medianet: Welche anderen Faktoren spielen hier noch eine Rolle?

Zechner: Es ist sinnvoll, sowohl die ältere als auch die jüngere Generation miteinzubeziehen. Die Älteren haben vor allem die Erfahrung, die Jüngeren eine Unbefangenheit und Energie.

Dieses Zusammenspiel gelingt jedoch nur durch das Sichtbarmachen und das Ziel, einander wertzuschätzen und nicht in den Verdrängungsmodus zu swit-

”

Es ist sinnvoll, sowohl die ältere als auch die jüngere Generation miteinzubeziehen. Die Älteren haben die Erfahrung, die Jüngeren die Unbefangenheit.

“

chen. Die Männerwelt hat jedoch auf der anderen Seite Angst, ihr Revier zu verlieren und sieht nicht, dass das Revier insgesamt reichhaltiger wird, wenn man es *gemeinsam* bearbeitet.

medianet: Am 21. Februar hat der Equal Pay Day stattgefunden. Die Berechnung hat ergeben, dass Frauen jedes siebte Jahr gratis arbeiten. Inwiefern spielt der Gender Pay Gap eine Rolle, wenn wir von der Unsichtbarkeit der Frauen sprechen?

Zechner: Der spielt eine ganz große Rolle. Gleiche oder ähnliche Arbeit muss auch gleich oder ähnlich bezahlt werden. Das ist ein gelerntes System, das es nach wie vor aufzubrechen gilt.

Ich kann jetzt nur für die Programmdirektion sprechen, aber da ist ein dickes Brett zu bohren. Wir haben schon einiges erreicht, wenn es um die Anzahl der Frauen geht, die in eine verantwortungsvolle Position kommen. Wenn es 50% Frauen in einem Aufsichtsrat, Vorstand oder Führungsteam gibt, dann sind die Handlungsfähigkeit und Gestaltungsmöglichkeiten größer.

Andererseits müssen Frauen auch an ihrem eigenen Selbstverständnis arbeiten, damit sie sich diese leitenden Positionen auch zutrauen. Das ist ein altes



© ORF

Thema, aber nicht minder aktuell, wenn ich mir unseren Output anschau.

medianet: *Wie ist die Lage in der ORF-Programmdirektion?*

Zechner: In der ORF-Programmdirektion haben wir aufgrund des Gleichstellungsplans des ORF eine Frauenquote von 58%.

Wenn wir uns die Leitungsfunktionen anschauen, dann liegt die Frauenquote nur, aber auch immerhin, bei 39%. Das hat auch schon einmal anders ausgesehen. Wir haben in den letzten acht Jahren bei den Hauptabteilungsleiterinnen auch 50% erreicht. Ich habe acht Hauptabteilungen zu vertreten und zu leiten und da sind wir jeweils vier Frauen und vier Männer in leitenden Positionen. Das funktioniert großartig. Wenn wir uns die Chefredaktionen im TV-Bereich anschauen, dann sind wir mittlerweile auch bei zwei Frauen und zwei Männern. Da ist schon viel weitergegangen. Im Pay Gap sind wir Frauen allerdings immer noch 13% hintennach.

medianet: *Sie haben im Laufe Ihrer Karriere mit vielen unterschiedlichen Frauen zusammengearbeitet. Welche Ähnlich-*

„Thema Spezial“ zum Frauentag

8. März, 21:10 Uhr, ORF 2

Rund um den internationalen Frauentag am 8. März hat der ORF ein spezielles Programm zusammengestellt. Darunter auch ein „Thema Spezial“ im Zeichen der Wissenschaft. Vor dem Hintergrund der Errungenschaften und Leistungen bedeutender Österreicherinnen in der Vergangenheit berichtet „Thema Spezial: Frauen in der Wissenschaft – damals und heute“ über das Leben heutiger Wissenschaftlerinnen, zeigt Parallelen oder Unterschiede auf, aber vor allem, was Frauen in der Wissenschaft – unter anderen Vakzinologin Ursula Wiedermann-Schmidt, Mikrobiologin Eva Sigl und die technische Chemikerin Andrea Heinze – heute beschäftigt, inspiriert, motiviert und sie dazu bewegt, das zu tun, was sie tun.

keiten und Differenzen haben Sie bemerkt, wenn es um das Thema Gleichstellung ging?

Zechner: Es gibt meiner persönlichen Erfahrung nach zum Glück sehr viele gestaltungswillige und -fähige Frauen, die mit mehr Kraft als mit Verbitterung agieren. Die Verbitterung oder die Enttäuschung ist aber auch verständlich.

Es ist die Aufgabe der jüngeren Generation, die Frauen, die mit einer gewissen Verbitterung auf das Thema Gleichstellung blicken, zu motivieren und Verständnis zu zeigen, anstatt die Augen zu verdrehen. Denn die ältere Generation hat schon vieles geleistet und zeigt sich klarerweise ab und zu resigniert über den langsamen Fortschritt.

medianet: *Durch die Aktion #ReframingQuotenfrau vom Frauennetzwerk Medien ist das Thema ‚Frauenquote‘ in der Medienbranche wieder aufgenommen worden. Wieso brauchen wir Ihrer Meinung nach eine verpflichtende Frauenquote?*

Zechner: Erstens klar und eindeutig: Wir brauchen die Quote, um in einem über Jahrtausende gelernten Selbstverständnis die Veränderung zu bewirken. Und

das geht nur über die Quote. Ich hab das auch schon oft gesagt: Ich war als junger Mensch der Meinung: ‚Es ist demütigend, eine Quote zu brauchen, weil ich stark genug und wissend genug bin und das selbst machen kann.‘ Bis ich herausgefunden habe, dass der Revierverteidigungsreflex so stark ist, dass, wenn wir in diesem Prozess nicht noch einmal 3.000 Jahre brauchen wollen, die Quote ein adäquates Mittel ist. Ich bin eine Quotenvertreterin, weil ich zutiefst davon überzeugt bin, dass das Revier gemeinsam beackert besser für die Gesellschaft ist. Die Quote ist vor allem dort notwendig, wo die Entscheidungen fallen.

medianet: *Wenn Sie die Möglichkeit hätten, am 8. März etwas für das nächste Jahr zu verändern, was wäre das?*

Zechner: Ich würde die Quote einführen und parallel dazu jeder einzelnen Frau das Selbstwertgefühl mitgeben, das ihr zusteht.

medianet: *Das fehlende Selbstwertgefühl ist bei vielen Frauen ein ganz großes Thema. Wie können wir Frauen unser Selbstwertgefühl stärken?*

Zechner: Ich lade Sie ein, einmal Folgendes auszuprobieren: Setzen Sie sich in Ruhe hin und vervollständigen Sie den Satz: ‚Ich kann XY‘. Und dabei ist es vollkommen egal, was. Dann kommen Sie drauf, was Sie alles können.

Der zweite Teil des Satzes lautet: ‚... und ich kann nicht XY und das ist vollkommen egal, denn meine Kollegin, Nachbarin, Schwester, etc. kann das.‘

Auf diese Weise wächst Ihr Selbstwertgefühl und Sie kommen weg von diesem schulischen Denken à la ‚Das kannst du nicht und das musst du lernen‘, anstatt zu sehen, was Sie alles können.



© ORF/Roman Zach-Kiesling

”

Wir haben schon einiges erreicht, wenn es um die Anzahl der Frauen geht, die in eine verantwortungsvolle Position kommen.

“



Artikelansicht

Tageseingang 02. März 2021

OPTIONEN

ZEITVERLAUF

5

3 3

2 2

1

0

24. 25. 26. 27. 28. 1. 2.

Tage / 24.2.21 - 2.3.21

SUCHE IN TREFFERLI

Suchbegriff/e

SUCHEN

FILTER

[Österreichischer
Journalistinnenkongress:](#)

QUELLENBÜNDEL

[Radio & TV](#)
[Printmedien](#)
[News Sites](#)
[Social Media](#)

BEGRIFFE

[Bunten](#)
[Büro](#)
[Busek](#)

WEBAUTOREN

DRUCKEN

ORF startet mehrwöchigen Programmschwerpunkt

HORIZONT

"horizont.at" gefunden am 02.03.2021 07:06 Uhr

Mary Long / adobe.stock.com Der Sender widmet sich seit Montag mit einem Programmschwerpunkt dem Weltfrauentag am 8. März.



Unter anderem werden Dokumentationen, Reportagen, Magazin-Beiträge und Filmproduktionen über Frauen und deren herausragendes Wirken gezeigt. Eine zweiwöchige Imagekampagne unter dem Motto "Sichtbar machen" rückt im TV und online wenig berücksichtigte weibliche Persönlichkeiten in den Mittelpunkt.

Hundert Frauenpersönlichkeiten der österreichischen Zeitgeschichte und Gegenwart, die bisher kaum oder gar nicht in der Öffentlichkeit wahrgenommen wurden, haben die diesjährige Imagekampagne "Sichtbar machen" inspiriert. Ihre Namen wurde in Kooperation mit dem Haus der Geschichte Österreich und dem Journalistinnenkongress zusammengestellt. Ihre Steckbriefe werden ab 8. März via extra.orf.at präsentiert, kündigte der ORF in einer Aussendung an. Das Publikum ist eingeladen, seine persönlichen Heldinnen über die Plattform einzusenden - gerne auch Frauen, die gerade im vergangenen Jahr der Pandemie Großartiges geleistet haben. Philosophinnen, Schach-Künstlerinnen, Bossinnen Den Auftakt des Programmschwerpunkts im Fernsehen machte die im Rahmen des "kulturMontag" am 1. März gezeigte ORF-Premiere "Rose Valland - Widerstandskampf im Museum" über die in Vergessenheit geratene Pariser Kunsthistorikerin, die während des 2. Weltkriegs ihr Leben riskierte, um den Kunstraub der Nazis zu dokumentieren. Am Weltfrauentag selbst befasst sich der "kulturMontag" (22.30 Uhr) unter anderem mit der Geschichte der Philosophinnen und beleuchtet den Siegeszug der Frauen in der Männerdomäne Schach.

Anschließend an das Kultur-Magazin steht am 8. März in einer neuen Dokumentation "Der neue Feminismus - Zwischen Pop und Marketing" (23.15 Uhr) über die Frauenbewegung des 21. Jahrhunderts im Mittelpunkt, gefolgt von der Doku "Ich bin hier die Bossin" (0.00 Uhr), die fünf österreichische Frauen begleitet, die in männlich dominierten Berufssparten Machtpositionen ausüben und auch privat ein selbstbestimmtes Leben führen. Am 9. März feiert Sabine Derflingers, vom ORF im Rahmen des Film/Fernseh-Abkommens kofinanziertes Porträt "Die Dohnal" (22.35 Uhr) über die ehemalige Frauenministerin, Kämpferin und Wegbereiterin für Frauenrechte in Österreich, Johanna Dohnal, TV-Premiere. Der Islam der Frauen Zum Themenkomplex Frauen und Islam stellt Regisseurin Nadja Frenz in der neuen "kreuz und quer"-Dokumentation "Der Islam der Frauen" am Dienstag (2.3.) um 22.35 Uhr in ORF 2 muslimische Frauen vor, die sich das Ziel gesetzt haben, einen eigenen Weg der Emanzipation zu finden. In "Jahas Versprechen" (23.30 Uhr) dokumentieren Patrick Farrelly und Kate O'Callaghan das Engagement der gambischen Frauenrechts-Aktivistin Jaha Dukureh gegen weibliche Genitalverstümmelung.

Bei den ORF-Radiosendern erstreckt sich das inhaltliche Spektrum auf Ö1 vom "Jobprofil: Komponistin" im "Radiokolleg" über den "Radiogeschichten"-Schwerpunkt "Weiblichkeit im 21. Jahrhundert" bis zu einer "Hörbilder"-Dokumentation über Frauen in

systemrelevanten Berufen. FM4 widmet sich am 8. März der Rolle von Frauen in Protestbewegungen rund um den Globus und auch in Ö3 wird der Weltfrauentag tagesaktuell wahrgenommen.

Metadata

[Archivlink](#)

Typ News Site

Weblink <https://www.horizont.at/medien/news/weltfrauentag-orf-startet-mehrwoechigen-programmschwerpunkt-83965>

Visits 113.680

Unique Clients 43.123

Anfang Zurück Treffer 1 von 3 [Weiter](#) [Ende](#)

[Zur Liste](#)

So erreichen Sie uns

SO ERREICHEN SIE UNS

Laimgrubengasse 10
1060 Wien, Österreich

[Karte & Route](#)

+43 1 36060-5123

clippingservice@defacto.at

Wir über uns

WIR ÜBER UNS

APA-Comm unterstützt Unternehmen und Organisationen in der Abwicklung ihrer integrierten Kommunikationsaktivitäten. Neben der größten Mediendatenbank Österreichs bieten wir unseren Kunden ein umfangreiches Monitoring- und Analyse-Portfolio, das sämtlichen Ansprüchen an moderne und intelligente Kommunikationstools gerecht wird.

130 Mio. Artikel im APA-Comm-Archiv

130 MIO. ARTIKEL IM APA-COMM-ARCHIV

Unser Zeitungs- und Fachdatenarchiv enthält nationale und internationale Tageszeitungen, Magazine sowie APA-Meldungen aus den Jahren 1955 bis heute, Onlinemeldungen, Radio- und TV-Nachrichten von ORF, ATV, Puls 4, Pro 7, SAT 1, sowie Bilderdatenbanken und vieles mehr.

APA-Comm-Clippingservice

APA-COMM-CLIPPING

Mit dem APA-Comm-Clippingservice werden tagesaktuell bis zu 1000 Treffer aus allen österreichischen Printmedien inklusive Anzeigen, Radio- & TV-Sendungen und Webinhalten in bester Qualität für Sie zusammengestellt.

Journalistinnen
Kongress
2021

OTS

OTS0017, 10. Nov. 2021, 08:31



Zehnte Goldene MedienLÖWIN ist Eva Linsinger

Wien (OTS) - Die Goldene MedienLÖWIN für das Lebenswerk geht heuer an Eva Linsinger vom Profil. Für ihren Bericht über Frauen mit Behinderungen im ORF-Magazin „konkret“ nimmt Marianne Waldhäusl die Silberne MedienLÖWIN entgegen. Das Frauenmagazin WOMAN wird für die Aktion „Gegen Gewalt an Frauen“ mit dem MedienLÖWEN ausgezeichnet.

Eva Linsinger wollte schon als Kind Journalistin werden und hat sich gegen alle anderslautenden Ratschläge aus Familie und Bekanntschaft durchgesetzt. Jetzt ist sie stellvertretende Chefredakteurin und Innenpolitik-Chefin beim Profil. Sie ist gerngesehener Talkshow-Gast, wo sie mit ihrer ruhigen Art und ihren messerscharfen Analysen brilliert. Sie schreibt leidenschaftlich gerne über Politik und sie hat „die Lizenz zum Fragen“, sieht das Fragen als Auftrag. Kollegial ist die Buchautorin, hartnäckig ist sie und sie lässt sich ungern blenden von so mancher politischen Persönlichkeit. Das ist der studierten Historikerin und Literaturwissenschaftlerin wohl gelungen. Sie hat vor Profil bei DerStandard, AZ und beim Kurier gearbeitet. Mit Sibylle Hamann, auch eine Goldene MedienLÖWIN (2016), hat Eva Linsinger 2008 das „Weißbuch Frauen/Schwarzbuch Männer“ veröffentlicht. Eva Linsinger – immer am Puls der Zeit – ist jetzt auch regelmäßig im Profil-Innenpolitik-Podcast zu hören. In ihrer Dankesrede bezieht die frischgebackene GoldLÖWIN sich auf die Glaubwürdigkeitskrise der Medien: „Es liegt an uns Medien, an uns Journalist:innen, an Interessensvertretungen und Kongressen wie diesem, die Glaubwürdigkeit wieder herzustellen und die jetzige Krise für einen Neustart zu nützen.“ Die MedienLÖWIN in Gold wird vom Club alpha verliehen und von der Wirtschaftskammer Österreich unterstützt.

Über die Silberne MedienLÖWIN freut sich ORF-Gestalterin Marianne Waldhäusl. Mit einem „konkret“-Beitrag mit dem Titel „Frauen, die behindert werden“ überzeugte sie die Jury. Verliehen wird der Preis vom Clubalpha und unterstützt von Sanofi Austria. Das 20-Minuten-Feature handelt von Frauen mit Behinderungen, ihre Kämpfe, ihre im Vergleich zu Männern mit Behinderung verminderte Sichtbarkeit und ihre andere Art, mit der eigenen Behinderung umzugehen. Der Beitrag oszilliert zwischen menschlicher Nahaufnahme, politischer Ansage, werfe Schlaglichter auf unterschiedliche Lebenskonzepte und baue sich so geschickt auf, dass man vergesse, dass die Frauen mit einer körperlichen Behinderung leben. Der Beitrag, der auch als feministischer Weckruf gelesen werden kann, zeigt, wie Frauen mit dem eigenen Handicap umgehen: „Frauen mit Behinderung werden mehr behindert als Männer mit Behinderung. Diese Frauen sind sehr mutig, selbstbestimmt und vor allem stark.“

Der MedienLÖWE (ebenfalls vom Club alpha verliehen und powered by Jacques Lemans) – die jüngste unter den LÖWINNEN-Auszeichnungen – ging an das Frauenmagazin WOMAN unter der Leitung von Euke Frank, das sich dem sehr heiklen Thema „Gegen Gewalt an Frauen“ annahm. Stories, Online-Features, Inserate – alles drehte sich im Aktionszeitraum um häusliche Gewalt. „Aber nicht pessimistisch, deprimierend oder hoffnungslos, sondern ganz im Gegenteil klar aufzeigend und empowernd“, wie die Jurorinnen befanden. Weil betroffene Frauen selbst zu Wort kamen und erzählten, wie sie es aus der Gewaltbedrohung geschafft haben. Die Redaktion wollte Frauen eine Stimme geben und Bewusstsein schaffen für die stillen Qualen, die diese oft viel zu lange erdulden. Journalistinnen interviewten betroffene Frauen und veröffentlichten anonymisiert deren Erzählungen in vielen Tageszeitungen und Magazinen als doppel-, ganz- oder halbseitige Sujets. Außerdem erzählten Betroffene in Radiospots ihre Geschichte. Diese Aktion soll Frauen Mut machen, einen Schritt raus aus toxischen, oft lebensgefährlichen Beziehungen zu wagen – und uns allen die Augen öffnen. „Was diese Aktion geschafft hat, ist, jenen Frauen ein Sprachrohr zur geben, die nach wie vor in der prekären Situation sind und sich nicht trauen, sich Hilfe zu holen. Wir wollen den Frauen eine Stimme geben, dass sie anderen Frauen Mut machen, sich zu befreien und zu wissen, dass es ein Leben danach gibt.“

MedienLÖWIN in Gold

Die MedienLÖWIN in Gold wird an Journalistinnen mit Vorbildfunktion und für ihr bisheriges Schaffen vergeben. Medienfrauen konnten vorgeschlagen werden, der Beirat des Journalistinnenkongresses hat durch Punktevergabe drei Frauen nominiert. Nominiert waren ebenfalls: Renate Graber (DerStandard Wirtschaft) und Claudia Reiterer (ORF). Durch eine Jury aus 77 bekannten Medienmenschen wurde die Gewinnerin via Punktevergabe ermittelt.

MedienLÖWIN in Silber

Mit der MedienLÖWIN in Silber werden journalistische Beiträge ausgezeichnet, die sich mit den Lebenssituationen von Frauen kritisch auseinandersetzen. Die weiteren Nominierten in dieser Kategorie waren: Christina Höfferer und Christine Pawlata, mit ihrem Beitrag „Corona und Wirtschaft: Das EU-Hilfspaket landet nicht bei den Krisenverliererinnen“ in DerStandard. Er zeigt nach tiefgreifenden Analysen, dass die Begünstigten der EU-Hilfen wieder einmal mehr überwiegend Männer oder männerdominierte Bereiche sind. In Claudia Manns Beitrag „Was geht? – Catcalling“ im Magazin „Futter“ der Kleinen Zeitung (mit A1now TV) nimmt die Journalistin das Thema verbal-gewalttätige, sexistische Anmachsprüche, denen Frauen im öffentlich Raum alltäglich ausgesetzt sind, ins Visier und berichtet über Betroffenheit, Befindlichkeit und Aktionismus.

MedienLÖWE

Journalistinnenkongress

ADRESSE

RÜCKFRAGEN & KONTAKT

Rückfragen: Dr.a Ulrike Schöb
presse@journalistinnenkongress.at
www.journalistinnenkongress.at

MEHR ZU DIESER AUSSENDUNG

Stichworte:
[Medien](#), [Fotogalerie](#), [Auszeit](#)
[Frauen](#), [Online-Medien](#)

Channels:

[Politik](#), [Medien](#)

Geobezug:

[Wien](#)

Der MedienLÖWE geht an Redaktionen oder Medien, die sich durch besonders frauenfreundliche, frauenunterstützende und stärkende Aktionen auszeichnen. Die weiteren Nominierten in dieser Kategorie waren: Beatrice Frasl mit ihrem Podcast „Große vTöchter“. Sie interviewt Expert:innen, Aktivist:innen, und Journalist:innen zu Themen rund um Feminismus, Frauenbewegungen und Frauenpolitik. Frasl versucht, Feminismus in seiner Breite und Vielfalt abzubilden und einer möglichst großen Bandbreite an Perspektiven Raum zu geben. Weiters waren die Sendereihen „Die Zudeckerin“ und „fm4 Klitoris“ von Antonia Stabinger in fm4 nominiert. Die Kabarettistin und Radiomoderatorin bespricht mit scharfer Zunge Frauenfragen angefangen bei Leben, Gesellschaft über Körper sowie Sexualität bis zu Politik und Strukturen. Ihre Waffe ist der Humor, denn sie nimmt alles gehörig aufs Korn.

Der Gala-Abend der MedienLöwinnen ist eine Veranstaltung des Club alpha, des Österreichischen Journalistinnenkongresses und der mrkdiversity.

Weitere Bilder in der [APA-Fotogalerie](#)

Rückfragen & Kontakt:

Rückfragen: Dr.a Ulrike Schöfflinger
presse@journalistinnenkongress.at
www.journalistinnenkongress.at

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS | NEF0001

OTS0150, 10. Nov. 2021, 14:01



23. Journalistinnenkongress (1): It's the Economy, Ladies!

Wien (OTS) - Nach einem pandemiebedingten Online-Jahr kehrte der Journalistinnenkongress 2021 wieder in das Wiener Haus der Industrie zurück. Diesmal lautete das Motto: „It's the Economy, Ladies (Ohne Göld ka Musi)“. Es dreht sich also alles um (Medien-)Frauen, die Wirtschaft und das Geld.

Eröffnende Worte und motivierende Appelle

Den Auftakt machte Maria Rauch-Kallat, ehemalige Frauenministerin (ÖVP) und Initiatorin des Journalistinnenkongresses, mit einer Eröffnungsrede. Sie sprach darin von Finanzen als Tabuthema unter Frauen. In weiterer Folge appellierte sie an die anwesenden Medienfrauen, sich im Job nicht zu bescheiden zu geben und bei Gehaltsverhandlungen nicht zurückzustecken. Vor allem an die anwesenden jungen Journalistinnen gerichtet sagte sie: „Merkt euch, Karriere kann man planen. Das können wir uns von den Männern abschauen.“

In seiner virtuellen Grußbotschaft bestätigt Georg Knill, Präsident der Industriellenvereinigung, Parallelen zwischen dem Industrie-Sektor, der Politik und dem, was auch in Österreichs Redaktionen zu beobachten ist: „Immer noch sind zu wenige Frauen in politischen Spitzenpositionen, in Chefetagen der Medienhäuser und der Industrie angesiedelt.“

Frauenministerin Susanne Raab schloss die Eröffnungsrunde mit einem Statement ab. Darin hob sie einerseits hervor, wie viel sich in den letzten Jahren in Bezug auf Frauen zum Positiven gewandelt hat. Andererseits kritisierte sie aber auch das langsame Voranschreiten der Entwicklungen.

Wer schafft an, wer zahlt?

Mit der Frage „Wirtschaft und Medien(frauen) – Eine schwierige Beziehung? Wer schafft an, wer zahlt?“ eröffnete Kathrin Werner die erste Keynote des Tages. Die Redaktionsleiterin von Plan W, dem Frauen-Wirtschaftsmagazin der Süddeutschen Zeitung, bezeichnet sich gleichzeitig auch als „Frauenbeauftragte der SZ“. In ihrem Vortrag diskutierte sie die Frage, warum Frauen ihr eigenes Wirtschaftsmagazin brauchen: „Oft sieht man in Wirtschaftsmagazinen mehr Frauen in den Werbeanzeigen als in den Texten.“ Ist in einem Text dann einmal eine Frau als Protagonistin vertreten, würden ihr häufig viel „weichere“ Fragen gestellt als Männern. Zudem komme kaum ein Text mit weiblicher Hauptperson ohne Anmerkungen bezüglich des Äußerlichen aus. Schwierig sei jedoch die Finanzierung eines Frauen-Wirtschaftsmagazins wie Plan W: Anzeigekundschaft gebe es kaum.

Auch bei Horst Pirker, Chef der VGN Medien-Holding, ging es um Geld. In seiner Keynote sprach er von einer Qualitätsspirale: Journalistische Qualität benötige Geld. Nimmt die Qualität ab, nehmen auch die Einnahmen ab. Seien die Einnahmen aber zu gering, könne auch ein gewisser Qualitätsstandard nicht mehr gehalten werden. Wer zahlt, hat in seinen Augen aber trotzdem nur in Ausnahmefällen das Zepter in der Hand: „Wer zahlt, schafft Gott sei Dank nur ausnahmsweise an. Wer zahlt, übt aber Einfluss aus. Und wer nicht zahlt, übt auch Einfluss aus.“

Wenn der Feminismus zum Werbemittel wird

Der dritte Programmpunkt des Tages stand unter dem Motto des 2021 erschienenen Buches von Beate Hausbichler mit dem Titel „Der verkaufte Feminismus“. Hausbichler ist Redakteurin bei Der Standard und Autorin. In dem Gespräch mit Barbara Haas (Chefin von Podcast und Video bei der Kleinen Zeitung) erläuterte sie, wie aus der politischen Bewegung Feminismus ein Label wurde, das sich der Konsumkapitalismus zunutze gemacht hat. Feminismus werde von vielen Firmen als Werbemittel benutzt: Ein Produkt oder ein ganzes Unternehmen verkauft sich als feministisch. Kampagnen werden feministisch geframet, Empowerment wird in den Vordergrund gestellt. Was sich dahinter aber verbirgt, ist die Hoffnung auf Profit.

Sophie Aster, YoungStar

Weitere Bilder in der [APA-Fotoservice-Galerie](#)

Rückfragen & Kontakt:

Journalistinnenkongress
Dr.a Ulrike Schöfflinger
Presse, SM, YS & Medienpartner Management
+43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
fb: facebook.com/journalistinnenkongress

Journalistinnenkongress

ADRESSE

RÜCKFRAGEN & KONTAKT

Journalistinnenkongress
Dr.a Ulrike Schöfflinger
Presse, SM, YS & Medienpartner
Management
+43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
fb:
facebook.com/journalistinner
tw: @joko_at
insta: JoKo_at

MEHR ZU DIESER AUSSENDUNG!

Stichworte:
[Medien](#), [Fotogalerie](#), [Gesellschaft](#),
[Wirtschaft und Finanzen](#), [Karriere](#)

Channels:

[Wirtschaft](#), [Medien](#), [Karriere](#)

Geobezug:

[Wien](#)

OTS0169, 10. Nov. 2021, 15:41



23. Journalistinnenkongress (2): Weckruf für die Politik

Forderung nach Gleichstellung in der Medienförderung

Wien (OTS) - Im Großen Festsaal des Hauses der Industrie wird ein Zeichen gesetzt. Sechs bedeutende Medienfrauen versammeln sich im Rahmen des 23. Journalistinnenkongresses, um ihre Forderungen nach Gleichstellungskriterien in der Medienförderung auszusprechen. Maria Rauch-Kallat (Initiatorin des Österreichischen Journalistinnenkongresses), Elisabeth Pechmann (Initiatorin der Forderungen), Daniela Kraus (Geschäftsführerin des Presseclubs Concordia), Martina Madner (Vorsitzende des Frauennetzwerks), Heidi Vitéz (Vorstandsmitglied des Oberösterreichischen Presseclubs) und Romy Seidl (Gründungspräsidentin der Salzburger Medienfrauen) sind sich einig: Die Gleichstellung muss ein Vergabekriterium der Medienförderung werden.

Österreichs Medienfrauen fordern am Journalistinnenkongress 2021, die Gleichstellung in der Medienförderung zu verankern. Das soll anhand von Kriterien erfolgen, die die „Repräsentanz der Geschlechter in der Medienlandschaft gemäß dem Anteil an der Bevölkerung“ sicherstellen, so die offizielle Forderung. Darauf legt Martina Madner (Frauennetzwerk) besonders wert. Sie betont, dass die österreichische Bevölkerung zu 51 Prozent aus Frauen besteht und demnach „51 Prozent aller Posten bis hinauf in die Führungsebenen“ von Frauen belegt werden sollen.

„Es kann nur mit ökonomischem Druck funktionieren“, zitiert Romy Seidl (Salzburger Medienfrauen) die Journalismus-Ikone Brigitte. Daniela Kraus stimmt überein und erklärt die derzeitige Medienförderung für nicht zeitgemäß. Aus diesem Grund soll die neue Medienförderung Förderungswerber*innen dazu verpflichten, konkrete Zielwerte für die Besetzung redaktioneller und kaufmännischer Führungspositionen festzulegen sowie Gleichstellungspläne für ihre Organisation zu erstellen. Des Weiteren fordert die Initiatorin Elisabeth Pechmann Chancengleichheit in den Bereichen Recruiting, Aus- und Weiterbildung. Zudem sollen künftig redaktionelle Richtlinien thematisch wie inhaltlich gender-kompetente Arbeit garantieren. Als Untermauerung bieten die Medienfrauen ihre Unterstützung und Mitarbeit in den Entscheidungsgremien an.

Heidi Vitéz (Medienfrauen OÖ) thematisiert das 2018 entwickelte Strategieprogramm „Frauen.Leben 2030“ und lädt Medienfrauen, dazu ein, das [Logo „communication plurality commitment“](#) zu verwenden. Mit seiner Verwendung verpflichtet man sich dazu, sich für mediale Gleichstellung einzusetzen.

Um 11:51 Uhr, nachdem jede der sechs Medienfrauen erläutert hat, warum sie die Politik dazu auffordert, Gleichstellung in der Medienförderung zu verankern, bittet Elisabeth Pechmann die Zuhörerinnen aufzustehen, ihre Handys emporzuhalten und einen beliebigen Weckton abzuspielen. Das soll der „Weckruf für die Politik“ sein. Damit setzen Österreichs Medienfrauen ein Zeichen. „Wachsam sein“ ist die Devise. Denn „wir dürfen nicht davon ausgehen, dass das Erreichte immer bestehen bleibt“, appelliert Maria Rauch-Kallat.

Pia Dolesch, YoungStar

[Weitere Bilder in der APA-Fotoservice-Galerie](#)

Mediale Gleichstellung unterstützen

Rückfragen & Kontakt:

Journalistinnenkongress
 Dr.a Ulrike Schöfflinger
 Presse, SM, YS & Medienpartner Management
 +43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
 fb: facebook.com/journalistinnenkongress
 tw: @joko_at
 insta: JoKo_at

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS | NEF0011

Journalistinnenkongress

ADRESSE

RÜCKFRAGEN & KONTAKT

Journalistinnenkongress
 Dr.a Ulrike Schöfflinger
 Presse, SM, YS & Medienpartner Management
 +43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
 fb:
 facebook.com/journalistinner
 tw: @joko_at
 insta: JoKo_at

MEHR ZU DIESER AUSSSENDUNG!

Stichworte:
[Medien](#), [Karriere](#), [Gesellschaft](#), [Wirtschaft und Finanzen](#)

Channels:
[Wirtschaft](#), [Medien](#), [Karriere](#)

Geobezug:
[Wien](#)

OTS0174, 10. Nov. 2021, 15:45



23. Journalistinnenkongress (3): Is the stage ours? Fakten zu Frauen in Business, Führung und Machtrollen

„Sichtbarkeit wirkt, Unsichtbarkeit aber auch!“ – Maria Pernegger beim 23. Österreichischen Journalistinnenkongress im Haus der Industrie

„Die Arbeit von Frauen hat einen geringeren gesellschaftlichen Status. Und der wird auch geringer bezahlt.“

(„media affairs“-Geschäftsführerin Maria Pernegger)

Wien (OTS) - „media affairs“-Geschäftsführerin Maria Pernegger kennt die Fakten über Frauen in Business, Führung und Machtrollen. „Sichtbarkeit wirkt, Unsichtbarkeit aber auch“, so die Medienanalytistin. Während der Pandemie seien Frauen stark zurückgedrängt worden – auch medial. Der Frauenanteil in der sichtbaren Bildbarkeit lag zuvor jahrelang bei rund 28 Prozent. Zwar niedrig, aber konstant. Jetzt ist dieser Wert um 5 Prozentpunkte zurückgegangen und liegt bei 23 Prozent. In den Branchen Finanzen und Banken, IT und Telekommunikation seien Frauen besonders stark unterrepräsentiert.

Pernegger sieht im Gender Pay Gap noch immer ein großes Problem: „Die Arbeit von Frauen hat einen geringeren gesellschaftlichen Status. Und der wird auch geringer bezahlt.“ Während es in prestigeträchtigen Berufsfeldern an Frauen mangelt, ist ihr Anteil in den fünf schlechtbezahltesten Berufsgruppen am allerhöchsten.

Die nächsten Jahre könnten laut Pernegger eine große Chance für Frauen bieten. In Österreich dürften einige Unternehmen in den nächsten Jahren von starken Pensionierungswellen betroffen sein. „Unternehmen können es sich jetzt einfach nicht mehr leisten, auf Frauen in Führungspositionen zu verzichten“, sagt Pernegger. Es sei aber gar nicht so leicht, Frauen jetzt für Branchen wie die IT zu motivieren. Schließlich seien sie davor jahrelang zurückgedrängt worden und aktuelle Gender Bilder seien ewig gewachsen.

Am Ende spricht Pernegger noch über Frauen im Sportjournalismus. Sie sind nämlich nicht nur in den Sportressorts von Medien extrem unterrepräsentiert, sondern es wird auch viel weniger über sie berichtet als über ihre männlichen Kollegen. Die Gesamtpresenz von Frauen in der Sportberichterstattung betrage lediglich 10 Prozent und im Bildbereich noch viel weniger. Das sei im Sport besonders problematisch, denn nur wer sichtbar ist, ist für Sponsoren attraktiv.

Weitere Bilder in der [APA-Fotoservice-Galerie](#)

Sarah Emminger – YoungStar

Rückfragen & Kontakt:

Journalistinnenkongress
Dr.a Ulrike Schöfflinger
Presse, SM, YS & Medienpartner Management
+43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
fb: facebook.com/journalistinnenkongress
tw: @joko_at
insta: JoKo_at

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS | NEF0012

Journalistinnenkongress

ADRESSE

RÜCKFRAGEN & KONTAKT

Journalistinnenkongress
Dr.a Ulrike Schöfflinger
Presse, SM, YS & Medienpartner
Management
+43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
fb:
facebook.com/journalistinner
tw: @joko_at
insta: JoKo_at

MEHR ZU DIESER AUSSENDUNG!

Stichworte:
[Medien](#), [Gesellschaft](#), [Karrier](#)
[Zeitungen](#)

Channels:
[Wirtschaft](#), [Medien](#), [Karriere](#)

Geobezug:
[Wien](#)

OTS0176, 10. Nov. 2021, 15:50



23. Journalistinnenkongress (4): Warum Journalistinnen über Geld reden sollten

Podiumsdiskussion am Journalistinnenkongress 2021: „Über Geld spricht frau nicht – Warum Geld und Wirtschaft für (Medien-)Frauen ein ungeliebtes Thema ist“

Wien (OTS) - „Traut euch! Habt nicht diese Hemmschwelle!“ – Zur Halbzeit ging es am 23. Journalistinnenkongress im Haus der Industrie um das unbeliebte Gesprächsthema „Geld“, wobei fünf Referentinnen reichlich Lösungsansätze lieferten. In einer Podiumsdiskussion unter der Leitung von Esther Mitterstieler (Ressortleiterin Wirtschaft ORF-Radio) stellten sich Medienkennerinnen die Frage, warum Geld und Wirtschaft unter Frauen noch immer Tabuthemen sind. Maria Pernegger (Geschäftsführerin Media Affairs), Helma Sick (Autorin und Finanzexpertin), Katinka Nowotny (Leitung Wirtschaftsmagazin Eco) und Renate Graber (Wirtschaftsredakteurin der Standard) waren sich einig: Wirtschaft betrifft uns alle, denn es dreht sich nicht nur um Zahlen.

„Wirtschaft ist alles“

Häufig lassen sich gerade Frauen von der Zahlenflut in der Wirtschaftsberichterstattung einschüchtern. Dass hinter diesen Zahlen alltägliche Geschichten stecken, wird dabei oft vergessen. „Wirtschaft ist alles“, erklärte Wirtschaftsredakteurin und FH-Dozentin Renate Graber und plädierte dafür, komplexe Themen allgemein verständlich darzustellen. Nur so könne die Berichterstattung greifbar und für möglichst viele zugänglich gemacht werden. Katinka Nowotny bestätigte die These am Beispiel ihrer eigenen Redaktion. Um eine möglichst breite Masse zu erreichen, nämlich immerhin ca. 500.000 wöchentliche Zuseher*innen, berichtet ECO von alltäglichen wirtschaftlichen Geschichten oder Bereichen wie Klima und Energie, die vor allem auch Frauen ansprechen.

Her mit den harten Themen

Maria Pernegger sprach sich jedoch für geschlechterunabhängige Fragestellungen aus. Damit ein tatsächlicher Tabubruch stattfinden kann, müsse man Männern und Frauen dieselben Fragen stellen. Als Medienanalytikerin appellierte sie an Journalist*innen: „Wenn Sie Frauen in die Medien bringen, dann nicht nur mit weichen Themen, stellen Sie auch Fragen zu harten Themen wie zum Beispiel Geld.“ Über das Geld reden sei das A und O, sowohl im privaten als auch im beruflichen Kontext, Stichwort Gehaltsverhandlungen, bestätigte Katinka Nowotny.

Gleichberechtigung einfordern

Um die Hemmschwelle, die zwischen der Frau und der Wirtschaft liegt, zu überwinden, braucht es mehr als nur das Aufzeigen bestehender unfairer Strukturen. Helma Sick appellierte an die Frauen, den Verstand einzusetzen und konkrete Forderungen zu stellen. So sollte ein Mann beispielsweise genauso lang bei den Kindern bleiben wie seine Frau, anstatt währenddessen Karriere zu machen. Zu häufig würden die Konsequenzen von Teilzeitarbeit unter Frauen übersehen werden, wie die Möglichkeit, Einkommen zu generieren und für Vermögen und Pension zu sparen. Helma Sick, die Autorin von „Ein Mann ist keine Altersvorsorge“, beendete die Podiumsdiskussion mit einem Zitat von Simone de Beauvoir: „Wenn Frauen nichts fordern, bekommen sie was sie fordern, also nichts.“

Fanny Gasser, YoungStar

[Weitere Bilder in der APA-Fotoservice-Galerie](#)

Rückfragen & Kontakt:

Journalistinnenkongress
Dr.a Ulrike Schöfflinger
Presse, SM, YS & Medienpartner Management
+43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
fb: facebook.com/journalistinnenkongress
tw: @joko_at
insta: JoKo_at

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS | NEF0013

Journalistinnenkongress

ADRESSE

RÜCKFRAGEN & KONTAKT

Journalistinnenkongress
Dr.a Ulrike Schöfflinger
Presse, SM, YS & Medienpartner
Management
+43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
fb:
facebook.com/journalistinner
tw: @joko_at
insta: JoKo_at

MEHR ZU DIESER AUSSENDUNG!

Stichworte:
[Medien](#), [Wirtschaft und Finanzen](#),
[Gesellschaft](#), [Karriere](#), [Zeitungen](#)

Channels:

[Wirtschaft](#), [Medien](#), [Karriere](#)

Geobezug:

[Wien](#)

OTS0190, 10. Nov. 2021, 17:13



23. Journalistinnenkongress (5): Finanztipps für Frauen

Wien (OTS) - Mit dem Thema Gesundheit müssen wir uns angesichts der Pandemie so intensiv wie nie zuvor befassen, doch wie sieht es eigentlich mit unserer finanziellen Gesundheit aus? Beim 23. Journalistinnenkongress sprachen Doris Bock, Margarete Kriz-Zwitkovits und Astrid Kuffner in einer Breakout-Session über „gesunde“ Finanzen und das wirtschaftliche Wohlbefinden von Frauen.

Wie schafft man es, dass die eigenen Finanzen „gesund“ sind? Was bedeutet Selbstständigkeit im Journalismus und wie sieht sinnvolle Altersvorsorge aus? Das alles wurde in der Break-Out-Session des Journalistinnenkongresses thematisiert. Rund zwanzig interessierte Frauen versammelten sich, um von den drei Expertinnen zu lernen.

Den Anfang des Vortrags übernahm Margarete Kriz-Zwitkovits (WKW). Gleich zu Beginn stellte sie klar: „Die Entlohnung von Frauen hinkt immer noch nach. Ich sehe gerade in der Selbstständigkeit eine Riesenchance, das gleichzustellen“. Kriz-Zwitkovits wies daher auf verschiedene Anlaufstellen hin, die Frauen auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit helfen können. Darunter das Forum EPU und das [Netzwerk Frau in der Wirtschaft](#).

Doris Bock (db-Unternehmerberatung) gab Tipps für gelungene Investitionsstrategien und betonte, dass der Austausch mit anderen ein mächtiges Mittel sei. Man solle über Geld reden und das Thema nicht scheuen. So würden sich oft neue Ideen und Investitionsmöglichkeiten ergeben. „Ab 25 Euro im Monat bist du schon dabei“, so Bock.

Den Abschluss machte Astrid Kuffner (freie Journalistin). Sie selbst sei 2003 ins kalte Wasser gesprungen, nachdem sie ihr letztes Angestelltenverhältnis verlassen hatte. „Immer verhandeln – nie für lau arbeiten“, gab sie dem Publikum mit. Man müsse sich als freie Journalistin breit aufstellen, viele Projekte gleichzeitig machen und zwischen Geld, Herzblut und Zeit gekonnt abwägen.

Obwohl die drei Frauen ihren Fokus auf unterschiedliche Thematiken legten, waren sie sich in einer Sache alle einig: Egal, wie klein der Betrag ist, den man investieren oder zur Seite legen kann, man kann nie früh genug mit der Vorsorge anfangen.

Isabelle Grasser, YoungStar

Rückfragen & Kontakt:

Journalistinnenkongress
 Dr.a Ulrike Schöfflinger
 Presse, SM, YS & Medienpartner Management
 +43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
 fb: facebook.com/journalistinnenkongress
 tw: @joko_at
 insta: JoKo_at

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS | NEF0016

Journalistinnenkongress

ADRESSE

RÜCKFRAGEN & KONTAKT

Journalistinnenkongress
 Dr.a Ulrike Schöfflinger
 Presse, SM, YS & Medienpar
 Management
 +43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
 fb:
 facebook.com/journalistinner
 tw: @joko_at
 insta: JoKo_at

MEHR ZU DIESER AUSSENDUNG!

Stichworte:
[Medien](#), [Wirtschaft und Finanzen](#), [Karriere](#), [Finanzen und Dienstleistungen](#), [Gesellschaft](#)

Channels:

[Wirtschaft](#), [Medien](#), [Karriere](#)

Geobezug:

[Wien](#)

OTS0193, 10. Nov. 2021, 17:35



23. Journalistinnenkongress (6): Kein Geld für die Frauen – Gender-Budgeting ist in Österreich nach wie vor Illusion

Auch die Verankerung im Bundeshaushaltsgesetz garantiert österreichischen Journalistinnen nicht die Hälfte des finanziellen Kuchens.

Wien (OTS) - Eigentlich hat sich Österreich international hohe Ziele gesteckt. Gender-Gleichstellung quer durch Bund, Länder und Gemeinden. Viele Länder, so betont abz-Austria Vorstand Manuela Vollmann, würden sogar bewundernd nach Österreich schauen. Doch dass es in Wirklichkeit ganz anders ist, davon handelt die Breakout-Session „Geld.Macht.Politik – Was Gender-Budgeting bringt“ beim Österreichischen Journalistinnenkongress 2021 im Haus der Industrie. So meint Martina Madner, Journalistin bei der Wiener Zeitung: „Es ist viel weniger eine in Zahlen gegossene Politik als gedacht.“

„Die Männer kriegen das Geld, die Frauen machen die Arbeit“

In Österreich steht die Gleichstellung zwar im Bundeshaushaltsgesetz, in der Realität sind aber diese Weisung und das Budget nicht aneinander gebunden. Soll heißen, es gibt keine Konsequenzen und wie erst kürzlich bei der Steuerreform profitieren zwei Drittel Männer und nur ein Drittel Frauen von den Geldern. Auch der „Familienbonus“ gehe weitgehend an gutverdienende Männer, da der Betrag an die Höhe der Steuern gebunden sei. „Die Männer kriegen das Geld, die Frauen machen die Arbeit“, so Elisabeth Klatzer vom Imag Gender Budgeting. Es sei ein „Väterbonus“.

Des Weiteren würde laut Klatzer der Begriff Gender-Budgeting in Österreich „missbraucht“ werden. Viel zu oft versteht die Bevölkerung darunter eine Frauenquote oder Chancengleichheit. Dabei ginge es nur darum, wie das Budget verwendet wird. So hätte Österreich beispielsweise eine der EU-weit höchsten Coronaförderungen, laut Mader hätten Studien aber gezeigt, dass beispielsweise von der Kurzarbeit mehr Männer profitiert haben.

Doch selbst eine genauere Betrachtung des Budgets lässt nur wenig erkennen, da das System so undurchsichtig sei. So sind auch laut Klatzer die Wirkungsziele der verschiedenen Bundesressorts in punkto Gleichstellung sehr schwammig formuliert. Beispielsweise hätte die Landwirtschaft zwar ein riesiges Budget, aber das sehr oberflächliche Gleichstellungsziel, dass gleich viele weibliche wie männliche SchülerInnen land- und forstwirtschaftliche Schulen besuchen. Was wieder eine Quoten- und keine Budgetfrage ist.

Transparenz bei der Budgetierung gefordert

Diese prekäre Lage gilt nicht nur für Österreich, sondern auch für die EU selber. Die in Folge der Corona-Pandemie gegründete Aufbau- und Resilienzfazilität, aus deren Fonds Österreich bis zu 3,46 Milliarden Euro erhalten soll, bietet auch keine transparente Übersicht in der Budgetierung. Kommissionspräsidentin Ursula van der Leyen habe zwar angekündigt, nachträglich überprüfen zu wollen, wie das Geld ausgegeben wird. Aber, so Vollmann, welchen Effekt habe das, wenn das Geld bis dahin schon ausgegeben ist?

Eine Lösung sei laut Klatzer ein Gleichstellungsbeirat, der ein bis zwei Mal im Jahr unabhängige Berichte und Zahlen liefert. Vollmann wünscht sich, dass bei zukünftigen Investitionen in neuen Arbeitsbereichen stets darauf geachtet wird, dass es auch Jobs für Frauen gibt. Mader betont, dass Journalistinnen immer wieder Druck machen müssen, um zu erfahren, wofür die Gelder verwendet werden. „Man darf kein Geld ausgeben, ohne zu fragen, wie viel der Gleichstellung zugutekommt.“

Susanne Gottlieb, YoungStar

Rückfragen & Kontakt:

Journalistinnenkongress
Dr.a Ulrike Schöfflinger
Presse, SM, YS & Medienpartner Management
+43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
fb: facebook.com/journalistinnenkongress
tw: @joko_at
insta: JoKo_at

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS | NEF0017

Journalistinnenkongress

ADRESSE

RÜCKFRAGEN & KONTAKT

Journalistinnenkongress
Dr.a Ulrike Schöfflinger
Presse, SM, YS & Medienpar
Management
+43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
fb:
facebook.com/journalistinner
tw: @joko_at
insta: JoKo_at

MEHR ZU DIESER AUSSENDUNG!

Stichworte:
[Medien](#), [EU](#), [Budget](#), [Wirtschaft](#),
[Finanzen](#), [Innenpolitik](#)

Channels:
[Wirtschaft](#), [Medien](#)

Geobezug:
[Wien](#)

OTS0194, 10. Nov. 2021, 17:45



23. Journalistinnenkongress (7): Storytelling abseits klassischer Formate

Wien (OTS) - Journalismus passiert nur in Radio, Print oder TV? Diese Zeiten sind vorbei! Das Internet und insbesondere soziale Medien haben viele neue Formate geschaffen. Über deren Chancen und Probleme diskutierten Beatrice Frasl (Podcast „Große Töchter“), Alena Wacenovsky („die_chefredaktion“) und Katharina Brunner („Hashtag Media“) beim 23. Journalistinnenkongress im Workshop „Storytelling Digital“.

Social Media als Nachrichtenquelle

Der klassische Journalismus erreicht die junge Zielgruppe kaum. Die konsumiert ihre Nachrichten stattdessen hauptsächlich über die sozialen Medien. „Alle jungen Leute sind auf Instagram“, stellte Alena Wacenovsky fest. Mit dem Account „die_chefredaktion“ wollte man deshalb eine Plattform schaffen, auf der Menschen ab 14 Jahren niederschwellig Informationen konsumieren können. Ein ähnliches Ziel verfolgt auch der TikTok-Account „FAQorona“. Dort klärt Hashtag-Media in Kooperation mit der Stadt Wien über die Coronaimpfung auf. Durch das Zusammenspiel von „Wissenschaftskommunikation mit TikTok-Atmosphäre“ möchte man die junge Zielgruppe auf der Plattform zur Impfung bewegen.

Podcasts als Gegenpol zu Social Media

Ein einfacher Zugang ist auch Beatrice Frasl bei ihrem Podcast „Große Töchter“ ein Anliegen. „Ich wollte etwas machen, was niederschwellig ist, feministisch und Menschen in ihren verschiedenen Lebensrealitäten abbildet“, erzählte sie. Einen Unterschied zu Social Media sehe sie darin, dass zum Beispiel Instagram ein sehr schnelllebiges Medium sei: „Ich finde, Podcasts geben Menschen Zeit, Gedanken zu formulieren.“

Finanzierung und Algorithmen als Hürden

Dass vor allem Algorithmen und die Finanzierung bei digitalen Formaten Herausforderungen darstellen, sprachen alle drei Frauen an. Auf den sozialen Medien müsse man die Inhalte an die Regeln der jeweiligen Plattform anpassen, um viele Menschen erreichen zu können. Schreibe man zum Beispiel zu viel über das Thema Feminismus, werde das Posting automatisch weniger Menschen angezeigt. Auch das Finanzieren digitaler Formate sei oft schwierig. Beatrice Frasl erzählte zum Beispiel, dass sie „Große Töchter“ zwei Jahre lang als Herzensprojekt produziert hatte, ohne einen Cent zu verdienen. Inzwischen habe sie jedoch einige Hörer:innen, die ihren Podcast über die Crowdfunding-Plattform „Steady“ finanziell unterstützen.

Cora Krüger, YoungStar

Rückfragen & Kontakt:

Journalistinnenkongress
 Dr.a Ulrike Schöfflinger
 Presse, SM, YS & Medienpartner Management
 +43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
 fb: facebook.com/journalistinnenkongress
 tw: @joko_at
 insta: JoKo_at

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS | NEF0018

Journalistinnenkongress

ADRESSE

RÜCKFRAGEN & KONTAKT

Journalistinnenkongress
 Dr.a Ulrike Schöfflinger
 Presse, SM, YS & Medienpartner
 Management
 +43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
 fb:
 facebook.com/journalistinnenkongress
 tw: @joko_at
 insta: JoKo_at

MEHR ZU DIESER AUSSENDUNG

Stichworte:
[Medien](#), [Online-Medien](#), [Gesellschaft](#),
[Lifestyle](#), [Wirtschaft](#) und [Finanz](#)

Channels:

[Wirtschaft](#), [Medien](#)

Geobezug:

[Wien](#)

OTS0198, 10. Nov. 2021, 18:27



23. Journalistinnenkongress (8): Geschäfte für die Zukunft

Wien (OTS) - Die Breakout-Session 3 „Geschäfte für die Zukunft“ am Journalistinnenkongress wurde von Elisabeth Oberndorfer (Smart Casual), Jelena Pantić-Panić (medien.geil) und Nina Wöss (Female Founders) geleitet. Finanzierungsmodelle und Geschäftsideen für neue Medienprojekte waren Thema.

Mit der Frage, „Wer hat schon einmal mit dem Gedanken gespielt, ein eigenes Medium zu Gründen?“, startet media.geil-Gründerin Jelena Pantić-Panić in die Runde. Einige Hände der Teilnehmerinnen wandern zögerlich in die Luft, mit dem betonten Nachsatz „nur den Gedanken“, werden es ein paar mehr.

It's all about the money – Finanzierungsmöglichkeiten

Lisa Oberndorfer, die mit Smart Casuals ihren eigenen Newsletter betreibt, hat in ihrem Vortrag primär über Finanzierungsmodelle für neue Medienprojekte gesprochen. Es sei eine gute Zeit für kleine Teams, eigene Sachen zu machen. „Was wir sehen, ist, dass der digitale Medienmarkt viel fragmentierter ist“, so Oberndorfer. „In meinem letzten Angestelltenverhältnis habe ich gemerkt: Es interessiert sich niemand von den Medienmachern für die Zielgruppe Frauen.“ Kleinere Medien haben insbesondere den Vorteil, dass sie mehr Inhalt bringen können und sich ihr Publikum stärker mit ihnen identifiziert. Deshalb seien publikumsfinanzierte Inhalte zunehmend machbarer und es könne von dem Beginn der Creator Economy gesprochen werden.

Bei solchen Modellen gibt es die Möglichkeit sich über Mitgliedschaften, Services (z. B. eigene Mitgliederbereiche), E-Commerce (also die eigene Medienmarke nutzen, um Produkte zu verkaufen) zu finanzieren. Auch individuelle Finanzierungsmöglichkeiten auszuarbeiten geht. Dabei gilt das Motto „Think like a product“. Für wen ist das, was ich tue, relevant, und wie erreiche ich diese Zielgruppe?

Vom Mut, auf sich selbst zu setzen

Jelena Pantić-Panić hat mit media.geil ein Mentoring Business für junge Journalist:innen gegründet. Für die Gründung eines eigenen Projekts sollte vorab vor allem die Zielgruppe überlegt und klar definiert sein. Ihr eigenes Projekt richtet sich primär an junge Journalist:innen unter 30. Auch das Finden einer Nische ist ihre Stärke, etwas, das es noch nicht gibt, aber dringend braucht, ist immer eine gute Möglichkeit, zu gründen. Zu ihrem eigenen Projekt und dem anfänglichen Gegenwind aus ihrem Umfeld sagt sie: „Ich wusste, dass da noch was ist. Die anderen haben das nicht gewusst.“ Wichtig ist dabei immer, den Mut zu haben, zu sich selbst zu stehen. Die Angst vor dem Scheitern ist beim Gründen neuer Medienprojekte vor allem ein Hindernis. Jelena Pantić-Panić meint dazu: „Auch wenn ich scheitere, habe ich meine Skills und lerne daraus!“ Am Anfang steht eine Idee, niemand muss alles können und alles weitere ergibt sich.

Journalistinnen haben bereits das Rüstzeug zur Gründerin

Auch Nina Wöss, die Co-Gründerin von Female Founders, schwört auf das Irgendwo-Anfangen. „Mit spannenden Ideen und guter Umsetzung ist es möglich, ein Business aufzubauen und Geld aufzustellen“, sagt sie. Dabei muss klar sein, was das Kernprodukt ist, mit dem auf das Kernproblem geantwortet wird. Journalistinnen bringen dafür von Berufswegen alles mit. Sowohl Gründerinnen als auch Journalistinnen brauchen zuallererst die Fähigkeit, ihr Anliegen zu pitchten. Anschließend braucht es die Weiterentwicklung auf neue Businessmodelle und Internationalisierung bezogen. Sowohl im Journalismus als auch beim Gründen braucht es Geldgeber:innen, mit denen es Zielkonflikte auszuverhandeln gilt. Das größere Ziel ist in beiden Fällen Qualität und Wertsteigerung der eigenen Arbeit.

Jana-Sophie Heumader, YoungStar

Rückfragen & Kontakt:

Journalistinnenkongress
Dr.a Ulrike Schöfflinger
Presse, SM, YS & Medienpartner Management
+43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
fb: facebook.com/journalistinnenkongress
tw: @joko_at
insta: JoKo_at

OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS | NEF0019

Journalistinnenkongress

ADRESSE

RÜCKFRAGEN & KONTAKT

Journalistinnenkongress
Dr.a Ulrike Schöfflinger
Presse, SM, YS & Medienpartner
Management
+43 664 454 77 74
presse@journalistinnenkongress.at
<http://www.journalistinnenkongress.at/>
fb:
facebook.com/journalistinner
tw: @joko_at
insta: JoKo_at

MEHR ZU DIESER AUSSENDUNG

Stichworte:
[Medien](#), [Wirtschaft und Finanzen](#), [Finanzen und Dienstleistungen](#), [Karriere](#), [Gesellschaft](#)

Channels:

[Wirtschaft](#), [Medien](#), [Karriere](#)

Geobezug:

[Wien](#)

Journalistinnen
Kongress
2021

Newsletter

Newsletter 2021/10

[View this email in your browser](#)

Ausschreibung „MedienLÖWIN Silber 2021“

Diese Auszeichnung soll Journalistinnen und Journalisten motivieren, sich mit den Lebenssituationen von Frauen kritisch auseinanderzusetzen. Sie will ein zeitgemäßes Frauenbild sowie die gleichberechtigte Teilhabe unterstützen und Mediennutzerinnen Mut machen, ihren persönlichen Lebensentwurf selbstbestimmt zu verwirklichen.

Teilnahmebedingungen

Dieser Preis wird ausdrücklich EU-weit und für deutschsprachige Journalistinnen und Journalisten jedes Mediums (Print, TV, HF, online) ausgelobt. Die „MedienLÖWIN Silber“ freut sich auf journalistisch anspruchsvolle Berichterstattung sowie gendergerechte Sprache. Die eingereichten Beiträge müssen im Zeitraum Juli 2020 bis Juni 2021 publiziert worden sein und sollten einen Umfang von max. 10 Manus-Seiten (andere Medien analog) nicht überschreiten. (Bücher oder Dokumentarfilme in Spielfilmlänge können leider nicht in die Jurierung einbezogen werden.)

-Vita sowie mit allen Kontaktdaten der Einreichenden (Name, Adresse, E-Mail, Telefon) und **Angaben über die Veröffentlichung** (Medium, Verlag, Erscheinungsdatum) versehen sein.

Bitte beachten Sie folgende **formalen Richtlinien** bei Ihrer Einreichung:

- Pro Einreichung bitte jeweils ein eigenes E-Mail, komplett mit dem eingereichten Beitrag und Ihrer Kurz-Vita (**keine Sammel-Mails** mit mehreren Einreichungen!)
- Werden Serien/Mehrteiler eingereicht, bitte das Gesamtkonzept beschreiben und **nur eine Folge/einen Teil als Beilage** auswählen
- Print-Beiträge sowie alle begleitenden Texte (Vita, evtl. Anschreiben) als Beilagen im **pdf-Format**
- TV- und HF-Beiträge als Beilagen in **gängigen Dateiformaten** (.mpeg, .mov, .mp4/.mp3) oder online abrufbar über **zeitlich und europaweit örtlich unbegrenzte Links**
- Online-Beiträge als pdf-Beilagen oder online abrufbar über **zeitlich und europaweit örtlich unbegrenzte Links**

Einreichungen werden mit dem Betreff „MedienLÖWIN Silber“ in elektronischer Form bis 30. Juni 2021 unter der E-Mail-Adresse

loewinnen@journalistinnenkongress.at

angenommen.

Die Jury behält sich vor, Einreichungen, die den Richtlinien nicht entsprechen, aus der Wertung zu nehmen.

Jury und Bewertung

Die Preisträgerinnen werden von einer frauenbewussten Jury unter Ausschluss des Rechtsweges ermittelt.

Verleihung

Die Preisverleihung findet am Vorabend des Kongresses, Dienstag, 9.

November 2021 um 19 Uhr,

im Haus der Industrie, Schwarzenbergplatz 4, 1030 Wien statt.

Weitere Informationen finden **[Sie auch unter www.journalistinnenkongress.at](http://www.journalistinnenkongress.at)**

[Subscribe](#)[Past Issues](#)[Translate ▼](#)

Gala-Abend der MedienLÖWINNEN 2020

2. Juni 2021

23. Österreichischer Journalistinnenkongress

9. und 10. November 2021

Save the date!



Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)

Newsletter 2021/11

[View this email in your browser](#)



Journalistinnen
Kongress
2021

Midterm-Event - online



**FRAUEN
NETZWERK
MEDIEN**

Kannst du mich hören? Wie herausfordernd Home-Office für Medienfrauen ist

Der Midterm-Event des
Österreichischen Journalistinnenkongress
in Kooperation mit dem
Frauennetzwerk Medien

Mittwoch 19. Mai, 17:00 - 18:30 Uhr

Journalistinnen
Kongress
2021

Hause gearbeitet. Durch das Homeoffice, vor allem in diesen Pandemiezeiten, verrichten Frauen noch mehr unbezahlte Care-Arbeit, sind beruflich von Informationsketten ausgeschlossen und müssen nebenbei auch noch Kinderbetreuung und Homeschooling stemmen. Das schadet ihrer Karriere! Wir wollen mit Expertinnen und (mehrfach) belasteten Frauen der Frage nachgehen, was Homeoffice konkret für Frauen in der Medienbranche bedeutet.

Es diskutieren:

Dr. Gundi Wentner (Gründungspartnerin von Deloitte Human Capital Österreich, arbeitet und publiziert zu Leadership, Bildungs- und Frauenthemen)

Dr. Katharina Mader (Department Volkswirtschaft, Institut für Heterodoxe Ökonomie, Wirtschaftsuniversität Wien, forscht zu feministischer Ökonomie)

Dr. Susanne Schnabl-Wunderlich (Moderatorin, stellvertretende Sendungsverantwortliche REPORT)

ao. Univ.-Prof. Dr. Martin Gruber-Risak (Institut für Arbeits- und Sozialrecht der Universität Wien)

Moderation:

Münire Inam (Vorstandsfrau des Frauennetzwerk Medien und beim ORF)



der brutkasten
ÖSTERREICHIS STARTUP- & INNOVATIONSPLATTFORM



Gundi Wentner



Susanne Schnabl



Katharina Mader



Martin Gruber-Risak



Journalistinnen
Kongress
KO 2021



Münire Inam

Mittwoch, 19. Mai, 2021
17:00 - 18:30 Uhr,














Gala-Abend der MedienLÖWINNEN 2020 2. Juni 2021

Nach aktuellen Corona-Regeln, Details folgen!

23. Österreichischer Journalistinnenkongress 9. und 10. November 2021 Save the date!



Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)



Newsletter 2021/12

[View this email in your browser](#)

Ausschreibung „MedienLÖWE 2021“

Diese Auszeichnung ist für ein Medium oder eine Redaktion gedacht, die sich kontinuierlich und nachhaltig durch besonders frauenfreundliche, - unterstützende und -stärkende Berichterstattung auszeichnet.

Einreichung und Frist

Medien bzw. Redaktionen, denen frauenspezifische Themen ein Anliegen sind und die entsprechende deutschsprachige Berichte (TV- oder Radio-Serien) bzw. Print-Publikationen (z. B. ganze Artikelserien oder laufende Kolumnen) zwischen Juli 2020 und Juni 2021 veröffentlicht haben, können ihre Initiativen über die E-Mail-Adresse loewinnen@journalistinnenkongress.at unter dem Betreff „MedienLÖWE“ einreichen.

Zudem sind auch Interessierte, Chefredaktionen, Medienfrauen-Netzwerke und Ausbildungsinstitutionen eingeladen, ihre Favoritinnen für diesen Preis zu nominieren.

Mail, Telefon) und **Angaben über die Veröffentlichung** (Medium, Verlag, Erscheinungsdatum) versehen sein.

Bitte beachten Sie folgende **formalen Richtlinien** bei Ihrer Einreichung:

- Pro Einreichung bitte jeweils ein eigenes E-Mail, komplett mit dem eingereichten Beitrag und Ihrer Kurz-Vita (**keine Sammel-Mails** mit mehreren Einreichungen!)
- Werden Serien/Mehrteiler eingereicht, bitte das Gesamtkonzept beschreiben und **nur eine Folge/einen Teil als Beilage** auswählen
- Print-Beiträge sowie alle begleitenden Texte (Vita, evtl. Anschreiben) als Beilagen im **pdf-Format**
- TV- und HF-Beiträge als Beilagen in **gängigen Dateiformaten** (.mpeg, .mov, .mp4/.mp3) oder online abrufbar über **zeitlich und europaweit örtlich unbegrenzte Links**
- Online-Beiträge als pdf-Beilagen oder online abrufbar über **zeitlich und europaweit örtlich unbegrenzte Links**

Einreichungen werden mit dem Betreff „MedienLÖWE“ in elektronischer Form bis 30. Juni 2021 unter der E-Mail-

Adresse loewinnen@journalistinnenkongress.at angenommen.

Die Jury behält sich vor, Einreichungen, die den Richtlinien nicht entsprechen, aus der Wertung zu nehmen.

Jury und Bewertung

Die Preisträger/in wird von einer frauenbewussten Jury unter Ausschluss des Rechtsweges ermittelt.

Verleihung

Die Preisverleihung findet am Vorabend des Kongresses, Dienstag, 9. November 2021 um 19 Uhr, im Haus der Industrie, Schwarzenbergplatz 4, 1030 Wien statt.

Weitere Informationen finden Sie auch unter www.journalistinnenkongress.at

Gala-Abend der MedienLÖWINNEN 2020

[Subscribe](#)[Past Issues](#)[Translate ▼](#)

23. Österreichischer Journalistinnenkongress

9. und 10. November 2021

Save the date!



Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)

Newsletter 2021/13

[View this email in your browser](#)

Journalistinnen
Kongress
2021

„Kannst Du mich hören?“

**Wenn Sie unsere Midterm-Diskussion
zur Herausforderung Home-Office
verpasst haben:**



Hier können Sie die Diskussion nachsehen!

Homeoffice schadet wieder einmal öfter den Frauen – zu diesem Schluss kommen etliche Studien. Auch in der Medienbranche wird hauptsächlich von zu Hause gearbeitet. Durch das Homeoffice, vor allem in diesen Pandemiezeiten,

Subscribe

Past Issues

Translate ▾

Kinderbetreuung und Homeschooling stemmen. Das schadet ihrer Karriere!
Wir haben mit Expert*innen und (mehrfach) belasteten Medienfrauen der Frage diskutiert, was Homeoffice konkret für Frauen in der Medienbranche bedeutet.

Am Podium waren:

Dr. Gundi Wentner (Gründungspartnerin von Deloitte Human Capital Österreich, arbeitet und publiziert zu Leadership, Bildungs- und Frauenthemen)

Dr. Katharina Mader (Department Volkswirtschaft, Institut für Heterodoxe Ökonomie, Wirtschaftsuniversität Wien, forscht zu feministischer Ökonomie)

Dr. Susanne Schnabl-Wunderlich (Moderatorin, stellvertretende Sendungsverantwortliche REPORT)

ao. Univ.-Prof. Dr. Martin Gruber-Risak (Institut für Arbeits- und Sozialrecht der Universität Wien)

Moderation:

Münire Inam (Vorstandsfrau des Frauennetzwerk Medien und beim ORF)



der brutkasten
ÖSTERREICH'S STARTUP- & INNOVATIONSPLATTFORM



Gundi Wentner



Susanne Schnabl



Katharina Mader



Martin Gruber-Risak



Journalistinnen
Kongress
KO 2021



Münire Inam

Mittwoch, 19. Mai, 2021
17:00 - 18:30 Uhr,















[Subscribe](#)[Past Issues](#)[Translate ▼](#)

2. JUNI 2021

Nach aktuellen Corona-Regeln, Details folgen!

23. Österreichischer Journalistinnenkongress 9. und 10. November 2021 Save the date!

Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)



Newsletter 2021/15

[View this email in your browser](#)

Verleihung der MedienLÖWINNEN 2020

Im vergangenen November konnten die Auszeichnungen nicht übergeben werden, am 2. Juni 2021 ist das nun nachgeholt worden. Bei einer Feier im Haus der Industrie konnte sich freuen:

Das **Debatten-Ressort der Presse** (Anna-Maria Wallner und Stefanie Kompatscher) über den **MedienLÖWEN**;

Fulya Çayir und Mona Fromm (Handelsblatt) über die **MedienLÖWIN in Silber** für ihr Feature „Corporate Chaos“ - leider konnten die Preisträgerinnen die Löwin nicht persönlich übernehmen;

und **Petra Stuiber** (der Standard) über die **MedienLÖWIN in Gold**.

[Weitere Details finden Sie auf unserer Webseite.](#)





APA-Fotoservice/Jacqueline Godan



Auch heuer suchen wir wieder DIE Top-Journalistin 2021 Reichen Sie Ihre Vorschläge ein!

Diese Auszeichnung ist für Medienfrauen gedacht, die durch ihre Vorbildfunktion, durch ihr bisheriges Lebenswerk und durch ihre Präsenz Frauen Mut machen, sich im Bereich der Medien durchzusetzen.

Einreichung und Frist

Interessierte, Chefredaktionen, Medienfrauen-Netzwerke und Ausbildungs-Institutionen werden eingeladen, ihre Favoritinnen für diesen Preis zu nominieren und mit dem Betreff „MedienLÖWIN Gold“ an die E-Mail-Adresse loewinnen@journalistinnenkongress.at bis 30. Juni 2021 bekannt zu geben (mit Eckdaten zum Lebenslauf und Begründungsschreiben).

Jury und Bewertung

Subscribe

Past Issues

Translate ▼

Bestnominierten werden zum Gala-Abend der LÖWINNEN geladen.

Verleihung

Die Preisverleihung findet am Vorabend des Kongresses, Dienstag, 9. November 2021 um 19 Uhr, im Haus der Industrie, Schwarzenbergplatz 4, 1030 Wien statt.

Weitere Informationen finden Sie auch unter www.journalistinnenkongress.at

Gala-Abend der MedienLÖWINNEN: Dienstag, 9. November 2021
Journalistinnenkongress: Mittwoch, 10. November 2021

Save the date!



Newsletter 2021/17

[View this email in your browser](#)

Noch sind fünf Tage Zeit!



Gerade konnte Petra Stuber, stv. Chefredakteurin des STANDARD die MedienLÖWIN 2020 entgegen nehmen, und schon suchen wir die Kandidatinnen für 2021.

Diese Auszeichnung ist für Medienfrauen gedacht, die durch ihre Vorbildfunktion, durch ihr bisheriges Gesamtwerk und durch ihre Präsenz Frauen Mut machen, sich im Bereich der Medien durchzusetzen.

Interessierte, Chefredaktionen, Medienfrauen-Netzwerke und Ausbildungsinstitutionen werden eingeladen, **ihre Favoritinnen für diesen Preis zu nominieren und mit dem Betreff „MedienLÖWIN Gold“ an die**

Nach Erstellung einer Shortlist durch den Beirat des Journalistinnenkongresses werden ca. 70 österreichische Top-JournalistInnen um ihr Voting gebeten. Die drei Bestnominierten werden zum Gala-Abend der LÖWINNEN geladen. Wer dann ausgezeichnet wird, bleibt bis zum letzten Moment ein gutgehütetes Geheimnis.

Die Preisverleihung findet am Vorabend des Kongresses, Dienstag, 9. November 2021 um 19 Uhr, im Haus der Industrie, Schwarzenbergplatz 4, 1030 Wien statt. Wir hoffen, dass es ein rauschendes Fest wird!

23. Österreichischer Journalistinnenkongress

9. und 10. November 2021

Save the date!

ServusTV sucht Redakteur/in Nachrichten
[Hier finden Sie die Details!](#)

Subscribe

Past Issues

Translate ▾

Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

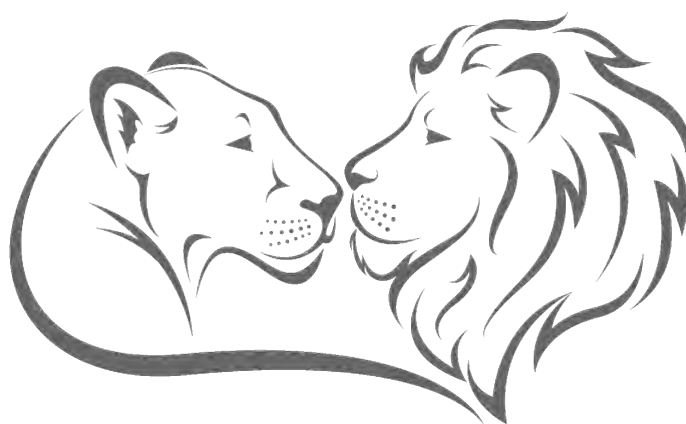
Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)



Newsletter 2021/18

[View this email in your browser](#)

**Die Einreichfrist für
MedienLÖWIN Silber und MedienLÖWE
wird bis 31. Juli 2021 verlängert**



Die MedienLÖWIN Silber soll Journalistinnen und Journalisten motivieren, sich mit den Lebenssituationen von Frauen kritisch auseinanderzusetzen. Sie will ein zeitgemäßes Frauenbild sowie die gleichberechtigte Teilhabe unterstützen und Mediennutzerinnen Mut machen, ihren persönlichen Lebensentwurf selbstbestimmt zu verwirklichen.

Die Auszeichnung des MedienLÖWEN ist für ein Medium oder eine Redaktion gedacht, die sich kontinuierlich und nachhaltig durch besonders frauenfreundliche, -unterstützende und -stärkende Berichterstattung auszeichnet.

Subscribe

Past Issues

Translate ▼

www.journalistinnenkongress.at

Die Beiträge richten Sie an die E-Mail-Adresse

loewinnen@journalistinnenkongress.at

23. Österreichischer Journalistinnenkongress 9. und 10. November 2021 Save the date!



Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Newsletter 2021/23

[View this email in your browser](#)

Was bringt der JOKO 2021?

Unter anderem werden Barbara Haas und Beate Hausbichler über die enttäuschende Entwicklung des Feminismus diskutieren, der immer mehr zum Marketing-Thema verkommt.

„Der verkaufte Feminismus“



Barbara Haas war Chefredakteurin der WIENERIN, derzeit ist sie Ressortleiterin Finanzen und Zeitgeist und Host des WIENERIN-Podcasts bei Styria Media Group AG. Vorstandsmitglied des Frauennetzwerks Medien Wien.

Beate Hausbichler ist seit 2008 Redakteurin bei der österreichischen Tageszeitung DER STANDARD. Im Februar 2021 erschien ihr Buch „Der verkaufte Feminismus. Wie aus einer

[Subscribe](#)[Past Issues](#)[Translate ▼](#)

Unter dem Motto „It’s the Economy, Ladies!” Ohne Göld ka Musi!

findet der **23. Österr. Journalistinnenkongress am 10. November 2021** statt.

Wir freuen uns auf eine analoge Veranstaltung
unter Einhaltung der aktuellen 3G-Regeln
im Haus der Industrie, Schwarzenbergplatz 4, 1030 Wien.

Weitere Infos finden Sie unter
www.journalistinnenkongress.at

Sichern Sie sich Ihr Early-Bird-Ticket!

Einen Monat lang vergünstigten Zugang für den JOKO!



**Bis 30. September um
€ 72,--**

Zu den Tickets

[Subscribe](#)[Past Issues](#)[Translate](#) ▼**TV VEREINIGUNG****ORT****Bundeskanzleramt**
Bundesministerin für Frauen,
Familien und Jugend**KLEINE
ZEITUNG****WKÖ**
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

Für Unterstützung danken wir:

Die Presse, Sheconomy, look, Die Bundesländerinnen, Wienerin, Horizont, FH Joanneum, WIFI Wien, FH Wien der WKW, FH St.Pölten, Donau-Uni Krems, Medianet, Der Standard, Wiener Zeitung, Salzburger Medienfrauen, Frauennetzwerk Medien,

Schreiben Sie uns unter:organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)



Krise prolongiert?

Zahlen und Fakten werden es wieder einmal untermauern. Durch Corona haben Frauen einen stärkeren wirtschaftlichen Rückschlag zu erwarten als Männer - sowohl im Medienbereich, wie auch generell!



Kommt für die Frauen nach der Pandemie der wirtschaftliche Backlash?

Maria Pernegger (Geschäftsführerin von Media-Affairs) hat in ihren Studien zur Präsenz von Frauen in Wirtschaft, Politik und Medien auch untersucht, welche Rückschläge vor allem in den letzten beiden Jahren durch die Pandemie



Unter dem Motto „It’s the Economy, Ladies!” Ohne Göld ka Musi!

findet der **23. Österr. Journalistinnenkongress am 10. November 2021** statt.

Wir freuen uns auf eine analoge Veranstaltung
unter Einhaltung der aktuellen 3G-Regeln
im Haus der Industrie, Schwarzenbergplatz 4, 1030 Wien.

Weitere Infos finden Sie unter
www.journalistinnenkongress.at

Sichern Sie sich Ihr Early-Bird-Ticket!

Einen Monat lang vergünstigten Zugang für den JOKO!



**Bis 30. September um
€ 72,--**

Zu den Tickets

Subscribe

Past Issues

Translate ▼



Für Unterstützung danken wir:

Die Presse, Sheconomy, look, Die Bundesländerinnen, Wienerin, Horizont, FH Joanneum, WIFI Wien, FH Wien der WKW, FH St.Pölten, Donau-Uni Krems, Medianet, Der Standard, Wiener Zeitung, Salzburger Medienfrauen, Frauennetzwerk Medien,

Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)



Newsletter 2021/28

[View this email in your browser](#)

LÖWE wird Partner beim MedienLÖWEN

Mit dem MedienLÖWEN wird ein Medium oder eine Redaktion ausgezeichnet, die sich kontinuierlich und nachhaltig durch besonders frauenfreundliche, frauenunterstützende und frauenstärkende Berichterstattung auszeichnet. Das hat Alfred Riedl, Sternzeichen Löwe und Inhaber von Jaques Lemans, so begeistert, dass er beim Journalistinnenkongress die Partnerschaft für diese Auszeichnung übernommen hat.



in alphabetischer Reihenfolge:

FM4 Radio, die Sendereien von Antonia Stabinger

Stabinger ist eine österr. Kabarettistin, die mit scharfer Zunge in zwei regelmäßigen FM4-Formaten („Die Zudeckerin“ und „FM4 Klitoris“) relevante Frauenfragen auf den Ebenen Leben/Gesellschaft/Körper & Sexualität bzw. Politik/Strukturen aufs Korn nimmt.

Podcast „Große Töchter“ von Beatrice Frasl

Das sagt Beatrice Frasl selbst über ihren Podcast Große Töchter lade ich Expert_innen, Aktivist_innen und Journalist_innen ein, um mit ihnen über Themen rund um Feminismus, Frauenbewegung und Frauenpolitik zu sprechen. Ich versuche, Feminismus in seiner Breite und Vielfalt abzubilden und einer möglichst großen Bandbreite an Perspektiven Raum zu geben.

um häusliche Gewalt gegen Frauen. Aber nicht pessimistisch, deprimierend, hoffnungslos. Sondern, ganz im Gegenteil: klar aufzeigend, aber empowernd. Weil betroffene Frauen selbst sagen, wie sie es geschafft haben, der Gewaltbedrohung zu entkommen.

Der MedienLÖWE wird unterstützt von



**Unter dem Motto
„It’s the Economy, Ladies!”
Ohne Göld ka Musi!**

findet der **23. Österr. Journalistinnenkongress am 10. November 2021** statt.

Wir freuen uns auf eine analoge Veranstaltung
unter Einhaltung der aktuellen Covid-Regeln
im Haus der Industrie, Schwarzenbergplatz 4, 1030 Wien.

Weitere Infos finden Sie unter
www.journalistinnenkongress.at

Zu den Tickets

Subscribe

Past Issues

Translate ▾



Für Unterstützung danken wir:

Die Presse, Sheconomy, look, Die Bundesländerinnen, Wienerin, Horizont, FH Joanneum, WIFI Wien, FH Wien der WKW, FH St.Pölten, Donau-Uni Krems, Medianet, Der Standard, Wiener Zeitung, Salzburger Medienfrauen, Frauennetzwerk Medien, Kurier

Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)



Newsletter 2021/29

[View this email in your browser](#)

Wir gratulieren unserer Moderatorin!

In diesem Monat wurde **Alexandra Wachter** mit zwei der wichtigsten journalistischen Preise ausgezeichnet. Dazu gratulieren wir von ganzem Herzen!

Und freuen uns, dass Sie uns auch heuer wieder mit ihrer sympathischen, klaren Moderation durch den Gala-Abend der MedienLÖWINNEN und durch den Journalistinnenkongress führen wird!



Walther-Rode-Preis

"In guten Reportagen stehen Momentaufnahmen für das Ganze.", erklärt das Medienhaus zur diesjährigen Preisträgerin und erinnert an **Wachters** insistierende Nachfragen im Interview mit Bundeskanzler Sebastian Kurz im

"**Alexandra Wachter** hat sich damit einen Namen als zu jeweils Mächtigen kritisch-distanzierte und sachlich wohlvorbereitete Interviewerin gemacht."

Robert-Hochner-Preis

Alexandra Wachter bereitet sich auf Interviews und Moderationen akribisch vor. Sie zeichnet sich dadurch aus, immer faktenbasiert und sachlich zu agieren, aber dabei nicht locker zu lassen. Sie führte in den vergangenen Monaten herausragende politische Interviews mit Regierungsmitgliedern, darunter dem Bundeskanzler. Dabei blieb sie auch bei Provokationen immer sachlich und bewies ihr eigenständiges Denken überzeugend. Wachter sieht es als ihre Aufgabe, Schwächeren eine Stimme zu geben. Sie bringt deren Positionen in Interviews mit der Spitzenpolitik ein und widmet sich in Beiträgen und Reportagen oft Minderheiten, den Betroffenen von Gewalt und sozial Diskriminierten, sowie der Gleichstellung der Frauen.



Unter dem Motto „It's the Economy, Ladies!“ Ohne Göld ka Musi!

findet der **23. Österr. Journalistinnenkongress am 10. November 2021** statt.

Wir freuen uns auf eine analoge Veranstaltung
unter Einhaltung der aktuellen Covid-Regeln
im Haus der Industrie, Schwarzenbergplatz 4, 1030 Wien.

Weitere Infos finden Sie unter
www.journalistinnenkongress.at

Zu den Tickets

Subscribe

Past Issues

Translate ▾



Für Unterstützung danken wir:

Die Presse, Sheconomy, look, Die Bundesländerinnen, Wienerin, Horizont, FH Joanneum, WIFI Wien, FH Wien der WKW, FH St.Pölten, Donau-Uni Krems, Medianet, Der Standard, Wiener Zeitung, Salzburger Medienfrauen, Frauennetzwerk Medien, Kurier

Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)



Newsletter 2021/31

[View this email in your browser](#)

LIVING NEWS - RoleModels im Gespräch

Es ist ein absolutes Erfolgsformat!

Jedes Jahr warten die Teilnehmerinnen des JOKO auf die Möglichkeit sich mit den besten, erfolgreichsten, österreichischen Medienfrauen auszutauschen. Was im letzten Jahr leider nur digital möglich war, wird es heuer am Kongress wieder „analog“ geben.



Am 10. November 2021 können Sie diese Journalistinnen alles fragen, was Sie schon immer von ihnen wissen wollten!

- Antonia Gössinger
- Brigitte Handlos
- Margit Laufer

[Subscribe](#)[Past Issues](#)[Translate ▼](#)

- Mathilde Schwabeneder
- Nana Siebert
- Simone Stribl
- Lisa Totzauer
- Gabriele Waldner-Pammesberger
- Anna Wallner
- Brigitte Wolf

Mehr zu allen unseren Referentinnen finden Sie auf unserer Webseite

Unter dem Motto „It’s the Economy, Ladies!” Ohne Göld ka Musi!

findet der **23. Österr. Journalistinnenkongress am 10. November 2021** statt.

Wir freuen uns auf eine analoge Veranstaltung
unter Einhaltung der aktuellen Covid-Regeln
im Haus der Industrie, Schwarzenbergplatz 4, 1030 Wien.

Weitere Infos finden Sie unter
www.journalistinnenkongress.at

Zu den Tickets

Subscribe

Past Issues

Translate ▾



Für Unterstützung danken wir:

Die Presse, Sheconomy, look, Die Bundesländerinnen, Wienerin, Horizont, FH Joanneum, WIFI Wien, FH Wien der WKW, FH St.Pölten, Donau-Uni Krems, Medianet, Der Standard, Wiener Zeitung, Salzburger Medienfrauen, Frauennetzwerk Medien, Kurier

Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)



Newsletter 2021/33

[View this email in your browser](#)

MEDIENFRAUEN FORDERN GLEICHSTELLUNG JETZT!

Österreichs Journalistinnen wollen nicht mehr warten! Ohne klare Forderungen braucht es noch Jahrzehnte, bis die Gleichstellung erreicht sein kann. Daher werden die Medienfrauen am Journalistinnenkongress in einem eigenen Programmpunkt laut und deutlich Forderungen präsentieren, die uns schneller ans Ziel bringen sollen.



Die Gleichstellungs-Kriterien in der Medienförderung

Die Forderungen von Österreichs Medienfrauen werden präsentiert von

- **Maria Rauch-Kallat** (Initiatorin JOKO)

[Subscribe](#)[Past Issues](#)[Translate ▼](#)

- **Heidi Vitez** (Medienfrauen OÖ)
- **Romy Seidl** (Salzburger Medienfrauen)
- **Martina Madner** (Frauennetzwerk Medien)

Mehr zu allen unseren Referentinnen finden Sie auf unserer Webseite

Unter dem Motto „It’s the Economy, Ladies!” Ohne Göld ka Musi!

findet der **23. Österr. Journalistinnenkongress am 10. November 2021** statt.

Wir freuen uns auf eine analoge Veranstaltung
unter Einhaltung der aktuellen Covid-Regeln
im Haus der Industrie, Schwarzenbergplatz 4, 1030 Wien.

Weitere Infos finden Sie unter
www.journalistinnenkongress.at

Zu den Tickets

Subscribe

Past Issues

Translate ▾



Für Unterstützung danken wir:

Die Presse, Sheconomy, look, Die Bundesländerinnen, Wienerin, Horizont, FH Joanneum, WIFI Wien, FH Wien der WKW, FH St.Pölten, Donau-Uni Krems, Medianet, Der Standard, Wiener Zeitung, Salzburger Medienfrauen, Frauennetzwerk Medien, Kurier, die Furche

Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)



Newsletter 2021/34

[View this email in your browser](#)

Wer die Wahl hat, hat die Qual!

Die Vielfalt des Kongressnachmittags!

Sie können zwischen 14:00 und 15:30 unter vier Kurzformaten wählen. Zwei haben wir schon vorgestellt, hier die beiden weiteren.

Das ganze Programm des Journalistinnenkongress finden Sie auch auf unserer Webseite

www.journalistinnenkongress.at



BS3 „Geschäfte für die Zukunft“

Medienarbeit 2.0: Recherche/Aufbereitung/Vertrieb - zu viel für eine allein!? Wo sind die Chancen, wo die Stolpersteine? Welche BestPractice-Beispiele gibt es?

- **Lisa Oberndorfer** (smart casual)
- **Nina Wöss** (femalefounders)
- **Edith Michaeler** (fjum)

[Subscribe](#)[Past Issues](#)[Translate ▼](#)

wie kommt der innat kurz und knackig ans digitale Ziel? wie müssen Erzählungen an die neuen Formate wie z.B. TikTok angepasst werden?

- **Beatrice Fraßl** (freie Podcasterin)
- **Alena Wacenovsky** (die_chefredaktion)

Mehr zu allen unseren Referentinnen finden Sie auf unserer Webseite

Unter dem Motto „It's the Economy, Ladies!“ Ohne Göld ka Musi!

findet der **23. Österr. Journalistinnenkongress am 10. November 2021** statt.

Wir freuen uns auf eine analoge Veranstaltung
unter Einhaltung der aktuellen Covid-Regeln
im Haus der Industrie, Schwarzenbergplatz 4, 1030 Wien.

Weitere Infos finden Sie unter
www.journalistinnenkongress.at

Zu den Tickets

Subscribe

Past Issues

Translate ▾



Bundesministerin für Frauen,
Familien und Jugend




Für Unterstützung danken wir:

Die Presse, Sheconomy, look, Die Bundesländerinnen, Wienerin, Horizont, FH Joanneum, WIFI Wien, FH Wien der WKW, FH St.Pölten, Donau-Uni Krems, Medianet, Der Standard, Wiener Zeitung, Salzburger Medienfrauen, Frauennetzwerk Medien, Kurier, die Furche, OÖ Medienfrauen

Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)



Newsletter 2021/35

[View this email in your browser](#)

Der Countdown läuft

Noch vier Tage bis zum
23. Österreichischen Journalistinnenkongress

Trotz der wieder verschärften Maßnahmen findet der Kongress wie geplant - und mit abwechslungsreichem, attraktivem Programm - statt. Zu Ihrer Sicherheit wird streng 2G kontrolliert werden. Bitte halten Sie Ihre Zertifikate gleich beim Eingang bereit.

**„It's the Economy, Ladies!“
Ohne Göld ka Musi!**

Alle aktuellen Infos finden Sie auf unserer Webseite

www.journalistinnenkongress.at

Zu den Tickets

Mit „[Locals Best](#)“ hat der Journalistinnenkongress einen Kooperationspartner gefunden, der uns nicht nur die wunderschönen Blumenarrangements von regionalen Floristen zur Verfügung stellt, sondern uns neue, innovative Wege zeigt, wie Medien-Content an Konsumenten gebracht werden kann.

Ganz im Sinne des heurigen Themas: „It's the Economy, Ladies - Ohne Göld ka Musi“ bietet sich [Locals Best](#) auch als Vermarktungsinitiative für Blogs, Medieninhalte und bezahlten Medien-Content #Paywall an. Die Online-Vermarktungsplattform für österreichische Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen ist dafür geeignet, die digitale Vermarktung, den Zahlungsverkehr und das Monitoring zu übernehmen.

Mit einem Klick können Inhalte wie Blogposts, News oder Aktionen geplant sowie im eigenen, wachstumsorientierten Online-Netzwerk geteilt werden.

Hierfür sind individuell auf die Bedürfnisse des Unternehmens geschnürte Pakete mit Bonuspunkte-System initiiert worden. So bleibt mehr Zeit, sich mit den Inhalten und Beiträgen zu beschäftigen sowie

Subscribe

Past Issues

Translate ▾



Für Unterstützung danken wir:

Die Presse, Sheconomy, look, Die Bundesländerinnen, Wienerin, Horizont, FH Joanneum, WIFI Wien, FH Wien der WKW, FH St.Pölten, Donau-Uni Krems, Medianet, Der Standard, Wiener Zeitung, Salzburger Medienfrauen, Frauennetzwerk Medien, Kurier, die Furche, OÖ Medienfrauen

Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)



Newsletter 2021/36

[View this email in your browser](#)



GALA-Abend goes live!

Wir streamen die Verleihung der MedienLÖWINNEN 2021

Seien Sie dabei. Heute Abend vergeben wir in feierlichem Rahmen die Goldene und die Silberne MedienLÖWIN und den MedienLÖWEN.

Live Stream

Subscribe

Past Issues

Translate ▾



Für Unterstützung danken wir:

Die Presse, Sheconomy, look, Die Bundesländerinnen, Wienerin, Horizont, FH Joanneum, WIFI Wien, FH Wien der WKW, FH St.Pölten, Donau-Uni Krems, Medianet, Der Standard, Wiener Zeitung, Salzburger Medienfrauen, Frauennetzwerk Medien, Kurier, die Furche, OÖ Medienfrauen

Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)





Die MedienLÖWINNEN 2021



Zehnte Goldene MedienLÖWIN ist Eva Linsinger

Die Goldene MedienLÖWIN für das Lebenswerk geht heuer an Eva Linsinger vom Profil. Für ihren Bericht über Frauen mit Behinderungen im ORF-Magazin „konkret“ nimmt Marianne Waldhäusl die Silberne MedienLÖWIN entgegen. Das Frauenmagazin WOMAN wird für die Aktion „Gegen Gewalt an Frauen“ mit dem MedienLÖWEN ausgezeichnet.

Eva Linsinger wollte schon als Kind Journalistin werden und hat sich gegen alle anderslautend Ratschläge aus Familie und Bekanntschaft durchgesetzt. Jetzt ist sie stellvertretende Chefredakteurin und Innenpolitik-Chefin beim Profil. Sie ist gerngesehener Talkshow-Gast, wo sie mit ihrer ruhigen Art und ihren

Kollegial ist die Buchautorin, hartnäckig ist sie und sie lässt sich ungern blenden von so mancher politischen Persönlichkeit. Das ist der studierten Historikerin und Literaturwissenschaftlerin wohl gelungen. Sie hat vor Profil bei DerStandard, AZ und beim Kurier gearbeitet. Mit Sibylle Hamann, auch eine Goldene MedienLÖWIN (2016), hat Eva Linsinger 2008 das „Weißbuch Frauen/Schwarzbuch Männer“ veröffentlicht. Eva Linsinger – immer am Puls der Zeit – ist jetzt auch regelmäßig im Profil-Innenpolitik-Podcast zu hören.

Über die **Silberne MedienLÖWIN freut sich ORF-Gestalterin Marianne Waldhäusl**. Mit einem „konkret“-Beitrag mit dem Titel „Frauen, die behindert werden“ überzeugte sie die Jury. Das 20-Minuten-Feature handelt von Frauen mit Behinderungen, ihre Kämpfe, ihre im Vergleich zu Männern mit Behinderung verminderte Sichtbarkeit und ihre andere Art, mit der eigenen Behinderung umzugehen. Der Beitrag oszilliert zwischen menschlicher Nahaufnahme, politischer Ansage, werfe Schlaglichter auf unterschiedliche Lebenskonzepte und baue sich so geschickt auf, dass man vergesse, dass die Frauen mit einer körperlichen Behinderung leben. Der Beitrag, der auch als feministischer Weckruf gelesen werden kann, zeigt, wie Frauen mit dem eigenen Handicap umgehen.

Der MedienLÖWE – die jüngste unter den LÖWINNEN-Auszeichnungen – **ging an das Frauenmagazin WOMAN** unter der Leitung von Euke Frank, das sich dem sehr heiklen Thema „Gegen Gewalt an Frauen“ annahm. Stories, Online-Features, Inserate – alles drehte sich im Aktionszeitraum um häusliche Gewalt. „Aber nicht pessimistisch, deprimierend oder hoffnungslos, sondern ganz im Gegenteil klar aufzeigend und empowernd“, wie die Jurorinnen befanden. Weil betroffene Frauen selbst zu Wort kamen und erzählten, wie sie es aus der Gewaltbedrohung geschafft haben. Die Redaktion wollte Frauen eine Stimme geben und Bewusstsein schaffen für die stillen Qualen, die diese oft viel zu lange erdulden. Journalistinnen interviewten betroffene Frauen und veröffentlichten anonymisiert deren Erzählungen in vielen Tageszeitungen und Magazinen als doppel-, ganz- oder halbseitige Sujets. Außerdem erzählten Betroffene in Radiospots ihre Geschichte. Diese Aktion soll Frauen Mut machen, einen Schritt raus aus toxischen, oft lebensgefährlichen Beziehungen zu wagen – und uns allen die Augen öffnen. „ZITAT DER SIEGERINNEN“

MedienLÖWIN in Gold

Die MedienLÖWIN in Gold wird an Journalistinnen mit Vorbildfunktion und für ihr bisheriges Schaffen vergeben. Medienfrauen konnten vorgeschlagen

Wirtschaft) und Claudia Reiterer (ORF). Durch eine Jury aus 77 bekannten Medienmenschen wurde die Gewinnerin via Punktevergabe ermittelt. Die MedienLÖWIN in Gold wird von der Wirtschaftskammer Österreich unterstützt.

MedienLÖWIN in Silber

Mit der MedienLÖWIN in Silber werden journalistische Beiträge ausgezeichnet, die sich mit den Lebenssituationen von Frauen kritisch auseinandersetzen. Unterstützt wird der Preis von Sanofi Austria. Die weiteren Nominierten in dieser Kategorie waren: Christina Höfferer und Christine Pawlata, mit ihrem Beitrag „Corona und Wirtschaft: Das EU-Hilfspaket landet nicht bei den Krisenverliererinnen“ in DerStandard. Er zeigt nach tiefgreifenden Analysen, dass die Begünstigten der EU-Hilfen wieder einmal mehr überwiegend Männer oder männerdominierte Bereiche sind. In Claudia Manns Beitrag „Was geht? – Catcalling“ im Magazin „Futter“ der Kleinen Zeitung (mit A1now TV) nimmt die Journalistin das Thema verbal-gewalttätige, sexistische Anmachsprüche, denen Frauen im öffentlich Raum alltäglich ausgesetzt sind, ins Visier und berichtet über Betroffenheit, Befindlichkeit und Aktionismus.

MedienLÖWE

Der MedienLÖWE (featured by Jacques Lemans) geht an Redaktionen oder Medien, die sich durch besonders frauenfreundliche, frauenunterstützende und stärkende Aktionen auszeichnen. Die weiteren Nominierten in dieser Kategorie waren: Beatrice Frasel mit ihrem Podcast „Große Töchter“. Sie interviewt Expert:innen, Aktivist:innen, und Journalist:innen zu Themen rund um Feminismus, Frauenbewegungen und Frauenpolitik. Frasel versucht, Feminismus in seiner Breite und Vielfalt abzubilden und einer möglichst großen Bandbreite an Perspektiven Raum zu geben. Weiters waren die Sendereihen „Die Zudeckerin“ und „fm4 Klitoris“ von Antonia Stabinger in fm4 nominiert. Die Kabarettistin und Radiomoderatorin bespricht mit scharfer Zunge Frauenfragen angefangen bei Leben, Gesellschaft über Körper sowie Sexualität bis zu Politik und Strukturen. Ihre Waffe ist der Humor, denn sie nimmt alles gehörig aufs Korn.

Subscribe

Past Issues

Translate ▾



 Bundesministerin für Frauen,
Familien und Jugend




Für Unterstützung danken wir:

Die Presse, Sheconomy, look, Die Bundesländerinnen, Wienerin, Horizont, FH Joanneum, WIFI Wien, FH Wien der WKW, FH St.Pölten, Donau-Uni Krems, Medianet, Der Standard, Wiener Zeitung, Salzburger Medienfrauen, Frauennetzwerk Medien, Kurier, die Furche, OÖ Medienfrauen

Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

 Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)


Newsletter 2021/38

[View this email in your browser](#)

Es braucht einen ganz lauten Weckruf!



Wenn alle Handys klingeln ...

Laut und deutlich unterstrichen die Medienfrauen am 23. Österreichischen Journalistinnenkongress ihre Forderungen endlich die Gleichstellung in der Medienförderung Österreichs durch- und umzusetzen!

Alle Netzwerke, das Frauennetzwerk Medien Wien, die Medienfrauen Oberösterreich und die Salzburger Medienfrauen, außerdem der Presseclub Concordia und der Österreichische Journalistinnenkongress stehen hinter den wichtigen Punkten und werden mit Nachdruck deren Verwirklichung einmahnen.

Hier sind die Forderungen!

Unterstützen Sie! Teilen Sie!

[Subscribe](#)[Past Issues](#)[Translate](#) ▼

 Bundeskanzleramt
Bundesministerin für Frauen,
Familien und Jugend



 Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort



Für Unterstützung danken wir:

Die Presse, Sheconomy, look, Die Bundesländerinnen, Wienerin, Horizont, FH Joanneum, WIFI Wien, FH Wien der WKW, FH St.Pölten, Donau-Uni Krems, Medianet, Der Standard, Wiener Zeitung, Salzburger Medienfrauen, Frauennetzwerk Medien, Kurier, die Furche, OÖ Medienfrauen

Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)





Talk about money!

Sichtbarkeit wirkt, Unsichtbarkeit aber auch!

„media affairs“-Geschäftsführerin **Maria Pernegger** kennt die Fakten über Frauen in Business, Führung und Machtrollen. „Sichtbarkeit wirkt, Unsichtbarkeit aber auch“, so die Medienanalytikerin. Während der Pandemie seien Frauen stark zurückgedrängt worden – auch medial. Der Frauenanteil in der sichtbaren Bildbarkeit lag zuvor jahrelang bei rund 28 Prozent. Zwar niedrig, aber konstant. Jetzt ist dieser Wert um fünf Prozentpunkte zurückgegangen und liegt bei 23 Prozent. In den Branchen Finanzen und Banken, IT und Telekommunikation seien Frauen besonders stark unterrepräsentiert.

Pernegger sieht im Gender-Pay-Gap noch immer ein großes Problem: „Die Arbeit von Frauen hat einen geringeren gesellschaftlichen Status. Und der wird auch geringer bezahlt.“

Während es in prestigeträchtigen Berufsfeldern an Frauen mangelt, ist ihr Anteil in den fünf schlechtbezahltesten Berufsgruppen am allerhöchsten. Die nächsten Jahre könnten laut Pernegger eine große Chance für Frauen bieten. In Österreich dürften einige Unternehmen bald von starken Pensionierungswellen betroffen sein. „Unternehmen können es sich jetzt einfach nicht mehr leisten, auf Frauen in Führungspositionen zu verzichten“, sagt Pernegger. Es sei aber gar nicht so leicht, Frauen jetzt für Branchen wie die IT zu motivieren. Schließlich seien sie davor jahrelang zurückgedrängt worden und aktuelle Gender-Bilder seien schon lange gewachsen.



Subscribe

Past Issues

Translate ▼

sondern es wird auch viel weniger über Athletinnen berichtet als über ihre männlichen Kollegen. Die Gesamtpräsenz von Frauen in der Sportberichterstattung betrage lediglich zehn Prozent und im Bildbereich noch viel weniger. Das sei im Sport besonders problematisch, denn nur wer sichtbar ist, ist für Sponsoren attraktiv.



Text: Sarah Emminger YoungStar, Fotos: Julia Pabst, APA-Fotoservice Jaqueline Godany





Wirtschaft ist alles!

„Traut euch! Habt keine Hemmschwelle!“

Zur Halbzeit ging es am 23. Journalistinnenkongress im Haus der Industrie um das unbeliebte Gesprächsthema „Geld“, wobei fünf Referentinnen reichlich Lösungsansätze lieferten. In einer Podiumsdiskussion unter der Leitung von **Esther Mitterstieler** (Ressortleiterin Wirtschaft ORF-Radio) stellten sich Medienkennerinnen die Frage, warum Geld und Wirtschaft unter Frauen noch immer Tabuthemen sind. Maria Pernegger (Geschäftsführerin Media Affairs), Helma Sick (Autorin und Finanzexpertin), Katinka Nowotny (Leitung Wirtschaftsmagazin Eco) und Renate Graber (Wirtschaftsredakteurin der Standard) waren sich einig: Wirtschaft betrifft uns alle, denn es dreht sich nicht nur um Zahlen.

Häufig lassen sich gerade Frauen von der Zahlenflut in der Wirtschaftsberichterstattung einschüchtern. Dass hinter diesen Zahlen alltägliche Geschichten stecken, wird dabei oft vergessen. „Wirtschaft ist alles“, erklärte Wirtschaftsredakteurin und FH-Dozentin **Renate Graber** und plädierte dafür, komplexe Themen allgemein verständlich darzustellen. Nur so könne die Berichterstattung greifbar und für möglichst viele zugänglich gemacht werden. **Katinka Nowotny** bestätigte die These am Beispiel ihrer eigenen Redaktion. Um eine möglichst breite Masse zu erreichen, nämlich immerhin ca. 500.000 wöchentliche Zuseher*innen, berichtet ECO von alltäglichen wirtschaftlichen Geschichten oder Bereichen wie Klima und Energie, die vor allem auch Frauen ansprechen.

Her mit den harten Themen

Maria Pernegger sprach sich jedoch für geschlechterunabhängige Fragestellungen aus. Damit ein tatsächlicher Tabubruch stattfinden kann, müsse man Männern und Frauen dieselben Fragen stellen. Als Medienanalytikerin appellierte sie an Journalist*innen: „Wenn Sie Frauen in die Medien bringen, dann nicht nur mit weichen Themen, stellen Sie auch Fragen

Gehaltsverhandlungen, bestätigte Katinka Nowotny.

Gleichberechtigung einfordern

Um die Hemmschwelle, die zwischen der Frau und der Wirtschaft liegt, zu überwinden, braucht es mehr als nur das Aufzeigen bestehender unfairer Strukturen. **Helma Sick** appellierte an die Frauen, den Verstand einzusetzen und konkrete Forderungen zu stellen. So sollte ein Mann beispielsweise genauso lang bei den Kindern bleiben wie seine Frau, anstatt währenddessen Karriere zu machen. Zu häufig würden die Konsequenzen von Teilzeitarbeit unter Frauen übersehen werden, wie die Möglichkeit, Einkommen zu generieren und für Vermögen und Pension zu sparen. Helma Sick, die Autorin von „Ein Mann ist keine Altersvorsorge“, beendete die Podiumsdiskussion mit einem Zitat von Simone de Beauvoir: „Wenn Frauen nichts fordern, bekommen sie was sie fordern, also nichts.“

Fanny Gasser, YoungStar



Text: Fanny Gasser YoungStar, Foto: APA-Fotoservice Jaqueline Godany

Subscribe

Past Issues

Translate ▾



Für Unterstützung danken wir:

Die Presse, Sheconomy, look, Die Bundesländerinnen, Wienerin, Horizont, FH Joanneum, WIFI Wien, FH Wien der WKW, FH St.Pölten, Donau-Uni Krems, Medianet, Der Standard, Wiener Zeitung, Salzburger Medienfrauen, Frauennetzwerk Medien, Kurier, die Furche, OÖ Medienfrauen

Schreiben Sie uns unter:

organisation@journalistinnenkongress.at

Sie sind mit dem Gelesenen nicht zufrieden?

Hier können Sie [Ihre Einstellungen ändern](#) oder [diesen Newsletter abbestellen!](#)



JO Journalistinnen
KO ngress
2021

Sociale Medien
twitter, facebook, instagram

Sociale Medien

twitter, facebook, instagram

Journalistinnenkongress @JoKo_AT · 2. Nov.

Nur noch 1 Woche bis zum Galaabend der MedienLÖWINEN und dem 23. Österreichischen Journalistinnenkongress mit dem Titel „It's the Economy, Ladies! – Ohne Göld ka Musil!“ tags darauf. Wir danken allen unseren Unterstützer:innen sowie unseren Medien- und Bildungs-Partner:innen.

Sanofi und 9 weitere Personen

Analytics Startseite Tweets Mehr

Mein Account Journalistinnenkongress

28-Tage-Zusammenfassung mit Änderungen gegenüber vorherigen Zeitraum

Tweets	Reaktionen	Retweets	Erwähnungen	Follower
49 ↓38,0%	83.200 ↑82,5%	4.829 ↑53,1%	135 ↑285,7%	1.188 ↑44

Nov 2021 - 29 Tage vorher...

Top-Tweet 33.700 Impressions bekommen

Top-Erwähnung 6.237 Interaktionen

Erreichen Sie Ihre Tweets

Nov 2021 Übersicht

Tweets: 51

Profilebilder: 4.872

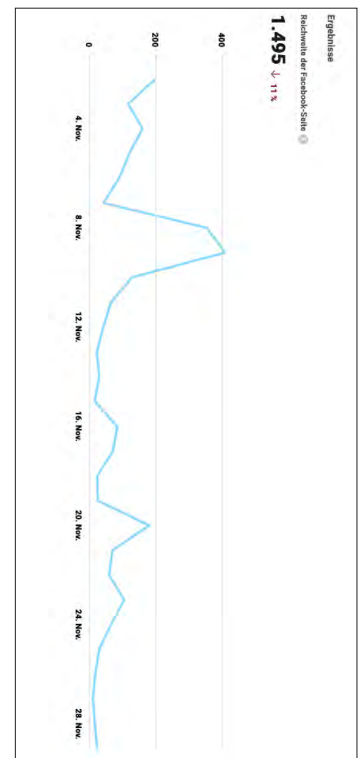
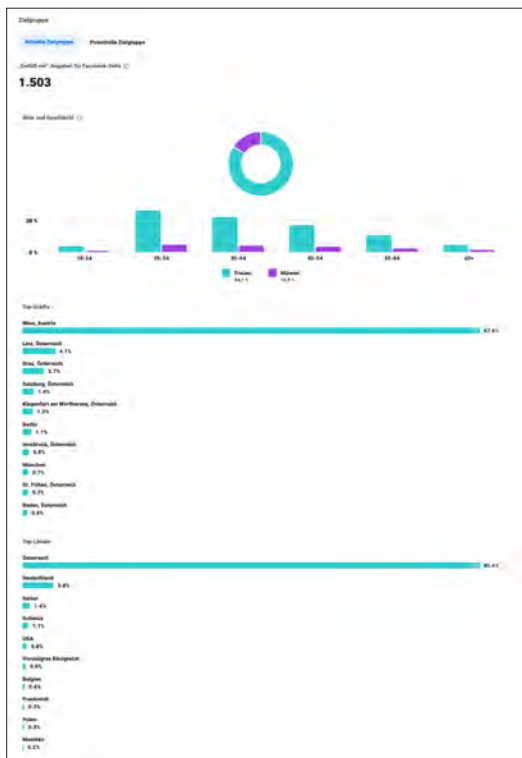
Neue Follower: 44

Journalistinnenkongress

Nur noch eine Woche bis zum Galaabend der MedienLÖWINEN und dem 23. Österreichischen Journalistinnenkongress 2021 mit dem Titel „It's the Economy, Ladies! – Ohne Göld ka Musil!“ tags darauf. Wir nehmen das zum Anlass, allen unseren Unterstützer:innen, unseren Medien- und Bildungs-Partner:innen zu danken. Ohne Sie könnten wir den Kongress jährlich nicht durchführen.

@frauennetzwerkmedien
 @FFHwien
 @chiefpresse.com
 @voestalpine
 @rauchfruchtsseife
 @salzburgermedienfrauen
 @jacques.lemans.group
 @theconomymagazin
 @donau.uns
 @schlumberger.sekt
 vdz
 @ocalbest.at
 @horizont.at
 @ottakringerbrauerei
 @politischeakademie
 @PFA.Verband.Austria
 @fstfp
 @wifoosterreich
 @wirtschaftskammer
 @derStandard.at
 @APAinside
 mkrdiversity
 @BLOKMagazinWien
 Oberbauer Der Medienverlag
 @industriellenvereinigung
 @wienermagazin
 @REWE.int
 @ORF
 @WienerZeitung
 @mediaverlag
 @fjoanneum
 @kaffi
 @bmdw.gv.at
 @Stanton.Arlberg
 ERSTE Group
 @gottieren.at
 @Bundesskanzleramt.gv.at
 @sanofi
 @woman.magazin
 @unserepost
 @Siemens
 @munzenzeoesterreich
 @KURIER
 Die Furche
 @oepresseclub
 @o2 Medienpartner

#joko2021 #galaabendmedienloewinen #womensupporters #journalistinnenkongress



Stories

Reach Last 30 days

Sort by newest

Followers

Last 30 days 31 Oct - 29 Nov

730 Followers

+5.3% vs 30 Oct

Growth

Overall	37
Follows	50
Unfollows	13

Reach

Last 30 days 31 Oct - 29 Nov

44,752 Accounts reached

+278% vs 1 Oct - 30 Oct

Reached audience

Top towns/cities

Wien	7,4%
Berlin	3,6%
Hamburg	2,3%
München	2,2%

Followers and non-followers

Based on reach

joko_at

Professional dashboard

Tools and resources just for businesses.

283 Posts, 730 Followers, 474 Following

Journalistinnenkongress

Nächster Journalistinnenkongress 9. November 2022, Gala der MedienLÖWINEN 8. November 2022

www.journalistinnenkongress.at

www.youtube.com/watch?v=...

See Translation

Edit Profile, Ad Tools, Insights