

Resolution



Wir, die Teilnehmerinnen des 44. Herbsttreffens der Medienfrauen von ARD, ZDF, Deutschlandradio, Deutscher Welle und ORF fordern:

»Wir wollen endlich mehr Musik von und mit Frauen hören und sehen«

Eine aktuelle Studie der MaLisa-Stiftung in Kooperation mit GEMA und Music S Women* zeigt: Musik in den deutschen Wochencharts wird zu mehr als 85 % von Männern komponiert. Bei den bei der GEMA angemeldeten Songs liegt der Anteil der beteiligten Frauen zuletzt bei nur 6 %. Auf Festivalbühnen misst die Studie für 2022 einen Frauenanteil von 16 %. »Die Musikbranche ist weiterhin ein Boys' Club«, fasst Elisabeth Furtwängler, Initiatorin der Recherche, die Ergebnisse zusammen.

Immer wieder berichten Frauen im Musikbusiness von diskriminierenden Erfahrungen in Bezug auf ihr Geschlecht. Die Zuschreibung geschlechtsspezifischer Stereotypen und unangemessene, sexistische Kommentare sind in der Musikbranche keine Seltenheit, so die Ergebnisse einer Studie von MaLisa und Keychange. Die Initiative Keychange hat die 50/50 Pledge für Festivals und Musikorganisationen ins Leben gerufen.

Die Situation für weibliche Kreativschaffende in der Musikbranche ist an dieser Stelle ein weiterer Spiegel unserer Gesellschaft – eine Gleichberechtigung ist bislang nicht vorhanden. Künstlerinnen starten ihre Karrieren unter anderen, ungünstigeren Bedingungen als ihre männlichen Kollegen und haben es im weiteren Verlauf schwerer, von Gatekeepern berücksichtigt und unterstützt zu werden.

In unseren audiovisuellen Medien ist Musik zentraler Faktor. Film und Fernsehen ohne Musik – undenkbar. Radio ohne Musik – völlig unvorstellbar.

Von den Verantwortlichen in der Musikindustrie fordern wir deshalb:

- \ Treffen Sie mehr Entscheidungen zugunsten von Musikerinnen*!
- \ Hinterfragen Sie Ihre Biases – auch in der Musikbranche werden erfolgsrelevante Eigenschaften traditionell eher Männern als Frauen zugeschrieben
- \ Schauen Sie auf Ihre Netzwerke und erweitern Sie sie auf mehr Playerinnen der Musikszene – Buddies Networking ist im Musikbusiness tief verankert.
- \ Betreiben Sie gezielte Nachwuchsförderung gerade auch von Künstlerinnen*.
- \ Führen Sie bei Festival Line-ups endlich eine Mindestquote für Frauen und geschlechtsspezifische Minderheiten ein.

Die Intendant:innen von ARD, ZDF, Deutschlandradio, Deutscher Welle und ORF fordern wir auf,

- \ für eine ausgewogene zeitgemäße Musikrotation zu sorgen. Ein gleicher Anteil von männlichen zu weiblichen Stimmen muss nicht nur bei jeder Auswahl eines neuen Titels berücksichtigt werden. Auch die älteren Musikrotationen sollten regelmäßig auf diesen Punkt überprüft und nachjustiert werden.
- \ Räumen Sie auf mit veralteten und falschen Glaubenssätzen! »Zwei weibliche Stimmen im Radio sind verboten!« und »Weibliche Stimmen klingen eher zickig und nervig«. Diese »Weisheiten« werden teilweise immer noch als »Planungsregeln« weitergegeben und dominieren oft unbewusst Entscheidungsprozesse. Veraltete und falsche Glaubenssätze müssen erkannt, hinterfragt und geändert werden.
- \ Stellen Sie Ausgewogenheit auch in der musikjournalistischen Berichterstattung her. Drei Meldungen, die jeweils nur von Männern handeln, sind nicht mehr zeitgemäß und zeigen kein Abbild der Gesellschaft. Diversität fängt bei der Themenauswahl an!
- \ Die internationale Initiative Keychange hat die 50/50 Pledge für Festivals und Musikorganisationen ins Leben gerufen. Prüfen Sie, wie diese Ziele in den Programmen umgesetzt werden können: Geben Sie sich Selbstverpflichtungen für ausgewogene Geschlechterverhältnisse in Playlists und in der musikjournalistischen Berichterstattung!
- \ Drängen Sie bei Vereinbarungen mit Medienpartner:innen und Veranstalter:innen von Festivals oder Konzerten auf Geschlechtergerechtigkeit auf den Bühnen. Machen Sie deutlich, dass dies für Ihre Programme ein mitentscheidender Punkt ist, Konzerte oder Festivals in den Programmen zu präsentieren und zu übertragen.

44. HERBSTTREFFEN DER MEDIENFRAUEN 2022



Entsetzen. Empathie.

Engagement. Empowerment.