

Expertinnen

## Wenn auch mal Frauen die Welt erklären

**Reden, Podiumsdiskussionen, Zitate in den Medien: Meist treten Männer als Experten auf. Wieso eigentlich?**

Von LISA KUNER



© AP

Seltenes Bild: Szene vom Weltfrauengipfel

Ulrike Winzer ist professionelle Rednerin, trotzdem ist sie vor Publikum immer etwas nervös. Im vergangenen November beim Speaker-Slam, einem Wettbewerb für Redner in Hamburg, ist sie noch ein bisschen nervöser. Denn vor ihr sitzt nicht nur das Publikum, sondern auch eine Jury. Sie spricht über eines ihrer Lieblingsthemen: Mitarbeitergewinnung in der Arbeitswelt von morgen. Winzer gewinnt den Slam. Bei dem Wettbewerb haben ähnlich viele Frauen, wie Männer mitgemacht. In der Welt der professionellen Redner ist Winzer als Frau aber noch immer die Ausnahme.

Nur jeder vierte Sprecher auf Kongressen oder Podien ist laut der Datenbank „50 Prozent“ eine Frau. Die Datenbank ist nicht repräsentativ, jeder kann hier Veranstaltungen hinzufügen, aber es sind schon mehr als 500 Veranstaltungen mit knapp 30 000 Sprechern und Sprecherinnen eingetragen. Auch in Zeitungstexten und Talkshows kommen mehr Männer zu Wort. Die britische „Financial Times“ hat etwa erhoben, dass nur 21 Prozent der in ihr zitierten Experten Frauen sind.

Sogenannte All-Male-Panels, also Diskussionen, in denen nur Männer zu Wort kommen, gibt es noch in beinahe allen Branchen. Männer tauchen nicht nur quantitativ häufiger auf, sondern dürfen sich auch länger ausbreiten. Das fand Elizabeth Prommer, Direktorin des Instituts für Medienforschung an der Universität Rostock, in einer Studie heraus. „Männer erklären uns immer noch die Welt“, sagt sie. „Die Medien hinken der Realität hinterher und zeigen ein altmodischeres Bild, als wir in Realität haben.“ Ohne Frauen fehle einfach eine

wichtige Perspektive, sagt Maren Heltsche. Sie setzt sich mit dem Projekt der Speakerinnen-Liste für mehr Frauen auf Podien ein. Imke Ankersen, Kommunikationsleiterin der Malisa Stiftung, die sich für eine differenziertere Darstellung von Frauen in den Medien einsetzt, sieht noch einen anderen wichtigen Grund. „Bilder beeinflussen die Realität“, sagt sie. „Wenn ich immer nur Männer in der Expertenrolle sehe, bleibt Expertise für mich männlich konnotiert.“

### **„Netzwerke, die sich selbst reproduzieren“**

Diversität auf Veranstaltungen zu repräsentieren ist häufig kompliziert. Es gebe einfach nicht genug qualifizierte Frauen, die auf Podien auftreten wollen – das hört man immer wieder als Grund für stark männlich geprägte Veranstaltungen. „Ich halte es für ein Gerücht, dass es in manchen Bereichen gar keine Frauen gibt“, sagt Heltsche. Trotzdem spielt der Aspekt eine Rolle; vor allem in der MINT-Branche sind Frauen grundsätzlich unterrepräsentiert. Auch in der wissenschaftlichen Laufbahn steigen sie selten in die höheren Positionen auf. Für Heltsche liegen die Ursachen in der Organisationsstruktur. „Das sind Netzwerke, die sich selbst reproduzieren“, sagt sie. Viele Männer seien den Veranstaltern als Redner schon bekannt, würden wieder eingeladen. Außerdem müssten Frauen oft mehr Care-Arbeit neben dem Beruf leisten, sich also um Kinder oder Angehörige kümmern, und hätten weniger Zeit an oft unbezahlten Konferenzen teilzunehmen. Prommer sagt mit Bezug auf den medialen Bereich: Viele Redaktionen griffen auf Datenbanken zurück und dort seien manchmal eben acht Terrorismusexperten und nur eine Expertin hinterlegt.

Einige Medien sind sich dessen inzwischen bewusst und versuchen gegenzusteuern. Die britische Zeitung „Financial Times“ hat etwa festgelegt: Auf Illustrationen sollen künftig häufiger weibliche Gesichter zu sehen sein. Zudem scannt neuerdings ein Bot die Texte auf Pronomen und Vornamen. Wenn die Journalisten zu häufig Männer zitieren, warnt sie das Tool mit dem Namen „She Said He Said“ (Sie sagt er sagt). Schwedens größte Tageszeitung „Dagens Nyheter“ hat ein ähnliches Programm schon im April eingeführt. Sowohl in Schweden als auch in Großbritannien wurde die Einführung dieser Bots kontrovers gesehen. Während die Zeitungen selbst sie als Erfolg feierten, wurden sie im Internet eher belächelt.

In Deutschland setzt noch kein Medium ähnliche Programme ein, aber trotzdem sind viele inzwischen bemüht, ein ausgeglicheneres Verhältnis abzubilden. Auch außerhalb der Medien gibt es Initiativen, die Frauen mehr Sichtbarkeit als Expertinnen geben wollen. Auf der ehrenamtlichen Speakerinnen-Liste von Maren Heltsche kann sich jede Frau, die sich als Expertin zu einem Thema wahrnimmt, kostenlos registrieren und ein Profil anlegen. 2300 Frauen sind dort bereits angemeldet. Regina Mehler hat ein ähnliches Projekt sogar so weit professionalisiert, dass sie damit Geld verdient: Vor fünf Jahren hat sie die Women Speaker Foundation gegründet. Sie war selbst viel auf Bühnen unterwegs und irritiert davon, dass sie häufig die einzige Frau war. „Mir hat die Vielfalt gefehlt.“ In ihrer Kartei gibt es rund 600 Frauen. Anders als die Speakerinnen-Liste vermarktet sie diese Frauen zusammen mit fünf Mitarbeitern aktiv. Sie versuchen schon im Vorfeld an der Planung von Kongressen mitzuwirken.

Aber nicht nur Frauen engagieren sich: Unter dem Hashtag #menforequality solidarisieren sich auf Twitter viele Männer und erklären, Einladungen zu Diskussionen abzulehnen, auf denen nur Männer sind. Nach Möglichkeit schlagen sie als Ersatz eine Kollegin vor, die sie für genauso qualifiziert halten. Karsten Schmehl, Redakteur bei Buzz Feed, hat im Oktober 2017 den Twitter-Account @UndwievieleFrauen? angelegt. Er macht dort nichts anderes als zählen: Bilder von Vorständen, Diskussionen, Preisträgern. Wie viele Männer sind zu sehen

und wie viele Frauen? Viele der Bilder bekommt er zugeschickt. Er ist überzeugt, dass es in vielen Fällen Frauen gibt, die die „besseren Expertinnen“ sind.

Anspruch allein reicht oft nicht aus, häufig muss etwas Zeit investiert werden, damit passende, qualifizierte Frauen gefunden werden. „Männer sagen eher zu, auch wenn sie sich noch nicht sicher sind, ob sie über ein Thema sprechen können“, sagt Heltsche. Ulrike Winzer will Frauen hier Mut machen. Sie hat als Rednerin fast ausschließlich positive Erfahrungen gemacht. „Toll, dass eine Frau das macht“, höre sie öfter. Frauen hätten viel zu sagen und sollten sich ihrer Meinung nach mehr trauen. Mut machen und mehr Vorbilder seien ihrer Meinung nach auch besser als künstliche Quoten. Die gibt es aber vereinzelt auch schon für Podien: Der Bundesverband Digitale Wirtschaft hat etwa im Juni eine Ein-Drittel-Quote für Sprecherinnen eingeführt.

Quelle: F.A.Z.