



Tanja Walter-Ahrens auf dem CSD 2011 in Berlin. Die frühere Profi-Fußballerin und bekennende Lesbe erhielt dort den Preis für Zivilcourage für ihr Engagement gegen Homophobie im Fußball.

Homosexuell = schwul?

Lesben kommen in deutschen Medien so gut wie nicht vor – ein Befund

von Simone Schmollack

Es ist immer das gleiche Bild: Einen Tag nach dem Christopher Street Day (CSD), bei dem homo-, bisexuelle und Transgender-Menschen alljährlich in aller Buntheit für ihre Rechte auf die Straße gehen, zeigen die Medien vor allem Männer: nackt oder halbnackt, in Leder, in Ketten, grell geschminkt, im Fummel und auf Stöckelschuhen. Lesbische Frauen hingegen, die fast so zahlreich mitmarschieren, werden selten gezeigt. Und zwar nicht nur in der Berichterstattung über den CSD. Sie haben in deutschen Medien generell so gut wie keinen Platz.

Zu diesem Ergebnis kommt die Kommunikationswissenschaftlerin und Journalistin Elke Amberg. »Lesben werden in der Presse nicht benannt, sie kommen als gesellschaftliche Gruppe also nicht vor«, sagt sie. »Die Berichterstattung über Homosexuelle dominieren schwule Männer.«

Werde doch einmal über lesbische Frauen geschrieben, würden sie auf die Mutterrolle oder ihr gutes Aussehen reduziert.

Amberg hat von Juni bis Dezember 2009 die Artikel in zwei Münchner Qualitätszeitungen und zwei Boule-

vardblättern ausgewertet, die sich weitestgehend mit der rechtlichen Gleichstellung von Homosexuellen und mit dem Christopher Street Day beschäftigten. In nur sechs der insgesamt 81 Artikel spielten Lesben überhaupt eine Rolle, in einem einzigen stand eine lesbische Frau im Mittel-

punkt. Kein einziger Text titelte mit »Lesbe« oder mit »lesbisch«. »Diese Begriffe sind in den Medien noch stark tabuisiert«, sagt Elke Amberg. Sie werden selbst dann gemieden, wenn sich der Text hauptsächlich mit Lesben befasst, beispielsweise als lesbisches Paar mit Kindern. Die AutorInnen weichen dann auf Formulierungen wie »zwei Mütter« oder »Regenbogenfamilie« aus.

Mitunter ist es sogar falsch, wie Zeitungen berichten. So hat der Münchner Merkur unter der Überschrift »Schwule haben Lust auf Leben« über den CSD berichtet. Groß im Bild zu sehen waren aber die ehemalige Moderatorin des ZDF-Fernsehgartens Ramona Leiß mit ihrer Lebenspartnerin. Ein anderer Text befasste sich mit dem Steuerrecht für gleichgeschlechtliche Partnerschaften, das Lesben und Schwule gleichermaßen betrifft. In der Überschrift stand »Steuersplitting für Schwule«.

Selbst das Wort homosexuell ist konnotiert mit schwul und Mann. Die Folge: In vielen Texten ist von der Homo-Ehe und von der Homo-Hochzeit die Rede, von Homo-Partnern und Homo-Gatten. In den Bildern werden ausschließlich Männer gezeigt. In manchen Berichten wird ein Hohelied auf das »schwule Familienviertel« und die »schwule community« gesungen. Ambergs Fazit: Der schwule Mann ist der Prototyp des homosexuellen Menschen.

Warum ist das so? Ganz einfach, sagt Elke Amberg: »Männliche Chefredakteure und männliche Ressortleiter machen Zeitungen für männliche Leser. Und männliche Redakteure schreiben für männliche Leser.« Durch die Aidskrise in den Achtzigerjahren und die dadurch gewonnene Medienpräsenz haben Schwule inzwischen eine andere gesellschaftliche Akzeptanz, zumindest aber Öffentlichkeit gewonnen. So konnte der Begriff »schwul« Karriere machen, selbst in der konservativen Presse.

Lesben nur als Mütter und Promis interessant

Lesbische Frauen kamen darin nicht vor, weil es vordergründig nicht ihre Probleme waren. Darüber hinaus hatten und haben Lesben mit anderen existenziellen Themen zu kämpfen: Selbstbestimmung über ihren Körper, Geschlechterrollen, Gewalt, eigenes Einkommen. Ganz normale »Frauenthemen« also, die es in den meisten Blättern ohnehin schwer haben. Das Global Media Monitoring 2009 hat ergeben, dass die Berichterstattung über Frauen nur 23 Prozent ausmacht. In der Politikberichterstattung kommt eine Frau auf zwölf Männer. In den Lokalteilen sieht das Verhältnis etwas besser aus: Dort wird im Schnitt über fünf Männer und eine Frau berichtet.

Lesbische Frauen schaffen es nach der Auswertung von Ambergs nicht repräsentativer Studie ohnehin nur mit drei Themen in die Medien: mit ihrem Coming-out, als Mütter und als Prominente. So wurden die Selbststoutings bekannter Fernsehfrauen wie der Moderatorinnen Anne Will und Dunja Hayali und der Schauspielerinnen Ulrike Folkerts und Maren Kroymann in den Boulevardblättern breit thematisiert, die Qualitätszeitungen erzählen gern davon, wie ein lesbisches Paar zu Kindern kommt. 93 Prozent der Homo-Paare mit Kindern sind lesbische Frauen.

Manche Zeitungen versuchen auch, den Fakt der Homosexualität zu verstecken oder zu verschleiern, wenn im Text ein »allgemeines« Thema behandelt wird und schwule Männer oder lesbische Frauen darin vorkommen müssen, weil sie unmittelbar betroffen sind. So erinnert sich Axel Bach, Wissenschaftsautor und Vorstand beim Bund lesbischer und schwuler Journalistinnen (BLSJ), daran, wie eine Zeitung versucht hatte, ein schwules Paar als heterosexuelle Männer zu »verkaufen«. Die beiden saßen vor ein paar Jahren in einem Flugzeug nach Thailand. Die Maschine stürzte ab, die beiden Männer kamen – wie weitere Passagiere – mit dem Leben davon. Was

wäre gewesen, wenn der Fakt der Homosexualität nach langen Debatten mit dem Autor nicht dargestellt worden wäre? »Die Leserinnen und Leser hätten alle gedacht: Ja, klar, deutsche Männer auf dem Weg nach Thailand«, sagt Axel Bach. Den beiden wäre ganz sicher unterstellt worden, sie seien Sextouristen. »Man kann schwulen Männern auch schaden, wenn man versucht, sie als Heteros darzustellen«, sagt Axel Bach.

Und Elke Amberg fordert: »Wenn Lesben explizit wünschen, als Lesben beschrieben zu werden, dann sollten JournalistInnen das auch schreiben.

Simone Schmollack ist Redakteurin für Frauen- und Geschlechterpolitik bei der taz.

 Elke Amberg: Schön! Stark! Frei! Wie Lesben in der Presse (nicht) dargestellt werden. Die Studie erscheint im Oktober 2011 im Ulrike-Helmer-Verlag.

