

Österreichisches Zentrum
für Genderkompetenz
im Sport



Bericht

Geschlechtergerechte Sportberichterstattung

2014-2020

Evaluation und Handlungsempfehlungen

Verfasst von: Caroline Weber
 Leonhard Lederer

Wien, Februar 2021

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3
EU Strategie 2014-2020	4
Handlungsfeld 4: Kampf gegen Stereotypenbildung im Sport und die Rolle der Medien	4
Folgende Darstellungen der Situation im Sport stammen aus der EU Strategie 2014-2020:	4
„Strategiegruppe für Gender Equality im österreichischen Sport“	8
Projekt “All in - Stepping up the pace towards gender equality in sport”	10
Das Problem verstehen	12
Unterrepräsentation von Frauen	12
Unterbewertete Leistungen von Frauen	13
Handlungsempfehlungen	14
Maßnahmen ergreifen	14
Strategische Ebene	14
Betriebliche Ebene	15
Literaturverzeichnis	18
#SchauAufDieLeistung	19

Einleitung

Im folgenden Bericht erwartet dich:

- Rückblick,
- Aktueller Stand und
- Ausblick

in Bezug auf die Sportberichterstattung in Österreich.

Ausgehend von der **EU Strategie 2014-2020**, welche unter anderem eine geschlechtergerechte Sportberichterstattung als Ziel formulierte, wird anhand der Datenerhebung des EU Projektes **“All In - Stepping up the pace towards gender equality in sports”** aus dem Jahr 2019, eine Art Bilanz gezogen. Untersucht werden soll, inwieweit die Ziele der EU Strategie erreicht wurden, beziehungsweise wo noch etwaiger Aufholbedarf für eine geschlechtergerechte Sportberichterstattung besteht.

Beginnend mit einer Beschreibung der Ausgangslage 2014 inklusive der Erläuterung des Handlungsfeldes 4 “Kampf gegen Stereotypenbildung im Sport und die Rolle der Medien”, wird anschließend die Datenlage der “All In”- Erhebung gegenübergestellt.

Abschließend sollen **Handlungsempfehlungen und Maßnahmen** formuliert werden, welche ausgehend von einer umfassenden Definition der Problematik in der Sportberichterstattung, sämtliche FunktionärInnen im Sport bei der Entwicklung von Lösungsansätzen auf strategischer, wie auch betrieblicher Ebene unterstützen sollen.

EU Strategie 2014-2020

Die Strategie 2014-2020 wurde von der Europäischen Union als Plan entwickelt, um Geschlechtergerechtigkeit im Sport systematisch voranzutreiben. Herausgearbeitet wurden vier Aufgabengebiete, welche die wichtigsten Handlungsfelder beschreiben:

1. Ausgewogenes Verhältnis von Trainerinnen und Trainern
2. Ausgewogene Besetzung der Sportgremien
3. Maßnahmen gegen sexuelle Gewalt im Sport
4. Stereotypenbildung im Sport und die Rolle der Medien

Handlungsfeld 4: Kampf gegen Stereotypenbildung im Sport und die Rolle der Medien

“There is no reason to believe that the limited and unfair portrayal of women in sport will reverse themselves in the next twenty years unless stakeholders decide that it is in their interest to do so.” (Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture, 2014, S34)

Daraus resultierend wurden folgende Ziele von der EU definiert:

1. Faire Darstellung von AthletInnen in der Berichterstattung,
2. Reduzierung von Stereotypenbildung in den Medien,
3. Anhebung der Berichterstattungen über Sportlerinnen auf 30% und langfristig auf 40%. Ein Minimum von 30% Frauen bei den Sportjournalisten.

Folgende Darstellungen der Situation im Sport stammen aus der EU Strategie 2014-2020:

Geschlechterstereotypen im und über den Sport sind immer noch tief in den europäischen Gesellschaften verwurzelt, in denen der Sport überwiegend in Männer- und Frauendomänen aufgeteilt ist und in denen eine gemischtgeschlechtliche Teilnahme schon lange nicht mehr akzeptiert wird. Traditionen - die oft von Familienmitgliedern, Trainern und Lehrern

aufrechterhalten werden -, Sportverbände und die Medien bestätigen diese Stereotypen eher, als dass sie sie in Frage stellen. In den letzten Jahren hat auch die Sexualisierung von Sportlerinnen (sowie einiger männlicher Athleten) an Bedeutung gewonnen.

Frauen werden oft so dargestellt, dass sie nur für Individualsportarten oder Sportarten mit einem ästhetischen Element geeignet scheinen. Sie werden auch anders dargestellt als männliche Athleten, sowohl in Bezug auf die verwendeten Bilder als auch auf die Sprache. Oft werden sie in Bildern "außerhalb des Sportkontextes" und in passiven oder traditionell weiblichen Posen dargestellt. Darüber hinaus werden weibliche Athleten auch heute noch auf eine Art und Weise inszeniert, die zur Marginalisierung des Frauensports beiträgt, da die Betonung auf Weiblichkeit und sexuelle Anziehungskraft statt auf Kraft und Schönheit?? gelegt wird. Die Existenz dieser Art von Berichterstattung wertet die Leistung von Frauen eindeutig ab.

Trotz des beträchtlichen Anstiegs der Beteiligung von Mädchen und Frauen am Sport und eines wachsenden Publikums, das sich für den Elitesport von Frauen interessiert, gibt es heute immer noch große Unterschiede in der Medienberichterstattung über Frauen- und Männersport. Der Anteil der Sendezeit und des Platzes in der geschriebenen Presse, der über Frauensport berichtet - sowohl in den Nachrichten als auch in der Live-Berichterstattung - ist immer noch sehr gering.

Abgeleitet von dieser Beschreibung wurden innerhalb der EU Strategie 2014-2020 folgende Empfehlungen ausgesprochen:

Medienorganisationen sollten:

1. Redaktionelle Richtlinien in Bezug auf Geschlechtergerechtigkeit im Sportjournalismus adaptieren/erneuern mit dem Ziel der Erstellung interessanter Berichte, aus sozialer und kommerzieller Sicht bei gleichzeitiger Wahrung der Integrität von Frauen.
2. Schaffung und/oder Erneuerung von Maßnahmen wie eine ExpertInnendatenbank, um ein ausgewogenes Verhältnis der Geschlechter bei ExpertInnenmeinungen, Reportagen und Berichten zu erreichen.
3. Die Fähigkeiten und Kompetenzen von Medienprofis im Sportbereich zu entwickeln und zu fördern, indem man Schulungen in Bezug auf Geschlechtergerechtigkeit im Sport

anbietet und die JournalistInnen dazu animiert, die bestehenden Werkzeuge und Richtlinien in Bezug auf Gender Equality und Vielfalt in den Medien in ihrer täglichen Arbeit anzuwenden.

4. Kriterien für die Auszeichnung von SportjournalistInnen für ihr Engagement im Bereich der Bekämpfung von Geschlechterstereotypen im Sportjournalismus entwickeln und/oder fördern.

5. Jeder Sportverband sollte die mediale Berichterstattung von Frauensport als ein Schlüsselement in seiner Entwicklung einer Marketingstrategie integrieren. Dies sollte eine enge Kooperation mit den Medien in Bezug auf die Berichterstattung über Wettkämpfe, Veranstaltungen und innovative Produkte mit einbeziehen.

Mitgliedsstaaten sollten:

1. Die Berichterstattung über Frauensport als einen integralen Bestandteil einer nationalen Strategie für Geschlechtergerechtigkeit im Sport sehen und aufgrund fundierter Vorkommnisse entsprechende Aktionen setzen und diese anhand einer Leistungsaufzählung dokumentieren.

“Sportverbände sollten mehr und bessere Informationen über Athletinnen bereitstellen (z. B. Pressemappen, digitale Fotoarchive, Blogs), sich proaktiv um eine Medienberichterstattung über sportliche Leistungen auf allen Ebenen bemühen, gute Beziehungen zu (lokalen) Journalisten aufbauen, um erfolgreiche Sportlerinnen als Vorbilder zu fördern, und weibliche Expertinnen sowie weibliche Vertreterinnen von Verbänden für die Vertretung ihrer Organisationen in den Medien gewinnen.” (Gender Equality in Sport, 2014, S.36)

2. Die Entwicklung der Aktionspläne von Sport & Medien dahingehend vorantreiben, um einen Anstieg der Berichterstattung über Frauensport und Frauen im Sport zu erreichen, wobei ein realistischer Geschäftsplan zugrunde liegen soll.

3. Mehr Frauensportveranstaltungen in den Kalender aufnehmen.

“Vereinbarungen über die Terminisierung von großen Frauensportveranstaltungen, um sie sendefreundlich zu gestalten, oder die Erkundung der Möglichkeit, Frauen- und Männerwettbewerbe und -spiele miteinander zu koppeln, um die Kosten für die Berichterstattung über beide Veranstaltungen zu senken, sind nur zwei Beispiele.” (Gender Equality in Sport, 2014, S. 36)

4. Finanzielle Ressourcen aus nationalen Budgets und/oder dem Europäischen Sozialfond solchen Projekten zuteilen, die für die Förderung einer vermehrten Berichterstattung und einer fairen Darstellung von Frauensport stehen.

Mitgliedsstaaten und die Europäische Kommission sollten:

1. Die Kooperation zwischen den Medien und Sportverbänden durch die Erarbeitung von Richtlinien und die Schaffung einer Arbeitsgruppe bestehend aus mehreren Stakeholdern bzw. einer Plattform für Geschlechtergerechtigkeit in den Sportmedien anregen, weil das essentiell für die Verbesserung und den Zuwachs der Medienberichterstattung über Frauensport ist.
2. Studien über die Berichterstattung von Frauensport fördern, auch im Hinblick auf das Werbepotential von Frauensport für die Medien, sowie zum Austausch von „good practice“-Beispielen in diesem Bereich ermutigen.
3. Die Europäische Kommission sollte bei der Evaluierung von AVMS die Medienberichterstattung von Frauensport berücksichtigen.

Ausgewogene Balance von Frauen und Männern in den Abteilungen europäischer Sportmedien:

1. Im Sportbereich tätige Medienorganisationen sollten Pläne zu Gender Equality entwickeln, die spezifische Maßnahmen beinhalten wie z.B. Förderungen und Quoten, Rekrutierungskampagnen für Journalistinnen, um sie für die Sportberichterstattung und die Förderung weiblicher Führungskräfte (beides in Management- und Redaktionspositionen) zu interessieren, Seminare für Führungskräfte, Unterrichtspläne und Schulungen.
“Darüber hinaus sollten Bildungsinstitute dazu ermutigt werden, das Thema Gender in die Lehrpläne ihrer journalistischen Aus- und Weiterbildung einzubeziehen, mit besonderem Augenmerk auf den Sportjournalismus. Kurse und andere Maßnahmen für StudentInnen, JournalistInnen, ManagerInnen, NRO-LeiterInnen und andere Beteiligte zum Thema Geschlechtersensibilität im Sportjournalismus müssen gefördert und weiterentwickelt werden.” (Gender Equality in Sport, 2014, S. 34)
2. Professionelle Medien- und JournalistInnenvereinigungen sollten die Richtung vorgeben (Richtlinien, Best practice-Handbuch) und eine Plattform zur Diskussion und zum Austausch

von best practice-Beispielen betreiben, um eine ausgewogene Balance zwischen Frauen und Männern in den Abteilungen der Sportmedien Unternehmen zu gewährleisten.

“Es ist unerlässlich, dass Medienschaffende "gender-bewusst" sind und in ihrer Arbeit die Prinzipien des ethischen Journalismus (Genauigkeit, Fairness, Unabhängigkeit, Transparenz, Vielfalt, Vermeidung von Stereotypen, Verantwortlichkeit) reflektieren. Daher sollten redaktionelle Richtlinien, die die Gender-Dimension des Sportjournalismus berücksichtigen, sowie Toolkits und Handbücher für gute Praxis, die von verschiedenen NGOs und professionellen Medienorganisationen entwickelt wurden, als Anleitung für die tägliche Arbeit von Medienschaffenden dienen.”(Gender Equality in Sport, 2014, S. 34)

3. Die Europäische Kommission sollte Untersuchungsprojekte über die Erfahrungen europäischer weiblicher Sportjournalisten und die qualitative Dimension von Geschlecht und Sport im europäischen Rundfunk unterstützen.

Quelle: Gender Equality in Sport. Proposal for Strategic Actions 2014-2020, 2014

„Strategiegruppe für Gender Equality im österreichischen Sport“

Aufgrund der EU Handlungsempfehlungen des Aktionsplans "Gender Equality in Sport" von 2014 bis 2020 hat der damalige Bundesminister Gerald Klug am 20. Februar 2015 PräsidentInnen von BSO, ÖOC, ÖPC, ÖBSV, BSFF und der Bundessporteinrichtungen GesmbH zu einem ersten Treffen eingeladen, um eine gemeinsame Strategie für die Gleichstellung von Frauen und Männern im Sport zu erarbeiten.

In weiterer Folge sollten Maßnahmen zu den vier EU Schwerpunktthemen entwickelt werden. Dazu wurden Arbeitsgruppen zu den folgenden Bereichen eingesetzt:

- Ausgewogenes Verhältnis von Trainerinnen und Trainern
- Ausgewogene Besetzung der Sportgremien
- Maßnahmen gegen sexuelle Gewalt im Sport

- Stereotypenbildung im Sport und die Rolle der Medien

100% Sport unterstützt den österreichischen Sport bei der Umsetzung der EU-Strategie „Gender Equality in Sport 2014-2010“.

Projekt “All in - Stepping up the pace towards gender equality in sport”

Datenerhebung und Handlungsleitfaden

Die hier präsentierten Daten wurden im Rahmen des gemeinsamen Projekts “All in” der Europäischen Union (EU) und des Europarats erhoben.

Neben einer Datenerhebung anhand festgelegter Indikatoren war es das Ziel, öffentlichen Stellen und Sportorganisationen bei der Anwendung von Gender-Mainstreaming-Strategien und Gleichstellungsplänen zu unterstützen.

100% Sport war als Projektpartner in Österreich für die nationale Umsetzung der Datenerhebung verantwortlich.

Die gesamten Ergebnisse der umfangreichen Datenerhebung sowie Handlungsempfehlungen zu weiteren strategischen Feldern (Coaching, Machtmissbrauch, Ausgewogene Gremienbesetzung, Partizipation etc.) finden Sie unter www.100prozent-sport.at oder auf der Projekt-Website: www.coe.int/sport/ALLIN

Datenerhebung

Indikator		Österreich	Insgesamt (der teilnehmenden Länder)
Geschlechtergerechte Sportberichterstattung	Kommunikationsleitfäden und Richtlinien für geschlechtergerechte Sportberichterstattung	17%	19%

Geschlechtergerechte Sportberichterstattung (2)	Geschlechtergerechte Beschickung zu Großsportveranstaltungen (Olympics und Paralympics Rio und Byeongchang)	14%	17%

Bei den Olympischen Spielen waren sehr wenige Journalistinnen und Reporterinnen der österreichischen Medienunternehmen und -organisationen anwesend. Den größten Anteil an Journalistinnen und Reporterinnen (31 %, n = 5) gab es bei den Paralympischen Spielen in Rio 9.

Vergleicht man diese Zahlen mit den Zielangaben der EU Strategie 2014-2020 von 30% Sportjournalistinnen, wurde, mit Ausnahme der Paralympischen Spiele, nicht mal die Hälfte dieser Prozentvorgabe erreicht.

KOMMUNIKATIONSLEITFÄDEN

17 % (n = 5) der Dach-Sportverbände haben Leitfäden zur ausgewogenen Repräsentation von Frauen und Männern in ihrem Kommunikationsmaterial, einschließlich sozialer Medien. Die meisten haben in ihren Antworten die Darstellung beider Geschlechter in Text und Bildern erwähnt. Die Golf- und Leichtathletikverbände präsentieren beispielsweise immer sowohl Sportlerinnen als auch Sportler in ihren Texten, Broschüren, Veröffentlichungen etc.

► Das Olympische Komitee führte ebenfalls an, dass es spezielle Leitfäden für eine ausgewogene Repräsentation von Frauen und Männern in seinem Kommunikationsmaterial, einschließlich sozialer Medien, habe.

Auch wenn sich die Situation im Spitzensport bereits verbessert hat, ist die Sichtbarkeit von Sportlerinnen bei weitem nicht so hoch wie jene von Sportlern. Zudem werden die Leistungen von Sportlerinnen in den Medien weiterhin unterbewertet. Die in den Medien

vorherrschende unausgewogene Darstellung von Frauen und Männern trägt darüber hinaus zur Verbreitung von Geschlechterstereotypen bei (z. B. Befragung von Sportlerinnen zu ihren Familien oder ihrem Aussehen). Dadurch wird signalisiert, dass Männersport sowohl Frauensport als auch Sportlerinnen im Allgemeinen überlegen ist. Diese Botschaft muss bei jeder Gelegenheit berichtigt werden.

Quelle: ALL IN: "Towards gender balance in sport" - Ergebnisse Österreich, 2019

Die Ergebnisse der Datenerhebung unterstreichen, dass es nach wie vor an wesentlichen Maßnahmen für Geschlechtergerechtigkeit in und durch die Sportmedien in Österreich mangelt. Die Zahl der Journalistinnen insbesondere bei sportlichen Großveranstaltungen, sowie die Anzahl weiblicher Chefredakteurinnen in Sportredaktionen sind auch heute noch sehr gering. Ebenfalls bedienen sich SportberichtersteratterInnen bei der Darstellung von weiblichen Athletinnen nach wie vor eines stereotypen Frauenbildes, welches auf diese Art noch weiter unterstrichen wird.

Das Problem verstehen

Um eine geschlechtergerechte Sportberichterstattung zu gewährleisten, ist es zuerst nötig den Status Quo der Sportmedien mithilfe der aktuellen Daten zu verstehen. Abgeleitet aus der Datenerhebung "ALL IN" im Bereich Medien werden im dazugehörigen Factsheet folgende Tatsachen beschrieben:

Unterrepräsentation von Frauen

- Frauen sind auf allen Ebenen der Sportberichterstattung unterrepräsentiert (unter Journalistinnen und Journalisten, Kommentatorinnen und Kommentatoren, Redakteurinnen und Redakteuren usw.).
- Die Berichterstattung über Veranstaltungen des Frauensports ist unzureichend (Arten und Anzahl der Veranstaltungen, über die berichtet wird; Zeitfenster usw.).

- Berichterstattung über Frauen und Männer erfolgt häufiger in „geschlechtergerechten“ Sportarten (z. B. über Gymnastik praktizierende Mädchen und Frauen oder im Boxsport aktive Männer).
- Die Kommentierung von Frauensport ist von einem sachlichen Sprachgebrauch geprägt und bedient sich weniger Filmmaterial sowie Interviews.

Unterbewertete Leistungen von Frauen

- Der vorherrschende Zugang zu Frauensport hebt äußerliche Erscheinungsbilder hervor. Dadurch wird der Schwerpunkt von den sportlichen Fähigkeiten auf das Aussehen verlagert (z. B. „sexy“ Posen in Zeitschriften).
- Heterosexuelle Femininität wird betont (z. B. negative Darstellung lesbischer Sportlerinnen und „maskuliner“ Körper).
- Dem Privat- und Familienleben von Frauen wird nach wie vor viel Aufmerksamkeit geschenkt, wodurch traditionelle Rollenbilder verfestigt werden (z. B. werden Sportler nur selten zu ihren Partnerinnen bzw. Partnern befragt oder ihre Partnerinnen bzw. Partner werden als Trophäen dargestellt).
- Sportlerinnen werden seltener direkt interviewt (stattdessen kommen eher Trainerinnen bzw. Trainer oder Personen aus dem Umfeld der Sportlerinnen zu Wort).
- Männersport wird oft als Norm betrachtet, wohingegen Frauensport einen abgrenzenden Zusatz erhält (z. B. „Basketball“ = Männerteam, „Frauen-Basketball“ =

Quelle: Factsheet Medien, Datenerhebung „ALL-IN“, 2019

Folgende Empfehlungen ergeben sich daraus mit dem Ziel einer geschlechtergerechten Sportberichterstattung:

Handlungsempfehlungen

1. Ergreifen von Maßnahmen gegen die Unsichtbarkeit von Sportlerinnen und Frauensport in medialer Berichterstattung sowie Kommunikationsmaterial.
2. Angemessene Darstellung von Frauen und Männern ohne Verbreitung von Geschlechterstereotypen.
3. Dekonstruktion und Bekämpfung von Geschlechterstereotypen in der Welt des Sports.

Ziel ist es, die Realität und Diversität der sportlichen Erfahrungswelt sowie der Teilhabe von Männern und Frauen an der Welt des Sports getreu abzubilden.

Maßnahmen ergreifen

Strategische Ebene

1. Schaffen Sie Bewusstsein für geschlechterspezifische Vorurteile und Stereotype.
2. Entwickeln Sie beispielsweise an Vorstandsmitglieder von Sportorganisationen gerichtete Ausbildungs- und Schulungsprogramme zu Maßnahmen gegen negative Stereotype im Sport, erarbeiten Sie Verhaltenskodizes und richten Sie wirksame Verfahren für den Umgang mit Beschwerden ein.
3. Entwickeln Sie an Sportlerinnen und Sportler sowie Trainerinnen und Trainer gerichtete Ausbildungs- und Schulungsprogramme zu Kommunikationsstrategien mit den Medien und, im weiteren Sinne, zur Kontrolle ihrer Rechte im Hinblick auf einen ethischen und angemessenen Gebrauch ihrer Namen und Fotos.

4. Erarbeiten Sie an die Medien sowie an Bildungseinrichtungen im Bereich Journalismus gerichtetes pädagogisches Material zu Geschlechterstereotypen im Sport.
5. Stellen Sie sicher, dass Marketing- und Werbematerialien für Sportveranstaltungen frei von Geschlechterstereotypen sowie der Sexualisierung von Sportlerinnen und Sportlern sind. (Vermeiden Sie beispielsweise die Darstellung von Frauen in Miniröcken, die Preise überreichen, rein weibliche Cheerleadergruppen in der Halbzeitpause und verteilen Sie die Darstellungsleitfäden (2018) des Internationalen Olympischen Komitees (IOC) an alle Sponsorinnen und Sponsoren, Werbetreibenden sowie Marketing-Stakeholder).
6. Setzen Sie innerhalb der Organisation klare Zuständigkeiten für die Verbesserung der Medienberichterstattung über das unterrepräsentierte Geschlecht fest. Fordern Sie Ihre Pressesprecherinnen und -sprecher beispielsweise dazu auf, eine Kommunikationsstrategie zur optimierten Darstellung von Sportlerinnen Ihrer Sportart zu erarbeiten.
7. Knüpfen Sie Kontakte zu den Medien und versorgen Sie sie mit Reportagen, Bildern und Statistiken über Frauensport.
8. Entwickeln Sie eine proaktive Strategie zur Förderung der Darstellung des unterrepräsentierten Geschlechts in Ihrer Sportart (z. B. Bewerbung der Nominierung von Sportlerinnen und Sportlern für Auszeichnungen).
9. Veröffentlichen Sie in Zeitungen und Zeitschriften Berichte über Mädchen und Frauen.
10. Bewerben Sie (weibliche und männliche) Vorbilder in Ihrer Sportart (z. B. in sozialen Netzwerken).

Betriebliche Ebene

1. **Berichterstattung**

- Stellen Sie so weit wie möglich sicher, dass nicht nur Sportlerinnen und Sportler, sondern auch Frauen- und Männersport sowie Sportveranstaltungen für Frauen und

Männer auf allen Kommunikationskanälen auf ausgewogene Art und Weise dargestellt werden (Kommentare, Berichte, Bilder, Webseiten, soziale Netzwerke usw.). Fördern Sie die Übertragung von Sportveranstaltungen für Frauen oder Mädchen, indem Sie Ihre Verhandlungsmacht bei der Vereinbarung der Übertragungsrechte von Männer-Wettkämpfen nutzen und im Zuge dieser ebenfalls auf die Übertragung von Frauen-Wettkämpfen bestehen.

- Berichten Sie über Frauen genauso leidenschaftlich wie über Männer.

2. Bilder

- Setzen Sie den Schwerpunkt auf Leistung, NICHT auf Kleidung, Haare usw.
- Vermeiden Sie sexualisierte bildliche Darstellung von Sportlerinnen und Sportlern.
- Erarbeiten Sie Bildmaterial, das aktive Mädchen zeigt und ebenfalls Stärke, Macht und Schnelligkeit hervorhebt (z. B. beim Judo oder Rugby) sowie elegante und gelenkige Buben abbildet (z. B. beim Tauchen).

3. Sprache

- Vermeiden Sie Geschlechterstereotype oder Vergleiche zwischen Geschlechtern (z. B. „Sie rannte wie ein weiblicher Usain Bolt“).
- Bedienen Sie sich in allen Richtlinien, Regelwerken, Berichten usw. geschlechtersensibler Sprache, um gegen die Vorstellung anzukämpfen, dass Männer in der Welt des Sports das dominante Geschlecht sind (z. B. anstatt „Der Sportler muss seine persönlichen Gegenstände in den Spind legen“ zu schreiben, verwenden Sie „Sportlerinnen und Sportler müssen ihre persönlichen Gegenstände in die Spinde legen“).
- Vermeiden Sie es, Frauensport sowie Sportlerinnen einem Geschlecht zuzuordnen (z. B. „Golferin“ anstatt „weibliche Golferin“).
- Verwenden Sie Adjektive, die sowohl auf Männer als auch auf Frauen Anwendung finden (z. B. stark, schön, entschlossen). Vermeiden Sie geschlechterspezifische oder sexistische Beschreibungen (z. B. mädchenhaft, sexy, wie ein Mann).
- Stellen Sie in Interviews keine sexistischen Fragen (z. B. an Frauen gerichtete Fragen zu ihren Partnerinnen bzw. Partnern/Kindern, es sei denn, sie sprechen von sich aus über diese Themen).

4. Interviews

- Stellen Sie Interviewfragen immer direkt an die betreffende Person (und nicht an ihre Trainerin oder ihren Trainer bzw. eine Person aus ihrem Umfeld), es sei denn, sie lehnt das Interview explizit ab.

Quelle: ALL IN Toolkit, Factsheet 7, 2019

Literaturverzeichnis

Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture (European Commission) (2014). *Gender equality in sport - Proposal for strategic actions 2014–2020*. Brussels: EU Publications.

Fasting, K. (2017). *ALL IN! Towards Gender Balance in European Sport. Analytical report of the data collection campaign*. Straßburg: EU, EoC.

EU & EoC. (2019). *AUSTRIA. Gender Equality in Sport Leaflet 2019*. Draft

Weiterführende Quellen und Ressourcen

All in Tool Kit

<https://pjp-eu.coe.int/en/web/gender-equality-in-sport/toolkit>

All in Online-Bibliothek

<https://pjp-eu.coe.int/en/web/gender-equality-in-sport/online-library>

#SchauAufDieLeistung

Kein Platz für Sexismus - weil im Sport die Leistung zählt

Wir haben das 21. Jahrhundert und sexistische Sportberichte gibt's noch immer!

Abwertende Sprache und Berichterstattung wie über das Tischtennis Champions League Finale der Frauen (2020) kann und darf nicht toleriert werden.

100% SPORT fordert eine Berichterstattung, die über Leistung und nicht über das Aussehen von Athlet*innen berichtet!

Qualifiziert, wertschätzend, fair!

Deshalb hat 100% SPORT die Kampagne **#SCHAU AUF DIE LEISTUNG** gestartet.

Verwende den #SchauAufDieLeistung, um Deine Stimme gegen Sexismus im Sport zu erheben!

