

## Fallbeschreibung

### Strategische Kommunikation für die Gleichstellung der Geschlechter (Reinhard, 2020)

*Zusammenfassung von Martina Novak*

#### Der Fall

Am 14. Juni 2019 gingen in der Schweiz rund eine Million Frauen für mehr Gleichstellung auf die Strasse – mobilisiert vom Schweizerischen Gewerkschaftsverbund (SGB) sowie von feministischen Komitees und Frauenverbänden. Angelehnt an den ersten Streik vom 14. Juni 1991 und als grösste Demonstration der jüngeren Schweizer Geschichte stellt der Streik ein gewichtiges Ereignis im gleichstellungspolitischen Diskurs dar. Eine Fallstudie (Reinhard, 2020) untersucht die Frage: Wie prägte der Frauenstreik 2019 den öffentlichen Diskurs in der Schweiz zur Gleichstellung der Geschlechter? Die Untersuchung zielt darauf ab, auf einer Diskursanalyse Empfehlungen für die strategische Kommunikation von Frauenorganisationen mit Blick auf das Message Design abzuleiten.

#### Problem und Fragestellung

Der erfolgreiche Frauenstreik vom 14. Juni 2019 und die damit zusammenhängenden Diskursereignisse – dazu gehören die Parlamentswahlen vom 20. Oktober 2019 und das Jubiläum des Frauenstreiks am 14. Juni 2020 – bieten grosse Forschungs- und Kommunikationsperspektiven für die auf diesem Politikfeld handelnden politischen Akteure. Die diskursanalytische Untersuchung im Rahmen dieser Arbeit fokussiert auf die schriftliche Kommunikation, wie sie in einem Korpus von Medienmitteilungen und Blogbeiträgen von den – zuvor mittels Politikfeldanalyse identifizierten – Akteuren gesammelt sind.

#### Theorien und Methoden

Den theoretischen Rahmen der Fallstudie setzt die Diskursanalyse. Die Methode der empirischen Untersuchung öffentlicher Diskurse verfolgt das Ziel, Muster des Sprachgebrauchs zu erkennen. Sie folgt dem transdisziplinären Ansatz von Dreesen und Stücheli-Herlach (2019). Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Identifikation von drei typischen Diskurselementen, nämlich von Schlagwörtern, Narrativen und argumentativen Topoi.

Die zunächst angewandte Politikfeldanalyse nach Blum und Schubert (2018) sowie die Modellierung bzw. Einteilung der Akteure in vier Katego-

rien dient der Modellierung und Strukturierung des untersuchten Kommunikationsfelds. Zu den fünfzehn wichtigsten ermittelten Deutschschweizer Akteuren des gleichstellungspolitischen Diskurses gehören, neben Frauenverbänden und -organisationen wie dem überparteilichen Dachverband Alliance F oder der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen, die fünf stärksten Nationalparteien (FDP, SVP, SP, CVP und Grüne) sowie die drei Leitmedien im Themenfeld der Politik, SRF, Tagesanzeiger und die NZZ. Das Korpus umfasst Blog- und Medienbeiträge, die auf Organisations- und Parteiseiten öffentlich publiziert sind, sowie Artikel der Leitmedien zur Gleichstellung. Der Identifikation von Sprachgebrauchsmustern dient ein Kodiersystem. Um eine rekursive Verwendung der Muster feststellen zu können, werden Häufigkeits- und Korrelationsanalysen durchgeführt.

### Ergebnisse und Lösungsperspektiven

Bei den Ergebnissen sind insbesondere zwei Haupterkenntnisse hervorzuheben: Die Auswertung der untersuchten Diskurselemente zeigt, dass *Lohnungleichheit* und *Vereinbarkeit von Beruf und Familie* zwei wichtige thematische Aspekte darstellen. Sowohl bei den ausgewerteten Schlagwörtern als auch bei den Narrativen fällt die Tonalität bei diesen Themen sachlich statt emotional aus. Die zweite Haupterkenntnis besteht darin, dass demgegenüber rund um die Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure in Bezug auf die Gleichstellung ein deutlich emotionalerer Diskurs geführt wird. Verdeutlicht wird dies durch die vorherrschenden Narrative und Topoi *des politischen Grabens* und *des Konflikts*. Durch wiederkehrende Verwendung des Narrativs *des Wandels* und *des Zusammenhalts* ist aber auch ein übergreifender Fortschritt ein Thema im Diskurs. Genau darin wird denn auch grosses Potential für die Kommunikation von Frauenverbänden und -organisationen und deren wechselseitige Verstärkung gesehen. Durch ihre überparteiliche Position könnten Frauenverbände und -organisationen wie Alliance F eine einigende Rolle einnehmen und den Wunsch nach Wandel und Zusammenhalt der Akteure im gleichstellungspolitischen Diskurs prägen. Um dieses Potential möglichst gut zu nutzen, empfiehlt die Fallstudie ein strategisch ausgearbeitetes Message Design.

### Literatur

- Blum, K., & Schubert, K. (2018). *Politikfeldanalyse: Eine Einführung*. Springer.
- Dreesen, Ph., & Stücheli-Herlach, P. (2019). Diskurslinguistik an Anwendung (DIA). *Zeitschrift für Diskursforschung*, 7(2), 123–162.

Reinhard, C. (2020). *Analyse des gleichstellungspolitischen Diskurses nach dem Frauenstreik 2019*. Transferarbeit im Rahmen des CAS Politische Kommunikation an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW).