



Institut für Medienverantwortung

IMV Institut für
Medienverantwortung
gUG (haftungsbeschränkt)
Goethestraße 6
91054 Erlangen
Tel.: +49 9131 933 277-8
Fax: +49 9131 933 277-9

IMV Büro Berlin
Marburger Str. 3
10789 Berlin
Tel.: +49 30 219098-68
Fax: +49 30 219098-69

info@medienverantwortung.de
www.medienverantwortung.de

Vortragsmanuskript, München 19.06.2015

Die Präsenz von Frauen in den Medien – eine optimistische Fehleinschätzung

Liebe Frauen der Internationalen Frauenliga für Frieden und Freiheit, ich gratuliere Ihnen herzlich zu diesem besonderen Geburtstag. 100 Jahre für Frieden und Freiheit und ohne ein Stück von dieser Position abzuweichen. Das ist großartig und notwendig. Und ich wünschte mir, mehr Menschen würden die damalige Erklärung der IFFF (WILPF) von der großen Versammlung in Den Haag – wo Frauen aus 12 Ländern während des ersten Weltkriegs debattierten – lesen und erkennen, wie wichtig, richtig und leider auch aktuell sie ist. Hätte man sie ernster genommen, sähe die Welt heute anders aus – und wir wären nicht dazu verdammt, die Fehler der Geschichte zu wiederholen. Darum appelliere ich als Leiterin des Instituts für Medienverantwortung an die Medien, dass sie das Wissen um das richtungsweisende Engagement der fortschrittlichen Friedensfrauen und deren Botschaften verbreiten! Ich bedanke mich an dieser Stelle für Ihr Engagement und die Ehre, hier bei der 100-Jahr Feier der deutschen Sektion in München die Festrede halten zu dürfen.

Leider bringe ich keine so gute Bilanz mit, denn so wie die Frauen unterrepräsentiert sind in den Medien, ist es das Thema Frieden auch. Friedliche Konfliktlösung scheint genauso wenig von Nachrichtenwert zu sein, wie die vielfältige feministische Politik. Auch die großartige Konferenz in Den Haag zum 100. Jahrestag der historischen Ereignisse vom 28. April 1915 fand in den deutschen Medien kaum Niederschlag.¹ Die *Süddeutsche Zeitung* brachte immerhin einen historischen Abriss der Entwicklung der Frauenliga für Frieden und Freiheit wenige Tage zuvor, allerdings ohne auf die Existenz und die aktuellen Aktivitäten der Frauenliga heute hinzuweisen. Während der britische Guardian die Konferenz in Den Haag immerhin groß ankündigte und dies in einigen Ländern durchaus ein Thema war, ist es das Verdienst der Tageszeitung *Neues Deutschland* sowie einiger Erwähnungen im Radio, dass das Ereignis nicht ganz ausgeblendet blieb. Da sah es in Bezug auf das Symposium hier in München mitsamt dem Festakt schon schlechter aus.

Wie kommt das bzw. was können wir zur Veränderung dieser Situation tun? Und ich denke, dass Sie mich nicht von ungefähr um einen Vortrag baten, der die Präsenz von Frauen in den Medien in den Fokus nimmt. Denn, wenn auch nicht alle Frauen fortschrittlich sind, so ist dennoch bekannt, dass mehr oder weniger Präsenz des einen

¹ <http://www.womenstopwar.org>

oder anderen Geschlechts auch eine Veränderung in der Kommunikation, und damit den politischen Entscheidungen, herbei führt. Und ich nehme jetzt einmal ein wichtiges Ergebnis vorweg: Die Tendenz zeigt nicht in eine positive Richtung, teilweise befinden wir uns sogar im Regress.

Betrachtet man den *ARD Presseclub* vom 7. Juni 2015, dann könnte man meinen, das Thema habe sich erledigt – die Gleichberechtigung der Geschlechter schlage sich in der Sichtbarkeit von mehrheitlich Frauen als Vertreterinnen der Medien dort nieder. Viele Talk-Runden bei Günter Jauch und anderen weisen jedoch in die gegenteilige Richtung. Dort findet sich oft nur eine Frau in einer Runde von Männern, wenn überhaupt. Kabarettsendungen werden mehrheitlich von männlichen Kabarettisten bestritten, obwohl es eindruckliche weibliche Kabarettisten gibt. Gerne werden die ein oder anderen Beispiele herangezogen, um zu belegen, dass noch nichts oder schon alles erreicht sei – hier ist in letzter Zeit vor allem die sog. Männerrechtsbewegung aktiv, die die Bemängelung der fehlenden Geschlechtergerechtigkeit als Bevorzugung „des anderen Geschlechts“ interpretiert. Dass es sich immer noch um das von Simone de Beauvoir benannte „andere Geschlecht“ als Abweichung von der – männlichen – Norm handelt, kann man an markierten Bezeichnungen ablesen wie z.B. „Frauenfußball“, während der normale Fußball der der Männer zu bleiben scheint. Auch der Begriff „Frauenquote“ markiert die Markierten, die bisher anscheinend wirksame „Männerquote“ gerät dabei aus dem Blick und wird wiederum für die Norm gehalten – gegen deren Abschaffung man sich mit allen Mitteln zu wehren sucht, worauf wir später noch einmal im Kontext weiblicher Journalisten, Redakteure und Intendanten kommen werden.

Sag mir, wo die Frauen sind... ?

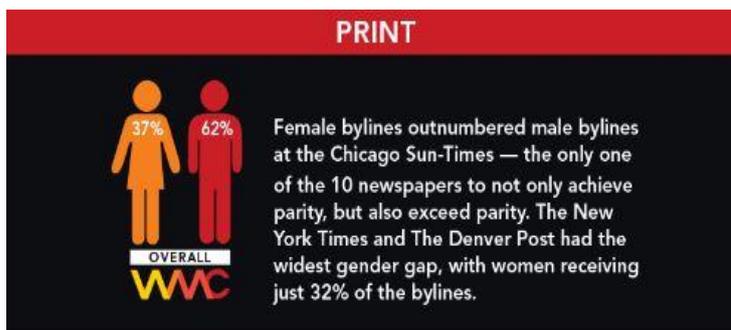
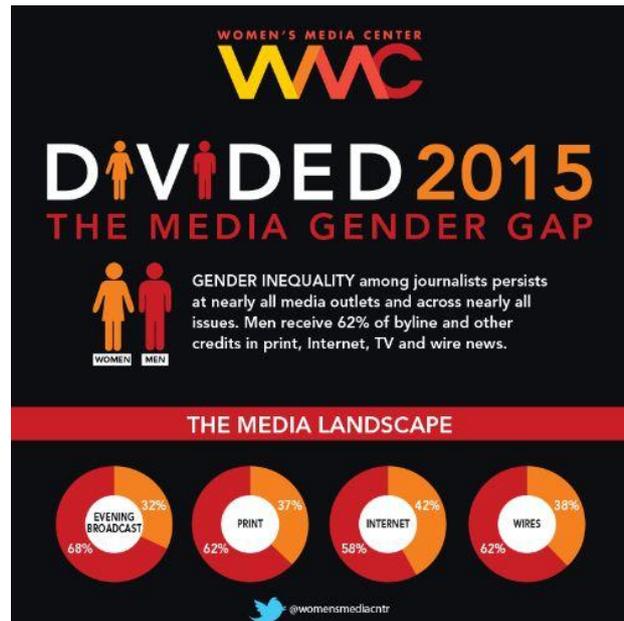
Eine Serie der *Süddeutschen Zeitung* im Vorfeld dieser Veranstaltung porträtierte sogenannte Finanzfrauen und zeigte dabei zweierlei: Frauen sind im Wirtschaftsbereich erfolgreich tätig und – wenn sie nur wollen – geht's doch mit den Aufstiegsmöglichkeiten. lese „Es-geht-doch“-Empirie wird medial gerne dann bedient, wenn Kritik an Missständen durch Beispielsbezeugung übergangen und Zusammenhänge nicht deutlich werden sollen. So tauchten während der Sarrazin-Debatte in den Talkshows plötzlich migrantische Akteure auf, die man zuvor selten bis nie zu sehen bekam – ebenfalls nach dem Motto: Geht doch, wenn die nur wollen. Der Hinweis auf strukturellen Rassismus und systematische Diskriminierung verpufft so im Anekdotischen.

Darum ziehen wir nun einige empirische Untersuchungen und Statistiken heran, die zeigen, dass das (Frauen-)Bild in den Medien ziemlich eindeutig ist. Zusammenfassend lässt sich an dieser Stelle bereits sagen: Es tut sich was, aber nicht so viel wie es aussieht, wenn man nur Beispiele heranzieht. Die kanadische Organisation WACC, ein christliches Media-Monitoring Institut, gibt ca. alle fünf Jahre einen neuen Bericht ihres GMMP (Gender Media Monitoring Project) unter dem Titel „Who makes the News?“ heraus. Freiwillige in mitmachwilligen Ländern werten dabei die Berichterstattung einer möglichst repräsentativen Auswahl von Medien aus und konzentrieren sich dabei auf Nachrichtenmedien und die Frage, wer kommt darin vor – und zwar als Person, oder auch als Thema. Vor fünf Jahren hatte sich der Anteil von Frauen in den Nachrichtenformaten von 17 auf 24 Prozent gesteigert. In diesem Jahr liegt die erwartete Änderung bei nur einem Prozent. Der noch nicht vollständig veröffentlichte Bericht legt also ein ernüchterndes Ergebnis der Stagnation vor.²

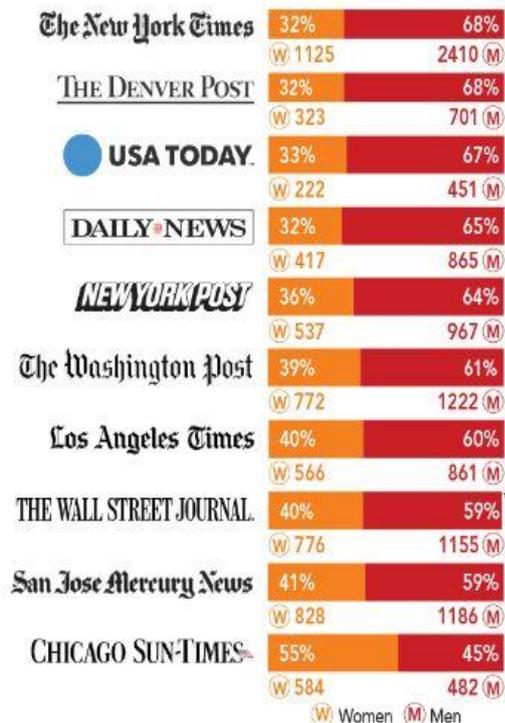
Das Ziel des US-amerikanischen WMC (Women's Media Center), der u.a. von Jane Fonda mitgegründet wurde, ist es, Frauen in den Medien stark und sichtbar zu machen. Dazu

² <http://www.whomakesthenews.org>

werden sowohl Nachrichtenformate, als auch Unterhaltung untersucht. Die folgende Grafik bezieht sich auf die Verteilung der Geschlechter in den Redaktionsstuben der großen US-amerikanischen Zeitungen:



Publications listed from widest to most narrow gender gap



*Some totals do not equal 100% because of a small percentage of unknowns.

Im Nachrichtenbereich ist das Ergebnis insgesamt folgendes: Männer generieren etwas über 60 Prozent des Inhalts, Frauen keine 40. In den besonders beliebten Abendnachrichten sind 68 Prozent Männer vor der Kamera, gegenüber 32 Prozent Frauen. Im Print ist das Verhältnis männlich-weiblich 62 zu 38 Prozent. Bei Agenturmeldungen verfassen wiederum 62 Prozent Männer die Texte, gegenüber 38 Prozent von Frauen erstellter Inhalte. Die Tendenz ist also überall gleich. Auf die Unterhaltungsformate gehe ich hier nicht genauer ein, aber auch dort gibt es einen Männerüberhang und stereotype Rollenverteilungen.³

Und genau die gleiche Tendenz lässt sich in der Zusammenfassung mehrerer Studien der letzten 10 Jahre ausmachen, die Heike am Orde für das Medienmagazin *Television* ausgewertet hat.⁴ im Überblick kommt sie zu folgendem Schluss:

- ♣ Mädchen und Frauen sind unterrepräsentiert.
- ♣ Wenn sie vorkommen, dann sind sie in der Regel jünger als Männer.
- ♣ Sehr schlanke Frauen bestimmen das Bild.
- ♣ Es gibt eng definierte Rollen für Frauen und Männer.

Dabei seien die Stereotype im Wesentlichen konstant geblieben: Frauen werden als warm und expressiv dargestellt, Männer hingegen als kompetent und durchsetzungsfähig. Die Frauenbilder in fiktionalen Formaten haben sich nur auf den ersten Blick verändert. Die patenten, starken und berufstätigen Frauen, die zumeist wohlhabend und allein erziehend sind, werden in Familiensituationen schnell wieder abgelöst von denen, die bei der Kindererziehung und im Haushalt dominieren. Allen gemeinsam ist zudem, dass sie vorwiegend unpolitisch sind. Und im Kinderfernsehen (in 24 Ländern) sind zudem Männer mit einem Anteil von 68 Prozent an den Figuren bildbeherrschend.

Wem diese Diskrepanz noch nicht genug ist, die beachte noch die Erwähnung von Vertretern der Wissenschaft in den Nachrichtenformaten. 90 Prozent der namentlich Genannten sind männlich. Während sich insgesamt das Bild weiblicher Politiker verbessert, geht deren Darstellung dennoch häufiger mit einer Trivialisierung und Abwertung einher.⁵ Und überraschend ist vielleicht, dass die mediale Omnipräsenz von Angela Merkel keinen positiven Effekt auf die Sichtbarkeit anderer weiblicher Politiker hat. Man spricht hier vom sog. First-Woman-Etikett, welches quasi die Medienaufmerksamkeit aufsaugt. Sie bleibt damit die Ausnahme, die ja bekanntlich die Regel bestätigt.

Werden Frauen und deren Anliegen, deren Einsatz und Äußerungen geringer eingeschätzt und ihnen darum weniger Nachrichtenwert eingeräumt? Das Ausblenden vieler weiblicher Persönlichkeiten spricht hier eine eigene Sprache. Neue Medien korrigieren da wenig, in manchen Bereichen verstärken sie noch die Schiefelage. So geht etwa aus den subsumierten Studien hervor, dass Bildschirm- und Computerspiele stereotype Rollenzuweisungen noch verstärken, ebenso wie die Forcierung einer Sexualisierung von Frauendarstellungen. Dies macht sich nicht zuletzt an der allseits bekannten Kultfigur Lara Croft bemerkbar, die in Aussehen und (männlich-erfolgreichem) Gehabe prototypisch erscheint.

³ <http://www.womensmediacenter.com>

⁴ „Geschlechterbilder in den Medien“ in: *Television* 2/2014

⁵ vgl. Holtz-Bacha, Christina: „Politikerinnen-Bilder im internationalen Vergleich“ 2.12.2009, In: Bpb.de (<http://www.bpb.de/gesellschaft/gender/frauen-in-deutschland/49384/politikerinnen-bilder?p=all>).



[Journalistinnen.de](#) > [Über uns](#) > [Der Journalistinnenbund](#) > MDR-Rundfunkrat – Letzter Platz im Quotenranking

MDR-Rundfunkrat – Letzter Platz im Quotenranking

Im wichtigsten Aufsichtsgremium entscheiden fast ausschließlich Herren. Eine Erhebung des Journalistinnenbundes zeigt: Sechs Rundfunkanstalten unterschreiten in der Zusammensetzung ihrer Rundfunkräte die 30-Prozent-Frauenquote. Damit bleiben diese wichtigen Aufsichtsgremien weit hinter dem Anspruch zurück, repräsentativ für die Gesellschaft zu sein.

Weit abgeschlagen am Ende der Liste mit nur 11,7 Prozent Frauenanteil landet dabei der Rundfunkrat des MDR. Von 43 Sitzen werden nur fünf von Frauen eingenommen. Sechs der



MDR-Rundfunkrat mit einem Frauenanteil von nur 11,7 Prozent

Die Überblicksgrafik von Statista zeigt den Frauenanteil in Führungspositionen von Leitmedien im Printbereich an. Dabei ist die Entwicklung von 2012 bis 2015 positiv, aber nicht überall, wie das Beispiel der Tageszeitung *Die Welt* belegt.⁶ Nicht von ungefähr fordert der MDR Rundfunkrat nun eine Frauenquote.⁷ Diese forderten 350 Medienfrauen schon 2012.⁸ Vor allem in den Chefredaktionen reproduziert sich der Klassizismus weißer Männer, so die Kritik. In der Tat stellt sich die Frage, ob sich der Fortschritt von alleine einstellen wird oder ob es sich um strukturelle Benachteiligungen handelt, die nur durch bestimmte Maßnahmen zu korrigieren sind – von der Bewusstseinsbildung bis zur Umsetzung. Denn es fehlt keineswegs an geeignetem weiblichen Nachwuchs – obwohl man nur allzu gerne den markierten Gruppen, in diesem Fall den Frauen, die Verantwortung für die Fehlentwicklungen zuweisen möchte.



⁶ <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/308761/umfrage/frauenquote-in-fuehrungspositionen-bei-leitmedien>

⁷ z.B. <http://www.presseportal.de/pm/7880/2504690>, <http://www.neues-deutschland.de/artikel/971311.forderung-nach-mehr-frauen.html>

⁸ Spiegel-online Kultur 27.02.2012 „Medienfrauen fordern Quote“ (<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/weibliche-fuehrungskraefte-medienfrauen-fordern-quote-a-817820.html>); s. auch: www.pro-quote.de

So schrieb Alina Fichtner in der Wochenzeitung *Die Zeit* vom 11.07.2013: „In Medienberufen gehen deutlich mehr Frauen auf dem Karriereweg nach oben verloren als in anderen Branchen – 68% weiblich in Ausbildung, 1/3 in mittlerer Ebene, 16% Führungsetage.“⁹

Um die üblichen Reproduktionsmechanismen zu beheben, drängt sich geradezu eine Quotenregelung auf. Allerdings bleibt dabei immer die Problematik, dass damit auch die Markierung der Frauen bleibt. Damit werden nämlich Männer erneut zur Norm erklärt und das drückt sich auch in folgender Prämisse aus, die einer üblich gewordenen Argumentation zugrunde liegt. Alina Fichtner schreibt: Frauen seien „...genauso gut ausgebildet wie Männer“. Damit erklärt sie Männer für automatisch kompetent. Dieser naive Reflex liegt auch der allgemein üblichen Formulierung zugrunde: „Bei gleicher Qualifikation...“. Dabei ist die Annahme, dass Männer kompetent seien, grundfalsch – sonst müsste die Welt heute anders aussehen, als sie es ist.

Nicht von ungefähr fordert die Welternährungsorganisation FAO den offensiven Kampf gegen die Diskriminierung von Frauen, denn diese verschärft die Hungerproblematik in der Welt. Denn, wenn Frauen beispielsweise im ländlichen Raum die gleichen Chancen hätten wie Männer, könnten sie ihre Ernteerträge um 20 bis 30 Prozent erhöhen. In den sog. Entwicklungsländern würde die landwirtschaftliche Produktion dadurch so stark steigen, dass die Zahl der Hungernden weltweit um 12 bis 17 Prozent sinken könnte. Die bislang herrschende Diskriminierung von Bäuerinnen und Arbeiterinnen auf dem Land ist mithin nicht nur ungerecht, sondern sie schadet der Allgemeinheit in großem Maße – so die Quintessenz des Reports *The State of Food and Agriculture*. Darum fordert die FAO Antidiskriminierung: "Fast jede politische Maßnahme (...) wird Frauen und Männer auf unterschiedliche Weise treffen, denn sie haben verschiedene Rollen inne und sind mit unterschiedlichen Beschränkungen oder Möglichkeiten konfrontiert". Hier müssen diskriminierungs- und rassismuskritische Konzepte ansetzen, denn Frauen und Männer sind nicht gleich(zumachen) und können sich nur dann konstruktiv einbringen, wenn die Rahmenbedingungen auch entsprechend ihrer Unterschiede gestaltet werden. In dem Kinofilm „Good Food, Bad Food“ werden die Zusammenhänge zwischen Ernährungssouveränität und Geschlechtergerechtigkeit hervorragend herausgearbeitet. Und die Feministin, Umwelt- und Saatgutexpertin in Indien, Vandana Shiva, kommt eindrücklich zu Wort. Dass das Thema also nicht ohne die Problemfelder Sexismus und Patriarchat bearbeitet werden kann, davon wird ungern gesprochen und genau das muss dringend auf die Tagesordnung!

Es handelt sich also nachweisbar um ein vitales Interesse, mehr Frauen zu beteiligen, weil das den Kitt der Gesellschaft bildet. Gerechtigkeit würde sich also für alle auszahlen! Und zur Sichtbarmachung der Potentiale, aber auch der Beispiele und Modelle brauchen wir verantwortungsbewusste Medien.

Frauen und Frieden interessieren „unsere“ Medien nicht

Wenn bisher noch nicht explizit deutlich wurde, dass es sich nicht nur um Gleichberechtigung à la „Nice to have“ handelt, sondern um knallharte Fakten der Verbesserung von Lebensbedingungen, dann sei dies an dieser Stelle noch einmal besonders betont. Das bisherige männerdominierte Modell war nicht erfolgreich, ist weder friedlich noch nachhaltig und gefährdet das Überleben der Menschheit. Hieran muss sich also etwas ändern – und das wird nicht durch halbseidenen „Bei-gleicher-Qualifikation“-Verbeugungen gehen. Vielmehr gilt es, die unsichtbare Männerquote abzuschaffen.

⁹ „Mehr Meinungen“ In: *Die Zeit* 11.07.2013 (<http://www.zeit.de/2013/28/frauen-medien-chefetagen>)

Statt die Faktenlage klar und deutlich zu benennen und die zentralen Bereiche für Veränderungen anzusteuern, leisten wir uns – medial unterstützt – einen symbolischen Elitendiskurs, der sich um eine Frauenquote in Aufsichtsräten rankt. Dies geht an der Mehrheit der Frauen vorbei und an den relevanten Zusammenhängen.

Erschwert wird die Arbeit durch willkommene Kronzeuginnen, wie beispielsweise Bascha Mika & Co., die in Buchtiteln wie etwa „Die Feigheit der Frauen“ den Frauen allein die Schuld für ihre Entscheidungen zuschreiben – ganz so, als gäbe es keine gesellschaftlichen Zwänge und die Notwendigkeit, verschiedene Verantwortungen abwägen zu müssen. Die Rollenzuschreibung Berufstätigkeit für eine erfolgreiche Frau à la Alice Schwarzer bleibt dabei ebenso unhinterfragt, wie die Verunmöglichung der Realisierbarkeit von Familie und Beruf auch für Frauen und ohne Nachteile in Kauf nehmen zu müssen – eben nicht nur für Männer. Die Zuweisung der Folgen struktureller Bedingungen auf die markierte Gruppe scheint den angeblich besonders emanzipierten Frauen nur selten aufzufallen. Sogenannte Frauenmedien steuern dann ihren Teil dazu bei, dass Frauen mit Schönheitsfragen, Starliebesabenteuern, Mode und Diäten beschäftigt werden.

Im Sinne der Sicherung der aktuellen Herrschaftsverhältnisse ist es logisch, dass im Kontext feministischer „Gleichstellungsforderungen“ ausgerechnet die Öffnung der Bundeswehr für Frauen angeführt und prominent platziert wird. Dabei ist es ein genuines Moment der Frauenbewegung, sich gegen die Kriegslogik der Globalisierung zu stellen. Zu erinnern wäre auch an die UNO Resolution 1325 "Frauen, Frieden und Sicherheit", die auf die verstärkte Einbeziehung von Frauen auf allen Ebenen von Friedensprozessen zielt. Statt spezifische Ansätze wie diese zu würdigen, besteht die Gefahr der „Gleichmachung“ der Frau mit dem Mann als (unausgesprochener) Norm weiterhin. Dies verrät sich u.a. in Schlagzeilen wie „Frau wird Kanzler“ – „Mann wird Kanzler“ zu titeln würde überraschen. Warum die Frauen von Medienseite so wenig Unterstützung erhalten, kann nur mit der Reproduktion von Machtverhältnissen auch in den Medien erklärt werden.

Ist der Twitter-Sturm gegen Tim Hunt ein Modell, um Bewusstseinsprozesse zu fördern, wie Frauen tätig sind, wie sie sich sehen, aber auch wie sie – nach wie vor – gesehen werden?¹⁰ Humor scheint eine Möglichkeit zu sein, auf Missstände aufmerksam zu machen, wie es auch der Kinofilm „We want sex(ual equality)“ tat. Sollten wir Frauen über einen Medienboykott nachdenken? Denn auch wenn wir als Minderheit nach dem Konzept Henri Tajfels mit eingeschränktem Zugang zur Macht behandelt werden, so stellen wir doch rein zahlenmäßig einen nicht unerheblichen Teil der Bevölkerung dar. Wären (weibliche) Publikumsräte in den Aufsichtsgremien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ein Fortschritt, weil man damit sowohl der Geschlechtergerechtigkeit, als auch der Mitsprachenotwendigkeit fürs mündige (und zahlende) Publikum Tribut zollen würde?

Das Internet erscheint vielen als Möglichkeit, an den etablierten Herrschaftsdiskursen vorbei eigene Inhalte zu platzieren. Das Potential besteht durchaus, aber der eingeschränkten Möglichkeiten – Algorithmen, Filter Bubble, fortschreitender Fragmentierung von Öffentlichkeiten, unterschiedliche Netzgeschwindigkeiten etc. – sollte man sich ebenfalls bewusst sein. Auch das Internet ist kein herrschaftsfreier Raum, dies bezeugen unter anderem Mobbingkampagnen gegen politisch aktive Frauen im Netz – ein Thema, dem sich das Blog Mädchenmannschaft ebenso annimmt wie das Gunda Werner Institut der Boell-Stiftung. Beobachtbare Trends zeugen von Brüchen und Kontinuitäten, so sind in Twitter immer wieder konterkarierende Muster erkennbar, während beispielsweise für Wikipedia die Diskussion nach den Autorenhierarchien und der Unterdrückung

¹⁰ Unter dem Hashtag #distractinglysexy machten sich Frauen in ihren Berufskleidungen über den Professor lustig, der durch eine Äußerung über angeblich weinerliche Kolleginnen und Ablenkung am Arbeitsplatz erneut die Frage nach der Markiertheit von Frauen in angeblichen Männerberufen aufwarf.

weiblicher Autoren nicht abreißt – siehe beispielsweise das Schicksal von Fiona B. Social Media kann dabei helfen, eigene Themen zu setzen und Druck auf die etablierten Medien auszuüben. Blogs wie Cyberweiber in Österreich oder der Watch-Salon, in dem Journalistinnen kritisch die Medien beobachten, sind inzwischen zu Größen des politischen Netzdiskurses avanciert – eine breite Öffentlichkeit wird aber nur durch die Erwähnung in etablierten Medien erreicht und hier reproduzieren sich die genannten Klassenstereotype.

Solange die Entscheider nicht in der Lage sind umzudenken, stagniert die Entwicklung – wie wir unter anderem an der jährlichen Verleihung des Friedenspreises des Deutschen Buchhandels sehen können. Dieser geht weiterhin vorwiegend an Männer. Für eine Veränderung der Wahrnehmung spricht hier nichts – auch mit Blick auf die jetzt sozialisierte nächste Generation, die nach wie vor nur eingeschränkte Rollenmuster vermittelt bekommt. Natürlich muss man an dieser, wie auch an anderen Stellen, die Zusammenhänge komplexer diskutieren, als es oft geschieht – nämlich so komplex, wie sie sind. Es liegt nicht an fehlenden oder „nicht so kompetenten“ Frauen. So wurde zur Leipziger Buchmesse 2015 die Information veröffentlicht, dass Frauen im Selbstverlag erfolgreicher sind – weil ihre Werke offensichtlich von Verlagsseite nicht so stark gefördert werden, wie die Bücher von Männern.¹¹ Es bleibt viel zu tun. Die Welt kann und muss anders aussehen und es bleibt uns nichts anderes übrig, als an ihrer Veränderung weiter zu arbeiten! Damit sie eine bessere Welt wird.¹²

Dafür wünsche ich uns weiterhin viel Kraft und Elan!

Dr. Sabine Schiffer

¹¹ Eydemir, Fatma: „Es sich selbst machen“ In: taz.de 9.03.2015 (<http://www.taz.de/!5017460>)

¹² Schiffer, Sabine: 100 Jahre Frauentag – eine kritische Bilanz. 13.03.2011
(http://www.medienverantwortung.de/wp-content/uploads/2009/07/20110313_IMV-Schiffer_100JahreFrauentag-eineBilanz.pdf)