

Momentum 15 – Track 1: Medien als Vehikel der Kritik

Abstract *an.schläge* – das feministische Magazin

Fiona Sara Schmidt, Lea Susemichel, Brigitte Theißl

30 Jahre *an.schläge*, 30 Jahre feministischer Journalismus

Kritische Öffentlichkeiten sind ein zentrales demokratiepolitisches Instrument

Feministische Medien können etwas bewirken. Denn sie waren und sind ein zentrales Element feministischer Bewegungen. Damit dienen sie nicht nur der Formulierung von Forderungen, sondern als szeneeinterne Foren auch der Formierung unterschiedlichster Frauenbewegungen. Sozialer Wandel ist ohne Alternativmedien undenkbar, ohne mediale Diskussion und Zirkulation sind gesellschaftliche Veränderungen nicht möglich. Feministischer Aktivismus war deshalb immer darauf angewiesen, mit der Artikulation der eigenen Anliegen Öffentlichkeiten herzustellen. Ob Transparent, Flugblatt, Slogan an der Wand, klassische Zeitung, Radio, Film und Fernsehen oder Weblog: Der feministischen Arbeit mit all diesen medialen Mitteln ist es zu verdanken, dass Themen wie häusliche Gewalt oder geschlechtsspezifische Einkommensunterschiede inzwischen auch in Mainstream-Medien vorkommen.

Feministische Medien werben aber nicht nur für gesellschaftliche Alternativen, sie bieten diese zugleich konkret an: „Im Spannungsfeld zwischen Autonomie und Institutionalisierung stellt die feministische Gegenöffentlichkeit individuell Möglichkeiten bereit, jenseits des neoliberalen Menschenbildes anders zu leben. Sie bleibt zugleich ein wichtiger Motor für die Veränderung unzumutbarer gesellschaftlicher Verhältnisse wie es für ihre Vorgängerinnen, die Frauenbewegungspresse und die Publikationen der autonomen Frauenbewegungen galt“, schreibt die Medienwissenschaftlerin Elisabeth Klaus.¹

Feministische Medien unterscheiden sich auch in der Arbeitsweise vom medialen Mainstream: „Feministische Medien sind weiters Experimentierfelder einer alternativen, egalitären und selbst organisierten Kommunikationskultur und einer an feministischen Prinzipien orientierten journalistischen Praxis. Sie erweitern nicht nur die Agenda medialer Öffentlichkeiten um so genannte private Themen und Bereiche, um in den dominanten politisch-medialen Arenen normalerweise nicht zu Wort kommende und marginalisierte Erfahrungen, SprecherInnen und auch Sprechweisen, sondern arbeiten auch an anderen medialen Darstellungsweisen und journalistischen Praxen, die sowohl der Subjektivität und Situiertheit der Darstellenden als auch den Dargestellten als Subjekten und Handelnden Raum geben.“²

¹ Lea Susemichel, Saskya Rudigier und Gabi Horak (Hg.), *Feministische Medien: Öffentlichkeiten jenseits des Malestream*, Wien 2008, S. 206.

² Geiger, Brigitte: *Mediale Vermittlung feministischer Öffentlichkeiten*. In: Neissl, Julia (Hg.), *Der/Die Journalismus. Geschlechterperspektiven in den Medien* (= Beiträge zur Medien- und Kommunikationsgesellschaft 9), Studien Verlag, Innsbruck/Wien/München/Bozen 2002, S. 91-111.

Das feministische Magazin *an.schläge* feierte 2014 seinen 30. Geburtstag – als einziges feministisches Printmedium im deutschsprachigen Raum erscheint es achtmal im Jahr (bis vor kurzem noch zehnmal pro Jahr). Während aktuell die großen Medienhäuser angesichts der anhaltenden Wirtschaftskrise um neue Finanzierungsmodelle ringen, trägt feministischer Journalismus das krisenhafte Moment bereits in sich: An üppige Einnahmen aus Anzeigeverkäufen ist nicht zu denken, die knappen Ressourcen bedeuten stets Arbeiten am Limit. Den Fortbestand der *an.schläge* sichern einerseits ehrenamtliches Engagement, andererseits staatliche Förderungen. Allerdings handelt es sich dabei nicht um Presse- bzw. Publizistikförderung, sondern um Mittel aus frauenpolitischen Fördertöpfen. Die großen Hürden, die es im Bereich des Vertriebs und des (Auslands-)Versands gibt, machen es für ein alternatives Medium ohne Verlag im Hintergrund nahezu unmöglich, ein breites Publikum zu erreichen. Obwohl die Medienpolitik in Österreich – einem europäischen Staat mit einer herausragend hohen Medienkonzentration – seit vielen Jahren von ExpertInnen kritisiert wird, herrscht auf diesem Gebiet größtenteils Stillstand³. Aufgrund weitreichender Sparmaßnahmen und personeller Ausdünnung in den großen Medienhäusern fungieren alternative Medien zudem zunehmend als Ausbildungsstätten: Erste journalistische Schritte werden getan, viele Journalist_innen der alternativen Medien wechseln nach einigen Jahren in den kommerziellen Sektor. Hier fehlt es an grundsätzlichen Überlegungen und Ideen, welche Rahmenbedingungen geschaffen werden müssen, um alternativen und unabhängigen Journalismus zu ermöglichen und zu sichern. Denn emanzipatorische Medien sind ein unverzichtbares demokratisches Mittel der gesellschaftlichen Kritik und Kontrolle. Sie sind ein notwendiges Korrektiv, um feministische und frauenpolitische Perspektiven langfristig auch in den Mainstream- und *Malestream*-Journalismus einzubringen.

³ Haas, Hannes: Evaluierung der Presseförderung in Österreich. Status, Bewertung, internationaler Vergleich und Innovationspotenziale. Im Internet: <https://www.bka.gv.at/DocView.axd?CobId=50443> (eingesehen am 27. Mai 2015).