



MACHT.FERNSEHEN.FRAUEN

**EINFLUSS DES FERNSEHENS
AUF DIE BERUFSORIENTIERUNG
VON MÄDCHEN UND JUNGEN FRAUEN**

DOKUMENTATION DES FACHGESPRÄCHS VOM 7. MÄRZ 2008

INHALT

ZUR EINFÜHRUNG

Barbara Steffens MdL, stellvertretende Fraktionsvorsitzende und frauenpolitische Sprecherin .. 3

UMBRUCH ODER STAGNATION – MÄDCHEN- UND FRAUENBILDER IM FERNSEHEN

Ulrike Schultz FernUniversität Hagen 5

DIE BERUFSWELT IM FERNSEHEN

Dr. Michael Mangold, Leiter des Instituts für Medien, Bildung und Wirtschaft am Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe (ZKM)..... 15

AUSGEWÄHLTE BEITRÄGE DER PUBLIKUMSDISKUSSION ZU DEN VORTRÄGEN

19

STATEMENTS DER PODIUMSTEILNEHMERINNEN (MITSCHNITTE)..... 24

Monika Piel, Intendantin des WDR

Klaudia Wick, freie Journalistin und Fernsehkritikerin

Dr. Kira Stein, Ingenieurin, Vorstandsfrau des Deutschen Ingenieurinnenbundes und des Kompetenzzentrums Technik, Diversity und Chancengleichheit Bielefeld

Dr. Marion Esch, Ingenieurin, stellv. Leiterin der *femtec*, TU-Berlin

IMPRESSUM

Herausgeberin:
Bündnis 90/DIE GRÜNEN im Landtag NRW
Platz des Landtags 1
40221 Düsseldorf
www.gruene.landtag.nrw.de

REDAKTION:

Gabriele Beckmann

GESTALTUNG:

Bettina Tull /Guido von Wiecken

Erschienen im Juli 2008

FÜR WEITERE INFORMATIONEN:

Barbara Steffens MdL

Sozial- und frauenpolitische Sprecherin
Telefon 0211-884-2396/-2868
Telefax 0211-884-3502
E-Mail: edeltraud.busalt-schroeder@landtag.nrw.de

Oliver Keymis

Vizepräsident, kultur- und medienpolitischer Sprecher
Tel. 0211/884-4700
oliver.keymis@landtag.nrw.de
www.keymis.de

Gabriele Beckmann

Frauenreferentin
0211/884-2879
gaby.beckmann@landtag.nrw.de

ZUR EINFÜHRUNG

*Barbara Steffens MdL,
stellvertretende Fraktionsvorsitzende
und frauenpolitische Sprecherin*



Eingangs möchte ich betonen, dass es für uns ganz wesentlich war, die heutige Veranstaltung nicht allein durch den Frauenbereich auszurichten, sondern sie gemeinsam mit den Fachverantwortlichen der Fraktion, die für den Medienbereich zuständig sind, zu gestalten und durchzuführen. Unsere KooperationspartnerInnen sind Oliver Keymis, medienpolitischer Sprecher der Fraktion und Vizepräsident des Landtages, sowie seine Mitarbeiterin Susanne Stocks. Mit vielen inspirierenden Ideen unterstützte uns auch Frauke Gerlach, Justiziarin der Fraktion und Vorsitzende der Medienkommission der Landesanstalt für Medien NRW. Ich freue mich, dass diese Kooperation zustande gekommen ist und heute Früchte trägt.

Nur kurz möchte ich an dieser Stelle noch einmal auf die Hintergründe eingehen, die zu dieser Veranstaltung geführt haben. Warum ist das Berufswahlverhalten von jungen Frauen weiterhin Thema für uns als GRÜNE Fraktion? Rund 80 Prozent der Auszubildenden finden sich in den 25 am häufigsten gewählten Ausbildungsbereichen wieder. D.h. wir schauen immer noch auf eine ganz enge Segmentierung im Bereich Berufswahlverhalten von Frauen und Mädchen. Noch enger sieht es bei jungen Frauen mit Migrationshintergrund aus. Nur vier Ausbildungsberufe werden schwerpunktmäßig von 50 Prozent der Migrantinnen gewählt werden.

Die Frage danach, in welche Berufe die derzeit immer wieder im Munde geführte „bestausgebildetste und bestqualifizierteste Frauengeneration al-

ler Zeiten“ mündet, zeigt immer noch keine rosigen Perspektiven. Nach wie vor haben wir nur 14,3 Prozent Professorinnen an unseren Hochschulen, womit wir uns international mittlerweile im Schlusslichtbereich befinden. Auch unter dem Aspekt Lohngefälle zwischen Männern und Frauen bekleckert sich Deutschland alles andere als mit Ruhm. Der Deutsche Gewerkschaftsbund hat gerade zum internationalen Frauentag eine große Kampagne dazu gestartet mit dem Titel „Ich bin mehr wert“.

Wir haben im Wesentlichen vier Bereiche, die es gesellschaftlich und politisch zu bearbeiten gilt und die wir uns als GRÜNE Fraktion auf unsere Fahne geschrieben haben. Dabei geht es darum, tradierte Rollenmuster in unseren Erziehungs- und Bildungseinrichtungen aufzubrechen. Hier werden und müssen wir uns mit der Ausbildung und Begleitung von Erzieherinnen und Erziehern sowie der Lehrerinnen und Lehrern beschäftigen, aber auch der Erstellung von Schulmaterialien zuwenden, in denen es auch heute immer noch oder wieder von der Darstellung stereotyper Rollenmuster wimmelt. Wir müssen uns der Frage widmen, was macht das Bildungssystem geschlechtergerecht? Sind es nur die gleichen Abschlüsse, die junge Frauen und Männer erwerben – ein Ziel, das wir heute weitgehend erreicht haben. Oder heißt geschlechtergerecht nicht auch, Rahmenbedingungen zu schaffen, die dazu führen, dass gleiche Abschlüsse auch anschließend gleiche Chancen zur beruflichen Teilhabe, zu gleichen Perspektiven der Lebensgestaltung – Entgeltgleichheit eingeschlossen - bieten?

Ein zweiter wichtiger Bereich ist die Öffnung der Berufswahlmöglichkeiten und ihre transparente Gestaltung. Die Unterstützung von Mädchen und jungen Frauen in der Phase der Berufsorientierung entwickelt sich in NRW mittlerweile zu einem defizitären Bereich, nicht zuletzt durch die Abschaffung der Regionalstellen Frau & Beruf. Frauenspezifische Angebote in der Berufsorientierung waren für die Regionalstellen ein Schwerpunkt ihrer Aufgabenstellung. Mit der Streichung der Regionalstellen sind diese hervorragenden Angebote in der geschlechtsspezifischen Berufswahlvorbereitung ersatzlos weggefallen. Andere zuständige Stellen, wie die Bundesagentur für Arbeit oder Einrichtungen der Jugendhilfe, schließen diese Lücke nicht, wie wir in unserer letzten Veranstaltung „girls go business¹“ ausführlich dargestellt haben. Jugendliche leben in Bezug auf ihre Berufswahl in einer mehr oder weniger großen Orientierungslosigkeit. Eine Vielzahl von Ausbildungsberufen und – bereichen ist ihnen nicht bekannt, oder sie können mit einer großen Anzahl von neuen Berufsbezeichnungen inhaltlich überhaupt nichts anfangen. Informationsmaterialien zu Berufsbildern sind nicht geschlechtergerecht gestaltet oder so geschlechterstereotyp aufbereitet, dass sie das eingangs beschriebene enge Auswahlpektrum nur wieder unterstützen, anstatt es aufzubrechen.

Umgekehrt gibt es Beispiele, die zeigen, wenn wir geschlechtsspezifische Angebote vorhalten, führen diese zum Erfolg. Exemplarisch möchte ich hier nur den Studiengang Informatik der Universität Bremen herausstellen. In dem hier eingerichteten Angebot für Frauen liegt die Abbrecherinnenquote weit niedriger als in gemischtgeschlechtlichen Informatikstudiengängen anderer Universitäten. Dieses Beispiel zeigt deutlich, dass es nicht nur um den Zugang zu den Berufsbildern geht, sondern auch um die geschlechtergerechte Gestaltung der Ausbildung selbst. Das bedeutet im Fazit für uns, auch diesem dritten Bereich – der geschlechtsspezifischen Gestaltung von Ausbildungen – müssen wir uns dringend widmen.

¹ Siehe Dokumentation der Veranstaltung unter: http://www.gruene.landtag.nrw.de/cms/default/dokbin/182/182284.girls_go_business_wer_geht_mit.pdf

Aber auch im vierten Bereich, gleiche Entlohnung für gleiche bzw. gleichwertige Arbeit, auf den ich an dieser Stelle jetzt nicht näher eingehen will, liegen für uns massive gesellschaftliche und politische Herausforderungen.

Heute geht es uns um eine andere Facette des Themas Berufswahlverhalten. Wir wissen, dass die berufliche Orientierung junger Menschen nicht nur durch das Elternhaus und Bildungssystem geprägt werden. Auch Medien und vor allem ihre veränderte Rollen üben hier einen zunehmenden Einfluss aus. Klassische und viel zitierte Beispiele, welche Vorbildfunktion Fernsehen hat, sind die zahlreichen Polizistinnen, Kommissarinnen und Pathologinnen, die inzwischen über den Bildschirm flimmern. Ich bin sicher, jede und jeder von Ihnen kennt mittlerweile eine Jugendliche, die einem dieser Berufsbildern nacheifern will. Der Einfluss des Fernsehens auf Mädchen und Jungen ist immens, aber in Bezug auf ihr Berufswahlverhalten bislang in Deutschland noch sehr wenig erforscht. Eine einzige, leider nicht geschlechterdifferenzierte Pilotstudie aus 2005 widmet sich im deutschsprachigen Raum dem Thema. Wenig erforscht sind daher auch die Möglichkeiten, die das Fernsehen zur Berufswahlorientierung und zur Erweiterung des bislang noch eingeschränkten Berufswahlpektrums von Mädchen und jungen Frauen bietet.

Wir glauben, dass dieses Themenfeld viele gute Ansätze zur Veränderung bereit hält. Wir möchten in dieser Veranstaltung beleuchten, welche Bilder von Frauen und Mädchen zeigt uns das Fernsehen von heute. Welchen Einfluss üben diese Bilder auf das Selbstwertgefühl von jungen Frauen aus, welche Vorbildfunktion haben sie? Wie und in welchem Umfang werden Berufe dargestellt und welchen Geschlechtern werden sie zugeordnet?

Ich möchte Sie einladen, diese Fragen mit uns zu diskutieren.

UMBRUCH ODER STAGNATION – MÄDCHEN- UND FRAUENBILDER IM FERNSEHEN

Ulrike Schultz
FernUniversität Hagen

Zur Einführung in das Thema „Frauenbilder im Fernsehen“ mit Blick auf das Berufswahlverhalten von Mädchen, möchte ich Ihnen zunächst einige

Rahmendaten zur Ausbildungs- und Berufsorientierungssituation junger Menschen - insbesondere Frauen - ins Gedächtnis rufen.

AUSBILDUNGSBERUFE UND EINKOMMENSCHANCEN

Insgesamt betrachtet bietet das Spektrum der Ausbildungsberufe mehr sogenannte Männer- als Frauenberufe. Von 352 Ausbildungsberufen lassen sich 14 als typische Frauen- und 80 als typische Männerberufe charakterisieren. Mehr Mädchen konzentrieren sich in einem kleineren Segment von nur wenigen Berufen als dies bei Jungen der Fall ist. Andererseits verläuft die Wahl des Ausbildungsberufes bei Jungen noch geschlechtstypischer ab als bei Mädchen! Sie konzentrieren sich noch stärker auf geschlechtstypische Ausbildungsberufe. Der Frauenanteil in sogenannten Männerberufen liegt unter 20 Prozent, in typischen Frauenberufen steigt er auf 80 und mehr Prozent.

der. Das heißt, je „weiblicher“ ein Beruf ist, desto geringer ist das Einkommen.

Einkommensunterschiede zu Gunsten der Männer sind auch dann zu verzeichnen, wenn Frauen Männerberufe ausüben, oder Männer in Frauenberufen arbeiten.

Selbst in den letzten Jahren hat sich das Bild kaum

Frauen verdienen nach Abschluss der Ausbildung im Durchschnitt 84 Prozent (Westdeutschland) bzw. 89 Prozent (Ostdeutschland) des Einkommens von Männern. Bezogen auf die sogenannten Männer- und Frauenberufe klafft die Einkommensschere noch weiter zu Ungunsten der Frauenberufe und geht im Laufe des Berufslebens immer weiter auseinander.



verändert: Unter den TOP 10 der am häufigsten gewählten Berufe junger Frauen liegen auf den ersten drei Plätzen nach wie vor Bürokauffrau, Einzelhandelskauffrau und Arzthelferin. Hierbei handelt es sich um typische Berufe, in denen wenig verdient wird, während bei den jungen Männern auf den ersten drei Plätzen mit Kfz-Mechaniker, Elektroniker und Anlagenbauer jene Berufe stehen, in denen sehr wohl ausreichend Entgelt zu erzielen ist. Die Frage, wie wir es erreichen, dass junge Frauen sich auch für andere Berufsfelder öffnen, bleibt somit aktuell.

Es gibt auch eine Kluft zwischen den Berufswünschen von Mädchen und ihrer tatsächlichen Aus-

bildungswahl. Mädchen wünschen sind wesentlich seltener einen typischen Frauenberuf, als sie ihn dann tatsächlich mit einer Ausbildung aufnehmen. Eine geschlechtsspezifische Ausrichtung der Berufsvorstellungen erfolgt somit erst im Laufe des Berufswahlprozesses.

Ein eingeschränktes Berufswahlspektrum und in der Folge ein nicht existenzsicherndes Einkommen betrifft aber nicht nur die Wahl des Ausbildungsberufes, wie die folgende Tabelle zeigt, sondern auch die Studienfachwahl:

STUDIENFACHWAHL

| Rang | Studienfach Frauen | Frauen % | Studienfach Männer | Männer % |
|------|-------------------------|----------|-------------------------|----------|
| 1 | Betriebswirtschaft | 7,5 | Betriebswirtschaft | 8,5 |
| 2 | Germanistik | 6,9 | Informatik | 6,5 |
| 3 | Rechtswissenschaft | 5,1 | Maschinenbau | 6,0 |
| 4 | Medizin | 5,0 | Rechtswissenschaft | 4,9 |
| 5 | Pädagogik | 4,1 | Wirtschaftswissenschaft | 4,7 |
| 6 | Anglistik | 3,6 | Elektrotechnik | 4,4 |
| 7 | Wirtschaftswissenschaft | 3,3 | Wirtschaftsingenieurw. | 3,4 |
| 8 | Biologie | 3,0 | Medizin | 3,2 |
| 9 | Psychologie | 2,8 | Bauingenieurwesen | 2,7 |
| 10 | Sozialwesen | 2,6 | Physik | 2,4 |

Vordergründig gesehen wählen Frauen und Männer gleichermaßen häufig Betriebswirtschaft. Erst vertiefende Analysen zeigen, dass die damit verbundenen Zielperspektiven geschlechtsspezifisch geprägt sind. Eine kürzlich vorgenommene Evaluierung der Frauenförderpläne an der FernUniversität Hagen machte deutlich, dass sich weibliche Studie-

rende in der Betriebswirtschaft auf Marketing und Personal konzentrieren, während sich die Männer in Richtung Controlling und sonstige „zahlendominierte“ Bereiche orientieren. Bereits durch diese Spezialisierung ist eine Einkommensdifferenz zwischen Frauen und Männern in Bezug auf die spätere Berufswahl angelegt.

MÄDCHEN- UND FRAUENBILDER IM FERNSEHEN

Was also beeinflusst die Berufswahl von jungen Frauen und Männern und welche Rolle spielt hierbei das Fernsehen? Welche Mädchen- und Frauenbilder werden auf dem Bildschirm gezeigt und wie ist ihre Vorbildfunktion? Literatur zum Thema gibt es bisher nicht. Hier wird eine vorsichtige Verbin-

dung der Aspekte versucht¹.

¹ Im Anhang ist Literatur zur Berufswahl von Frauen und zum Frauenbild im Fernsehen zusammen gestellt.

Mädchen- und Frauenbilder finden sich in vielfältigen Formaten auf dem Bildschirm, in:

- Nachrichten
- Dokumentarsendungen
- Informationssendungen
- Spielfilmen
- Fernsehspielen
- Unterhaltungssendungen
- Werbung

Jeder der oben genannten Bereiche kann in eigener Art und Weise nach dem dort erscheinenden Frauen- und Mädchenbild typisiert werden, was differenzierte Aussagen sehr schwierig und anspruchsvoll macht. Aber es lassen sich einige Gemeinsamkeiten in der Darstellung und Konstruktion von Bildern herausdestillieren. Selbst in den Realformaten – wie den Nachrichten –, von denen wir annehmen könnten, dass hier reale Geschehnisse verarbeitet werden, werden Bilder konstruiert.

An wen denken Sie beim Thema Mädchen- und Frauenbildern im Fernsehen? Zumindest ältere Zuschauerinnen werden damit vor allem Moderatorinnen, Frauen in der Politik oder in Krimiserien verbinden. Diese Frauenfiguren dürften mehr über die Eltern, die allerdings bei der Berufswahl ihrer Kinder eine dominante Rolle spielen, als Orientierungsmodelle Wirkung entfalten. Mädchen haben selbst andere Fernseh-Vorbilder, die sie bei der Berufswahl beeinflussen können. Beispiele von Frauenfiguren aus Sendungen, die Mädchen gern und häufig sehen, entstammen vor allem aus Nachmittags- und Vorabendsendungen und finden sich bevorzugt in den Daily Soaps (inklusive Gerichtssendungen) wie „GZSZ“, „Sturm der Liebe“, „Marienhof“, „Deutschland sucht den Superstar“ und „Germany’s Next Topmodel“.

Es handelt sich dabei um Figuren wie **Charlotte Saalfeld** (Mona Seefried) in „Sturm der Liebe“; Beschreibung der Frauenfigur: „Endlich kehrt Charlotte Saalfeld aus Afrika zurück ins idyllische Oberbayern. Sie trifft im Fünfsternehotel ein, um ihre Anteile an dem Unternehmen zu verkaufen.“

Oder Janette Rauch als **Alice Albers** in „Verbotene Liebe“; Beschreibung der Figur: Sie führt erfolgreich eine Großgärtnerei. Sie ist schön, klug und unabhängig, kurzum die moderne Karrierefrau. Nicht nur dass sie ihr Leben im Griff hat, auch die Männer hat sie voll unter Kontrolle. Dabei passt es ihr gar

nicht in den Kram, wenn ein Mann mehr von ihr will als Sex oder gar erwartet, ein Teil ihres Lebens zu werden. Sich zu verlieben, bedeutet für Alice vor allem eines: die Gefährdung ihrer Unabhängigkeit.

Vorbild ist auch die Figur **Sandra Behrens** (Nicole Bestler-Boettcher) in „Marienhof“; Beschreibung der Rolle: Die attraktive, sympathische Sandra lässt sich nicht unterkriegen. Sie meistert ihr Leben als alleinerziehende Mutter auf ihre eigene *unkonventionelle, leicht chaotische* Weise, mit der sie nicht nur bei ihren SchülerInnen am Erich-Kästner-Gymnasiums *sehr beliebt* ist. Doch der Platz in ihrem Herzen ist noch frei.

Charlotte Sommer (Anna Julia Kapfelsperger) in „Unter uns“ wird beschrieben als ein, die alles andere als harmlos ist, sich nichts vorschreiben lässt und *sich nicht an Regeln hält*.

Doktor Pia Lassner (Yvonne de Bark), in „Unter uns“ wird folgendermaßen vorgestellt: „Sie übernimmt als neue *Ärztin* Ariannes Praxis und mischt auch deren Privatleben kräftig auf mit ihrer *patienten*, aber *chaotischen* Art.“

Berufsorientierung ist bekanntlich kein abgeschlossener Prozess, sondern reicht bis weit in die 20er Lebensjahre hinein. In dieser Altersgruppe gibt es wieder andere Fernseh-Vorbilder, geschätzt sind vor allem selbstbewusste, kesse Berufsfrauen wie „Ally McBeal“ oder die abgedrehten New Yorkerinnen aus „Sex and the City“. Auch die Werbung im Fernsehen inszeniert Berufsbilder von Frauen. Dieses ist noch einmal ein ganz eigenes Thema. Oft handelt es sich dabei um „Nadelstreifenberufe“. (Wilk)

Anhand von Gerichtsshow lässt sich eindrucksvoll demonstrieren, wie das Fernsehen mit kodierten Frauenbildern arbeitet. Junge, blonde Frauen mit heller Stimme sind in aller Regel unschuldig, während die Dunkelhaarigen mit dunkler Stimme eher schuldig sind. Außerdem werden Frauen in typischer Weise als `Biester` inszeniert, mit kurzen Röcken und tiefen Decolletés. Sie sind tendenziell `Flittchen`, gemein und hinterhältig. Völlig abseits der Realität sind in diesen Gerichtsshow Frauen zu 50 Prozent die Angeklagten, während es real nur 17 Prozent sind. Selbst wenn ein Mann angeklagt ist, wird er häufig als das arme Opfer einer bösen Frau dargestellt.

Fernsehen verkauft also nicht nur Wünsche und Träume, Stereotype und Clichés bei den Frauenrollen, sondern trägt mit dazu bei, bestimmte negativ konnotierte Vorstellungen von Weiblichkeit festzuschreiben. Bezogen auf die Berufswahl lässt sich

feststellen, dass die im Fernsehen gezeigten Rollenbilder Mädchen wenig dazu motivieren, aus Rollenclichés auszubrechen, vielmehr unrealistische Erwartungen an sich selbst und die Berufswelt aufzubauen.

MEDIENFORSCHUNG ZU FRAUENBILDERN UND –BERUFEN IM FERNSEHEN

Anhand der Literatur zu Frauen- und Familienbildern im Fernsehen lässt sich folgendes Profil von Frauenfiguren im Fernsehen entwerfen: (Hannover/Birkenstock)

- Frauen sind **berufstätig**, nicht Hausfrau,
- Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist kein Thema.
- Frauen sind **angestellt**, häufig in **Akademikerjobs**, aber in untergeordneten Positionen. Berufliche Benachteiligung ist gegebenes Faktum.
- Frauen definieren sich aber über private Rollen, **Beruf ist Beiwerk**.
- Sie sind **attraktiv**, gepflegt, modebewusst,
- sind **selbstbewusst** und leben zielstrebig ihre Sexualität aus,

- leben als **Single**, in kinderloser Beziehung oder als alleinerziehende Mutter².

Der Fernseh-Prototyp „Frau“ ist also unabhängig, jung, attraktiv, erotisch. Das gilt nicht nur für das fiktionale Fernsehen, sondern auch für die Präsentation von Frauen in den Nachrichten oder in Informationssendungen.

² Die Inszenierung der Rollen ist auch durch Produktionsbedingungen bestimmt. Dienstleistungsberufe sind einfacher zu filmen, als berufliche Tätigkeiten im produzierenden Gewerbe. Das Einbeziehen von Kindern in Dreharbeiten verteuert die Produktion aufgrund der für Kinder geltenden Pausenregelungen.

BERUFSTÄTIGKEIT, FRAUEN

| | Serien | Fernsehfilm | Realität |
|----------------------------|--------|-------------|----------|
| Berufstätige Frauen | 64 % | 71 % | 59,9 % |
| Berufstätige Mütter | 64 % | 73 % | 51,4 % |
| Hausfrauen | 1 % | 10 % | Ca. 35 % |

Die Tabelle zeigt, dass Frauen im Fernsehen weit häufiger berufstätig dargestellt werden, als sie es in der Realität sind, in Fernsehfilmen noch öfter als in Serien. Hausfrauen hingegen sind ganz selten zu sehen.

Wenn Frauen in der Ausübung ihres Berufes gezeigt werden, dann schwerpunktmäßig in Dienstleistungsberufen, selten im Handwerk und kaum im produzierendem Gewerbe. Bei den Darstellungen

im akademischen Bereich sehen wir Tierärztinnen, Gerichtsmedizinerinnen, Richterinnen, Lehrerinnen und Staatsanwältinnen. Frauen sind, dem modernen Lifestyle entsprechend, auch Designerinnen, Polizistinnen und Kommissarinnen. Nicht zuletzt durch die häufige Darstellung in Fernsehserien ist der Beruf der Krankenschwester wieder begehrt. Hier setzt das Fernsehen positive Impulse. Gezeigt werden Frauen darüber hinaus im Hotelfachgewerbe, als Bäckerin, Putzfrau und Nonne.

DARGESTELLTE BERUFE

| | Serien | Fernsehfilm |
|-----------------------|--------|-------------|
| Angestellte Frauen | 54 % | 74 % |
| Angestellte Männer | 40 % | 50 % |
| Führungsposition Frau | 25 % | 34 % |
| Führungsposition Mann | 52 % | 76 % |

Nur wenige Frauen werden in Führungspositionen gezeigt, wobei real der Anteil von Frauen in Führungspositionen im Zweifel noch geringer ist. Bezogen auf die Lebensform ist hervorzuheben, dass die Vielzahl der dargestellten Singlefrauen sich nicht

im regelmäßig erhobenen Mikrozensus der bundesdeutschen Realität bestätigt. Dort sind Frauen in Paarbeziehungen mit Kindern viel häufiger als in den fiktionalen Darstellungen des Fernsehens.

LEBENSFORM

| | Serien | Fernsehfilm | Krimi | Mikrozensus |
|------------------|--------|-------------|-------|-------------|
| Single | 51 % | 44 % | 69 % | 21 % |
| Paar mit Kindern | 18 % | 6 % | 9 % | 30 % |
| Alleinerziehend | 2 % | 11 % | 9 % | 3,7 % |
| Paar ohne Kinder | 29 % | 39 % | 13 % | 34 % |

Im November 2006 hatte der Deutsche Ingenieurinnenbund (dib) sich bei seiner Jahrestagung zum 20-jährigen Bestehen des Verbandes ebenfalls mit den Konstruktionen von Frauenbildern in den Medien auseinandergesetzt. Anlass dafür war die Feststellung, dass der Beruf der Ingenieurin in der medialen Darstellung mit einem sehr schlechten Image belegt ist. Neben der Tatsache, dass der Ingenieurberuf sehr selten vorkommt, werden Frauen in solchen (Männer-)berufen äußerst negativ dargestellt. Sie werden als unsympathische Einzelkämpferinnen inszeniert, sind knochenhart, gehen über Leichen, scheuchen die Mitarbeiter, pressen das Letzte aus ihnen heraus und schieben brave, erfahrenen Mit-

arbeiter ins Abseits.

Teilnehmerinnen eines Workshops zur Konstruktion des Ingenieurinnenbildes in den Medien, den ich während dieser Tagung durchführte, erläuterten, dass technische Berufe beständig mit der Tätigkeit des Schraubens und ölverschmierten Händen in Verbindung gebracht würden. Demgegenüber zeichne sich das tatsächliche Berufsbild der Ingenieurin nach Meinung der Teilnehmerinnen dadurch aus, dass „sie verhandelt, kommuniziert, entwickelt, managet, präsentiert, konkurriert, reist, viel lernt, Gefühle hat und Abenteuer erlebt“.

KRITIK AN DEN FRAUENBILDERN

Eva Kohlrusch, Journalistin, folgerte in ihrem Eröffnungsreferat bei dieser Tagung im Hinblick auf die mediale Darstellung von Frauen: Frauen im Fernsehen sind blonder, dünner, kinderloser, jünger, gesünder und vor allem seltener als im wirklichen Leben. Weibliche Rollen sind inzwischen zwar vielfältiger, Frauen dürfen auch frech, klug und stark sein. Trotzdem sind Männer – jüngere oder ältere

die Helden des Programms. Sie werden über ihr Handeln und Frauen über ihr Aussehen definiert. „In den Realityromanzen und in Liebesfilmen sind die Frauen zwar ziemlich tough, aber sie haben immer noch vorwiegend IHN im Kopf. Sie verdienen ihr eigenes Geld, aber wie vorgestern warten sie auf Mister Right.“ (Kohlrusch, S. 13)

Ein filmisches Hauptthema ist also immer noch die Sortierung der Paarbeziehungen der Geschlechter und die Orientierung der Frau an ihrem Traumprinzen.

Bei den fiktionalen Darstellungen zeigt sich mittlerweile eine nahezu gleiche Präsenz von Männern und Frauen, was durchaus nicht immer der Fall war. In anderen Bereichen hingegen ist immer noch ein großes Ungleichgewicht zu verzeichnen. Frauen im Sport kommen fast nicht vor. (Rulofs/Hartmann-Tews) Ebenso sind sie in der Berichterstattung, den Talkrunden und Informationssendungen zu wirtschaftlichen Themen selten anzutreffen, und ohne die Bundeskanzlerin Angela Merkel wären sie in politischen Sendungen kaum sichtbar.

Nur ein Fünftel der Nachrichtenbilder zeigen

Frauen³. Hierzu analysiert die feministische Medienkritik: Sie werden bevorzugt als Opfer von Katastrophen und Verbrechen erwähnt. Interessanterweise werden Frauen in Nachrichten häufig in Verbindung mit ihrer familiären Situation präsentiert (zu 21 Prozent, bei Männern nur zu 5 Prozent). Sie werden vorgestellt als „Frau XY, 27 Jahre alt, verheiratet, ein Kind“, d.h. die Information, ob diese Frau noch zu haben, also eine geeignete Geschlechtspartnerin ist und für die Nachwuchsplanung zur Verfügung steht, wird gleich mitgeliefert, während bei Männern in aller Regel nur der Beruf erwähnt wird.

3 Ergebnisse des Global Media Monitoring Project“ (GMMP), das nach 1995 und 2000 im Jahr 2005 zum dritten Mal durchgeführt worden ist. Für Deutschland werden die Ergebnisse vom Journalistinnenbund koordiniert. Vgl. <http://www.journalistinnen.de/projekte/monitoring.html> „Präsenz von Frauen in den Nachrichten. Medienbeobachtungen 2005“

WAS HAT SICH VERÄNDERT?

Es stellt sich die Frage, ob wir heute modernisierte Versionen von Frauenbildern auf dem Bildschirm sehen. Festzuhalten bleibt, dass vor 30 Jahren keine kecken, jungen, frechen, aufmüpfigen Frauenbilder inszeniert wurden. Vergleiche lassen sich anhand dreier Studien ziehen: Die erste war die berühmte Küchenhoffstudie von 1975 „Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen“. Knapp 20 Jahre später lag die 1993 erschienene Untersuchung von Monika Weiderer „Das Frauen- und Männerbild im Deutschen Fernsehen“ vor. 2005 erschien die bereits erwähnte Studie von Irmela Hannover und Arne Birkenstock „Familienbilder im Fernsehen“⁴.

Zur Zeit der Küchenhoffstudie 1975 gab es nur die öffentlich rechtlichen Sender, ARD und ZDF, 1993 war der Privatsender RTLplus hingekommen, und 2001 konnte man bereits zwischen unzähligen Programmen wählen, dabei sehr vielen privaten Sendern.

Anfangs waren – wie die Daten der nachfolgenden Tabelle zeigen, im fiktionalen Bereich Frauen weniger sichtbar. Mit der Ausdehnung des fiktionalen Bereichs steigerte sich der Frauenanteil; bis zu 50 Prozent Frauen sind heute zu sehen. Das Spektrum der Berufstätigkeiten von Frauen war früher eingeschränkter. Dargestellt wurden überwiegend typische Frauenberufe und Hausfrauentätigkeiten.

4 Hinzu kommt die Studie von Heike und Wolfgang Becker: „Die Darstellung von Frauen und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen“ von 2001, deren Ergebnisse nicht in die Übersicht eingearbeitet sind.

ERGEBNISSE DER STUDIEN

| | Küchenhoff, 1975 ARD und ZDF | Weiderer, 1993 ARD, ZDF und RTL- plus | Hannover/Birken- stock 2005 |
|-----------------------------------|---------------------------------|---|--------------------------------|
| Haupt- und Nebenrollen mit Frauen | 32% | 35% | 50% |
| Berufstätigkeit Frau | 40% | 53% | 64/71% |
| Berufstätig, Frau verheiratet | | 21% (real 45%) | |
| Typischer Frauenberuf | 51% | 10% | |
| Hausfrau | 31% | | kommen kaum vor |

Was aber hat sich wirklich geändert? Vordergründig sehen wir modernisierte Bilder, aber was steckt darunter? Die Küchenhoff-Studie kam 1975 zu dem Ergebnis: „Das Fernsehen stellt die agierenden Frauen in eine Wirklichkeit, die gekennzeichnet ist durch Ferne von der Welt der Arbeit, der Politik, durch zeitliche und materielle Unabhängigkeit und durch ein hohes Maß an Abenteuer und Abwechslung aller Art. Generell kann festgestellt werden, dass die Fernsehfrau von Hausarbeit kaum belastet ist und weder physisch noch psychisch durch die Beschäftigung mit Kindern nennenswert gestört wird. Diese Unbeschwertheit steht in klarem Gegensatz zur

realen, durch familiäre und berufliche Zwänge geprägten Situation vieler Frauen.⁵“ Danach hat sich eigentlich nicht viel geändert, es findet sich keine grundlegende Neuorientierung in der Inszenierung von Frauenrollen. Der gewünschte Unterhaltungswert des Mediums scheint hier zeitüberdauernd zu spezifischen Rollenprägungen zu führen. Aber das allein ist es nicht.

5 Erich Küchenhoff u.a. „Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen“, 1975.

WER GESTALTET DIE BILDER?

Aus welchen Gründen werden Frauenbilder so konstruiert, wie wir sie dann auf dem Bildschirm sehen? Wollen Sie, das Publikum, wir, ich die Frauen so sehen? Inwieweit spielen Zuschaueranalysen eine Rolle? Zählt dann immer nur die Quote? Inwieweit geht es um wirtschaftlichen Ertrag?

Ich selbst muss gestehen, dass mir diese realitätsfernen Darstellungen zum Teil gefallen, und das wird vielen ähnlich gehen. Hin und wieder sehe ich gern einen Kitschfilm, bei dem ich mitleben und mitleiden kann. Das Medium verkauft Träume. Dazu gehören Klischees. Bedenklich aber wird es, wenn wir in bestimmte Richtungen beeinflusst oder gar durch Bilder manipuliert werden.

Wer will hier nun wen beeinflussen? Dazu zunächst die Frage, wer die Bilder gestaltet? Die Frauenbilder werden von Männern „gemalt“. Sie werden von

Männern verantwortet. Nach wie vor sind nur wenige Frauen in Entscheidungspositionen der Fernsehsender. Die ARD hat drei Chefredakteurinnen und zwei Intendantinnen, von jeweils elf.

Weitere Zahlen zum Frauenanteil in deutschen Sendern:

- In Nachrichtenredaktionen: 30% (weltweit ca. 41%) (2002)
- Sportjournalismus 8% (2004)
- Filme-Fernsehproduktionen: (2000)
Drehbuch Abendserie ZDF 2003 40%
Regie 19% (ZDF 2003 18%)
Kamera 4 %
Ton 2%
- Schauspielerinnen 1/3 Frauen – 2/3 Männer

Was kennzeichnet den männlichen Blick auf Frauen?

DER MÄNNLICHE UND DER WEIBLICHE BLICK

Nach der Flucht von Natascha Kampusch, die von einem Nachbarn über 8 Jahre entführt und in einem Kellerverlies eingesperrt war, wurde sie in einem Fernsehinterview: als Mater Dolorosa, inszeniert wie eine Florentiner Madonna mit rotem Tuch und blauem Gewand. Für mich stellt dies eine spezifisch männliche Konstruktion eines Frauenbildes dar.

Ein weiteres Beispiel: Auf meiner Suche nach Informationen über die bereits erwähnten Fernsehkommissarinnen fand ich die Kommentare zur Verleihung der „Goldenen Kamera“, die im Hinblick auf die Interpretation von Frauenbildern sehr aufschlussreich sind. 2007 wurde Andrea Sawatzky als Tatortkommissarin Charlotte Sänger für diese Trophäe nominiert und dafür von der Jury folgendermaßen charakterisiert: Ihr Markenzeichen sei dieses besondere, kaum wahrnehmbare Lächeln. Sie stelle als Charlotte Sänger eine *liebenswert hysterische* und ein wenig weltfremde Kommissarin dar, eine bemerkenswert *eigensinnige* Figur, die ein Stück echtes Leben ins Einerlei der Fernsehunterhaltung zaubere. Bei der Nominierung von Ulrike Folkerts als Lena Odenthal wurde ausgeführt: Kei-

ne rennt so ausdauernd, schwimmt so schnell, ist so tough – aber *verletzlich* (!) erlebt sie nur ihr Kater und ihr Kollege Kopper. Es wird ganz deutlich mit stereotypen Zuweisungen gearbeitet (hilflozes Weib einerseits, die nur scheinbar starke, in Wirklichkeit auch zarte Frau andererseits), die auch zu den Rollenfestlegungen der oben erwähnten weiblichen Stars aus Soap Operas passen.

Wie sollten Frauenbilder also sein? Was ist ein realistisches Frauenbild? Fragen, die schwierig zu beantworten sind. Und: Würden Frauen andere Bilder zeichnen und inszenieren? Gibt es neben dem G-Punkt auch einen G-Faktor, also einen gendersensiblen Journalismus, der zu einem weiblichen Blick führt? (Klaus, Schulz) Auch wenn die für das Fernsehen agierenden Frauen insgesamt eine sehr heterogene Gruppe sind, bleibt anzunehmen, dass sie insgesamt realitätsnäher arbeiten würden und uns als ZuschauerInnen weniger mit den bekannten dichotomen Darstellungen von Frauen als Heilige oder Hure konfrontieren, sondern uns differenziertere Bilder liefern würden. (Schultz 2007b)

MEDIENWIRKUNGSFORSCHUNG

Um einer Antwort auf die Frage näher zu kommen, welchen Einfluss das Fernsehen auf die Berufswahl junger Frauen hat, muss man sich damit auseinandersetzen, wie die herkömmlichen Männer- und Frauenbilder der verschiedensten Fernsehformate bei den ZuschauerInnen wirken, wie sie sich insbesondere in der Wahrnehmung junger Menschen konstruieren.

Mit diesen Fragen beschäftigt sich die Medienwirkungsforschung. Sie hinterfragt, was von dem Gesendeten bei dem jeweiligen Individuum ankommt. Trotz einer Reihe von empirischen Untersuchungen zur Medienwirkung ist nach wie vor zu konstatieren: „Nichts Genaues, weiß man nicht.“ Die Publizistin Barbara Sichtermann stellt dazu fest: „Wir haben das Bild, das sich des Zuschauers bemächtigt, beide sind aktiv, beide sind passiv, der Gesamtvorgang funktioniert knäuelartig, und es ist nicht zu entscheiden, wessen Aktivität die mächtigere ist.“ (Sichtermann) Sehr intensiv werden die Auswirkungen von Gewaltdarstellungen im Fernsehen

und von Werbespots erforscht – die einen für die Politik im Kontext der Maßnahmen zur Prävention von Gewalt unter Jugendlichen, die anderen für die Konsumgüterindustrie. Selbst hier ist das Ergebnis, dass Annahmen aber keine Gewissheiten formuliert werden können. Unbezweifelbar scheint nur eins: Was den Menschen gezeigt wird, ist nicht das, was sie sehen. Die Wirkung der Medien ist vom sozialen Umfeld abhängig, den vorgegebenen Orientierungsmustern, in denen sich (junge) Menschen bewegen, und von der jeweiligen Persönlichkeit, und dabei spielen u.a. Alter, Geschlecht eine wichtige Rolle. Es laufen vielschichtige Prozesse, für die es neurologische, psychologische, soziologische und kommunikationswissenschaftliche Erklärungsansätze gibt⁶.

Dennoch lassen sich einige generelle Aussagen zur Wirkung von Bildern treffen, insbesondere bei

⁶ Sog. Rezipienten-Prozess-System, RPS

Frauen. Bei ihnen wirken vor allem emotional verpackte und transportierte Botschaften, positiv stimrende Bilder, Bilder, die einen Realitätsbezug haben oder zumindest vorheucheln. Verankert werden diese Bilder, indem über sie gesprochen wird. Dauer und Wiederholung schafft Nachhaltigkeit, was vor allem Soaps, die uns über Jahre begleiten so wirksam macht.

„Dann blies er der Hexe das Gehirn weg“ ist ein Zitat aus einer Studie u.a. mit einem Experiment mit Schülerinnen und Schülern der 7. und 8. Klasse, aus dem sich Wirkungseinflüsse ablesen lassen. (Ladenthin/Wülfing) Die Schülerinnen und Schüler waren aufgefordert, sich das Ende zu einem Märchen um eine Königstochter im Zauberschloss auszudenken und zu erzählen. Die Jungen erfanden oft extrem gewalttätige Schlussequenzen, an denen sich direkt der Einfluss von Filmen und Computerspielen ablesen ließ. Wahre Blutorgien fanden statt, und die Jungen sprengten ohne Hemmungen die Grenzen des Genres. Da „trampelte King Kong die Königstochter nieder“ oder „die Amerikaner warfen die Atombombe“. Auch bei Mädchen waren die Gedanken nicht frei von Medieneinflüssen. Zwar ließen sie ihr Märchen in aller Regel gewaltfrei enden, bedienten sich dabei aber gern der Bilder aus romantischen Seifenoperen.

Festzuhalten bleibt also, dass wir nicht ganz genau wissen, wie Bilder wirken, die uns das Fernseh-

hen präsentiert, aber dass sie wirken. Wir verfügen alle über Alltagsbeobachtungen hierzu. Ich erinnere mich z.B. daran, als eine Hauptdarstellerin aus GZSZ erstmalig einen Zickzack-Scheitel trug, dass plötzlich alle Mädchen in meiner Umgebung denselben Scheitel hatten. Einflüsse durch Moden – also bei Äußerlichkeiten, bei der vordergründig zur Schau gestellten Selbstinszenierung - sind somit sehr deutlich zu erkennen. Inwieweit Werthaltungen und Einstellungen beeinflusst werden, ist ein schwieriger zu bearbeitendes Kapitel.

Zusammenfassend: Welche Rolle sollten nun die Medien bei der Berufsorientierung spielen? Wie kann der Einfluss von Fernsehen, der zwar nicht ganz klar feststellbar, aber auch nicht zu leugnen ist, positiv genutzt werden? Für die Aufklärung junger Menschen ist eine realistischere Darstellung von Berufsbildern wichtig. Fernsehen ist insoweit ein Fenster zur Berufswelt. Diese Kritik ist in die Sender hinein zu tragen. Ob zusätzlich Selbstverpflichtungserklärungen in einem Ethik-Codex anzustreben wären, mag dahin stehen. Sinnvoll wären in jedem Fall spezifische Sendungen zur Berufsorientierung, z.B. im Schulfernsehen, die zur weiteren Auseinandersetzung mit dem Themenfeld in den Schulen verfügbar sind. Für die kritische Nutzung und Verwertung der Bilderfluten, die uns heute überschwemmen, ist nicht nur im Hinblick auf die Berufswahl, sondern ganz generell die Erziehung zur Medienkompetenz unabdingbar.

LITERATURHINWEISE

BERUFSWAHL

Beinke, Lothar (2006): Berufswahl und ihre Rahmenbedingungen. Entscheidungen im Netzwerk der Interessen. Frankfurt am Main

BMBF, Hrsg.: Berufsbildungsbericht 2008 <http://www.bmbf.de/de/berufsbildungsbericht.php>; http://www.bmbf.de/pub/bbb_08.pdf

Brandt, Oliver/Cornelißen, Waltraud (2004): Berufsfindung in einer geschlechterkodierten Welt. Praxistheoretische Ansätze können der Berufsfindungsforschung neue Impulse geben, in: Zeitschrift für Frauenforschung und Geschlechterstudien, 22. Jg. Heft 4, S. 21-38

Dostal, Werner; Troll, Lothar (2005): Die Berufswelt im Fernsehen. Folgen für das Berufsverständnis und den Berufswahlprozess? (Beiträge zur Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, 292), Nürnberg

Zusammenfassung der Ergebnisse: http://doku.iab.de/ibv/2004/ibv2404_57.pdf

Golisch, Bruno (2002): Wirkfaktoren der Berufswahl Jugendlicher: eine Literaturstudie. Frankfurt a. M. u.a.: Lang (= Europäische Hochschulschriften, Reihe 22, Soziologie, Bd. 370) (In diesem Buch findet sich kein Hinweis auf die Wirkung von Fernsehbildern.)

Granato, Mona/Schittenhelm, Karin (2003): Wege in eine berufliche Ausbildung. Berufsorientierung, Strategien und Chancen junger Frauen an der ersten Schwelle. <http://www.sowi-online.de/reader/berufsorientierung/granato-schittenhelm.htm>

Kettschau, Irmhild (2002): Berufswahl und Berufschancen von Frauen in Frauenberufen. In: Kampshoff, Marita/Lumer, Beatrix (Hg.): Chancengleichheit im Bildungswesen. Opladen: Leske und Budrich, S. 183 – 196.

Körner, Gabriele: Berufswahl, Lebensentwurf und Geschlecht. In: Zeitschrift für Frauenforschung und Geschlechterstudien 2006,

- Mangold, Michael/Üstünsöz-Beurer: Die Bedeutung des Fernsehens für die Berufsorientierung. In: Wirtschafts- und Berufserziehung 2006, S. 17 – 20
- Nissen, Ursula/Keddi, Barbara/Pfeil, Patricia (2003): Berufsfindungsprozesse von Mädchen und jungen Frauen. Erklärungsansätze und empirische Befunde. Opladen: Leske und Budrich
- Ostendorf, Helga (2005): Steuerung des Geschlechterverhältnisses durch eine politische Institution. Die Mädchenpolitik der Berufsberatung. Opladen: Verlag Barbara Budrich
- Puhmann, Angelika (2006): Welche Rolle spielt das Geschlecht bei der Berufswahl? In: Granato, Mona und Degen, Ulrich (Hg.): Berufliche Bildung von Frauen. BIBB (Hrsg.): Berichte zur beruflichen Bildung 278. Bielefeld, S. 28 – 36
- Sattel, Ulrike (2004): Frauenbild und Berufsfindung. Berufsfindung, Berufswahl und Berufsperspektiven von Mädchen und jungen Frauen. In: Ministerium für Gesundheit, Soziales, Frauen und Familie des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), Frauenbilder. Reader zu den landesweiten Aktionswochen 2005. / (zusammengestellt von Ulrike Schultz) Düsseldorf, S. 37- 44 kostenlos als Druckexemplar erhältlich über: info@mgffi.nrw.de; Download im Internet: <http://www.callnrw.de/broschuerenservice/download/1259/frauenbilder-reader.pdf>

MEDIENWIRKUNGSFORSCHUNG

- Bonfadelli, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung. 1. Grundlagen und theoretische Perspektiven und 2. Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur. UTB, 3. Aufl.
- Ladenthin, Volker und Jessica von Wülfig (2008): Gewalt der Medien. Studie zu Gewalt an Schulen. Empirische Hinweise und bildungstheoretische Konzepte. Würzburg: Ergon Verlag
- Mich, Lutz/Pelka, Bastian (2004): Die Darstellung von Berufen im Fernsehen und ihre Auswirkungen auf die Berufswahl - Ergebnisse einer Pilotstudie für das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) der Bundesanstalt für Arbeit. Kurzbericht zur Pilotstudie. Essen/Berlin <http://www.mmb-institut.de/2004/pages/projekte/arbeitsmarktforschung/a6kurz.pdf>
- Schenk, Michael (2007): Medienwirkungsforschung. Tübingen: Mohr Siebeck, 3. Aufl.
- Winterhoff-Spurk, Peter (2001): Fernsehen. Fakten zur Medienwirkung. Bern: Huber, 2. Aufl. 2001
- Winterhoff-Spurk, Peter (2005): Kalte Herzen. Wie das Fernsehen unseren Charakter formt. Stuttgart: Klett-Cotta, 2. Aufl.

FRAUENBILD IM FERNSEHEN

- Becker, Heike/Becker, Wolfgang (1999): Die Darstellung von Frauen und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen. BMFSFJ Materialien zur Gleichstellungspolitik Nr. 83 <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/PRM-10892-Materialie-Nr.-83-2001---Teil-.pdf>
- Hannover, Irmela/Birkenstock, Arne (2005): Familienleitbilder im Fernsehen. Familienbilder und Familienthemen in fiktionalen und nicht-fiktionalen Fernsehsendungen, Studie des Grimme Instituts <http://www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Abteilung2/Pdf-Anlagen/tv-familienbilder.property=pdf,bereich=sprache=de,rwb=true.pdf>
- Rulofs, Bettina und Ilse Hartmann-Tews (2004): Frauenbilder im Rahmen der medialen Vermittlung von Sport. In: Frauenbilder. Reader zu den landesweiten Aktionswochen der kommunalen Gleichstellungsbeauftragten 2005. Hrsg. v. MGSFF NRW, Düsseldorf, S. 210 (zusammengestellt von Ulrike Schultz)
- Küchenhoff, Erich, Hrsg. (1975) Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen. Stuttgart: Kohlhammer 1975
- Niedersächsisches Landesinstitut für Fortbildung und Weiterbildung im Schulwesen und Medienpädagogik, Hrsg. (1997): Zerrbild, Spiegelbild, Vorbild. Frauenbilder in Hörfunk und Fernsehen. Materialien zur Medienpädagogik 16, Hannover
- Sichtermann, Barbara/Kaiser, Andrea (2005): Frauen sehen besser aus. Frauen und Fernsehen. München: Kunstmann
- Weiderer, Monika (1995): Das Frauen- und Männerbild im Deutschen Fernsehen. Roderer: Regensburg, 2. Aufl.
- Wilk, Nicole (2004): „Und wen reißen wir jetzt auf?“ Über den pseudo-emanzipatorischen Wandel des Frauenbilds in der Werbung. In: Frauenbilder. Reader zu den landesweiten Aktionswochen der kommunalen Gleichstellungsbeauftragten 2005. Hrsg. v. MGSFF NRW, Düsseldorf, S. 190 (zusammengestellt von Ulrike Schultz)

FRAUENBILDER

- Deutscher Ingenieurinnenbund e.V. (2007): Medienbilder, Rollenbilder, Frauenbilder, dib rundbrief Nr. 80, April
- Kohlrusch, Eva (2007): Ganzkörpernachrichten. Medienbilder, Rollenbilder, Frauenbilder. In: dib rundbrief Nr. 80, S. 8 – 23
- Schultz, Ulrike (2007b): Ingenieurinnen: Frauenbilder – Konstruktionen, Wahrnehmungen, Wünsche – am Beispiel Ingenieurinnen. In: Rechtshandbuch für Frauen- und Gleichstellungsbeauftragte, hrsg. von Sabine Berghahn, Ursula Lange und Ulrike Schultz. Hamburg: Dashöfer 11.1, S. 1-14

MEDIENFRAUEN

- Klaus, Elisabeth (2004): Aufstand im Männerkloster - Stillstand in der Liturgie: Frauen in den Nachrichten. In: Frauenbilder. Reader zu den landesweiten Aktionswochen der kommunalen Gleichstellungsbeauftragten 2005. Hrsg. v. MGSFF NRW, Düs-

- seldorf, S. 205 (zusammengestellt von Ulrike Schultz), im Netz abrufbar unter: <http://www.callnrw.de/broschuerenservice/download/1259/frauenbilder-reader.pdf>
- Keil, Susanne: Gibt es einen weiblichen Journalismus? In: Fröhlich, Romy, Hrsg.: Der andere Blick. Aktuelles zur Massenkommunikation aus weiblicher Sicht. Bochum S. 37
- Schulz, Anne (2002): Die schönsten Berufe der Welt? Frauen in den Medien. In: Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis. Heft 61, Frauen in den Medien, S. 111 ff
- Schultz, Ulrike (2007a): Frauen in Medien und Werbung – Eine kurze Geschichte von Frauenbildern und Männerbünden. In: Rechtshandbuch für Frauen- und Gleichstellungsbeauftragte, hrsg. von Sabine Berghahn, Ursula Lange und Ulrike Schultz. Hamburg: Dashöfer 2/2.2 S. 1-24

DIE BERUFSWELT IM FERNSEHEN

*Dr. Michael Mangold,
Institut für Medien, Bildung und Wirtschaft
am Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe, ZKM*

AUSGANGSSITUATION ZUM THEMA „FERNSEHEN UND BERUFE“

Die Verknüpfung der Themen „Berufe und Fernsehen“ ist ein von der Forschung und der Politik relativ gering beachtetes Feld, gleichwohl von einem starken Wirkungszusammenhang ausgegangen werden kann. Dabei treten die Wirkungen des Fernsehens nicht in einem alltagssprachlichen Sinn – und so wird bedauerlicherweise vielfach über dieses Medium diskutiert – als unmittelbare Nachahmungen in Erscheinung, sondern erst über Vermittlungs- und Verstärkungsprozesse des sozialen Umfeldes, was die Sachlage komplexer macht.

Das Fernsehen ist so ein Massenmedium, dem starke Wirkungen zuzuschreiben sind, und das – trotz der stürmischen Entwicklung des Internets – noch immer das Leitmedium in der deutschen Gesellschaft darstellt. Die Stellung des Fernsehens ist aus diesem Grund auch bezüglich der Generierung von grundlegenden Orientierungen sowie der Vermittlung unterschiedlichster alltagsbezogener Kenntnisse nach wie vor von zentraler Bedeutung. Wie beispielsweise in anderen Familien kommuniziert wird, erfahren Kinder wesentlich über das Fernsehen, ebenso wie man sich bei Gericht verhält oder wie Menschen in anderen Ländern leben, wobei damit jeweils keine Aussage über die Richtigkeit des dabei vermittelten Wissens getroffen ist, wie die Medienanalysen hierzu deutlich belegen (u. a. Schorb et al. 2003; Übersicht bei Mangold/Schneider/Soultanian 2004). Welche Berufe Männer und Frauen in der Gesellschaft einnehmen oder welche Berufe attraktiv, prestigeträchtig, modisch und lukrativ sind, wird ebenfalls als Bestandteil des Alltagswissens über das Fernsehen vermittelt. Das Fernsehen ist in

dieser Weise ein Fenster in die unterschiedlichsten Lebenswelten, auch in jene zukünftigen beruflichen Lebenswelten, für die sich die jungen Zuschauer bald entscheiden müssen, über die sie jedoch aus unterschiedlichen Gründen keine genauen Vorstellungen haben.

Die Vorstellungen davon, welche Berufe existieren und über welche sozialen Attribute sie verfügen, sind unter anderem deshalb stark auf das Fernsehen zurückzuführen, weil die Distanz der Kinder zur Erwerbstätigkeit ihrer Eltern in aller Regel stark ausgeprägt ist und die Schule ebenfalls keine Verbindung zur Erwerbssphäre aufweist. Die Entwicklung von Vorstellungen bezüglich der Erwerbstätigkeit ist daher bei Kindern und Jugendlichen vorrangig auf äußere Quellen angewiesen, die nicht intendiert und damit verknüpft auch nicht in kompetenter Weise Wissen über Berufe und ihrer Ausbildungswege vermitteln.

Die hohe Bedeutung des Fernsehens für die Vermittlung unterschiedlichster Wissensbereiche ist dabei nur in Teilen auf die in Sach- und Informationssendungen dargebotenen Inhalte bezogen. Hinsichtlich der Quantität des Dargebotenen bzw. des Rezipienten sowie der Nachhaltigkeit der Rezeption bzw. Wirkung sind vielmehr die unterschiedlichen Formen der fiktionalen Fernsehformate entscheidend (siehe hierzu Mangold/Schneider/Soultanian 2004; Mangold/Soultanian 2003).

In einer ersten Bilanz heißt dies, es kann davon ausgegangen werden, dass insbesondere die in fikti-

onalen und narrativen Formaten dargebotenen Inhalte für die Generierung des Wissens über Berufe und damit auch über die Zuordnungen von Geschlechtern zu Berufen von Bedeutung sind. Damit sei zugleich auf das Kernproblem verwiesen: Die fiktionalen und narrativ ausgerichteten Formate werden hinsichtlich ihrer Rolle bei der Generierung von Vorstellungen erheblich unterschätzt. Folglich wird, im Gegensatz zu Sach- und Informationssendungen, über die zu vermittelnden Inhalte in diesen Formaten viel weniger reflektiert. Hierbei ist anzumerken, dass dies etwas mit dem deutschen

Deutungsschema der Kultur und Bildung zu tun hat, das per se davon ausgeht, dass relevante Inhalte nur in ihren Domänen, also in den als „Information“, „Kultur“, „Politik“ und „Bildung“ ausgewiesenen Bereichen, zu finden sind. Entsprechend wird erst gar nicht der Anspruch erhoben, Inhalte mit der Alltagskultur zu verknüpfen oder sie in jener wiederzufinden. Damit öffnet man jedoch Klischees Tür und Tor, ebenso, wie man zugleich Chancen der Gestaltung von Inhalten in der medialen Alltagskultur ignoriert.

EMPIRISCHE BEFUNDE

Einer im Auftrag des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung durchgeführten Auswertung der fünf nationalen Hauptprogramme, ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben, können zentrale Befunde bezüglich der Darstellung von Berufen im deutschen Fernsehen entnommen werden (Dostal/Troll 2005).

Nach dieser Untersuchung konzentriert sich im deutschen Fernsehen die Präsentation von Berufen knapp zur Hälfte auf nur drei Berufsfelder mit jeweils einem Anteil zwischen 15% und 17% – es handelt sich hierbei um „Ordnung/Sicherheit“, „Medien/Geisteswissenschaften/Kunst“ und „TV-spezifische Berufe“. Fünf weitere Berufsfelder folgen in der Rangliste hinsichtlich der Häufigkeit ihres Erscheinens mit: „Gesundheit“ (7,6%), „Sport“ (6,1%), „Verwaltung/Büro“ (5%), „Politiker“ (4,8%), „Soziales/Erziehung/Seelsorge“ (4,6%). Alle übrigen erreichen 3% und weniger. So sind beispielsweise „Metallberufe“ lediglich mit 0,7%, „Wissenschaftler/Forscher“ und „Computer/IT-Berufe“ mit 0,4% bzw. 0,3% bezüglich der Häufigkeit ihrer Präsentation vertreten (ebenda 54ff.). Es ist davon auszugehen, dass diese gegenüber der gesellschaftlichen Wirklichkeit stark verzerrte Präsenz der Berufe im deutschen Fernsehen erhebliche Folgen für die Kenntnis bzw. Unkenntnis der Berufswahlmöglichkeiten für Jugendliche aufweist (ebenda 181f.). Hinzu kommen spezifische Wertzuschreibungen, die beispielsweise Industriebetriebe als wenig attraktiv präsentieren und schließlich treten die vermittelten Berufe in der Regel ohne Bezug zu der jeweils erforderlichen Ausbildung in Erscheinung, so dass keine Vorstellung von einem Ausbildungs- bzw. Berufsweg gebildet werden kann. Präferenzen für bestimmte Tätigkeiten münden so aufgrund ihres

mangelnden Kontextwissens in von der Ausbildung losgelöste Traumvorstellungen, die für alle Beteiligte in einer Enttäuschung enden müssen.

Die Befunde zur weiblichen Berufstätigkeit im Fernsehen verdeutlichen, dass Frauen im Kontext von Erwerbsberufen insgesamt unterrepräsentiert und in den meisten Berufskategorien die Männer stärker repräsentiert sind – ausgenommen sind hierbei die Berufsfelder „Mode/Models“ sowie „Sex/Erotik“ (ebenda 117), was bereits viel über das vorherrschende Geschlechterverständnis aussagt. In den technischen und naturwissenschaftlichen Berufen, die insgesamt in den Darstellungen des Fernsehens stark unterrepräsentiert sind, weiterhin in den Berufsgruppen Metall/Bau/Holz oder Elektro, Computer/IT sowie Wissenschaftler/Forscher, treten fast ausschließlich Männer in Erscheinung. In den Berufskategorien „Ordnung/Sicherheit“, „Medien/Geisteswissenschaften/Kunst“ und „TV-spezifische Berufe“ sind Frauen mit 121 versus 1017 Männer, 381 versus 719 und schließlich 421 versus 601 Berufspräsentationen vertreten (ebenda 118). Hierbei ist jedoch anzumerken, dass die Erhebungen in den Jahren 1999 und 2001 durchgeführt wurden und zwischenzeitlich zumindest im Berufsfeld „Ordnung/Sicherheit“ Veränderungen festzustellen sind, so insbesondere durch die starke Präsenz von weiblichen Kommissarinnen in einschlägigen Kriminalformaten.

Auf die Situation der Vermittlung von Wissen über das Fernsehen bezogen heißt dies, dass das Fernsehen zwar als bedeutende Form der Vermittlung von Wissen über Berufe, das (Aus-)Bildungs-system und über Tätigkeitsbereiche, insbesondere für bildungsferne Personen-gruppen zu identifizieren ist,

dies aber bei der Produktion offenkundig keine Beachtung findet. Die genannten Verzerrungen und Defizite in der Darstellung sind so für die mangelnde Berufsorientierung bei Jugendlichen mit verantwortlich, die sich in Ausbildungsabbrüchen, der Reproduktion von geschlechtsspezifischen Tätigkeiten sowie auch im Nachfragemangel in spezifischen Berufsfeldern niederschlagen.

FOLGERUNGEN

Es wurde eingangs bereits auf die dürftige Forschungslage bezüglich der Thematik Fernsehen und Berufe hingewiesen. Entsprechend finden sich nur sehr wenige Beiträge mit Vorschlägen zu einer Intervention im Sinne einer Erschließung des Fernsehens zugunsten der Berufsorientierung bzw. der Bildungsberatung. Hier ist dringend Forschungsbedarf anzumelden.

Bevor jedoch Folgerungen formuliert sowie konkrete Handlungsempfehlungen ausgesprochen werden können, sollte der Blick an dieser Stelle zumindest kurz (ausführlich bei Häußling/Mangold 2007a, 2007b) auf die Hintergründe der unbefriedigenden Situation gerichtet werden.

Bereits in der Zeit der Einführung des Mediums Fernsehen wurde es mit einer Kritik bedacht. War anfänglich noch ein gesellschaftsanalytischer Hintergrund mit der Medienkritik verknüpft und wurde noch der Anspruch auf eine Gestaltung dieses Mediums erhoben, so löste sich die Kritik in den nachfolgenden Jahrzehnten immer mehr vom Gegenstand und verselbständigte sich. Sie wurde äußerlich, entkoppelte sich von der tatsächlichen Entwicklung des Mediums und entwickelte ein Eigenleben, das dazu führte, dass das kritisierte Medium sich immer mehr zu jenem Zerrbild hin entwickeln konnte, das von außen an es herangetragen wurde. So dominierten bald vermeintlich politisch bereinigte Unterhaltungsformate, die gerade durch ihre Intention, keine gesellschaftspolitischen Inhalte zu vermitteln, den Surrogaten in Form von Stereotypen und Klischees den Zugang verschafften. Dadurch, dass die „wichtigen“ Themen in die Sach- und Informationssendungen abgedrängt wurden, konnten sich die Verzerrungen in den fiktionalen Fernsehformaten etablieren, wie sie hier am Beispiel der Berufe in Erscheinung treten. Bei näherer Betrachtung können jedoch medial keine gesellschaftspolitisch völ-

Eine gezielte Nutzung des Fernsehens für die Berufsorientierung bzw. für eine gezielte Wissensvermittlung über Berufe und ihre Ausbildungswege findet gegenwärtig praktisch nicht statt – dies gilt für den nationalen, wie den internationalen Raum (siehe hierzu Mangold/Üstünsöz-Beurer 2006).

lig bereinigten Formen der Darstellung von Frauen bzw. die Thematisierung ihrer Berufe umgesetzt werden, da kaum eine Erzählung ohne diese Personengruppe bzw. ohne Bezugnahme auf ihre beruflichen Tätigkeiten auskommt. Werden die Darstellungen nicht reflektiert, so finden vermeintlich „typische“ Konstellationen unreflektiert Eingang in die Handlungen.

Folglich kann eine Lösung nur in der reflektierten Rückführung von gesellschaftspolitischen Themen und Anliegen in die fiktionalen Fernsehformate gefunden werden. Dies ist jedoch schlechterdings sehr problematisch, da die Medienverantwortlichen sich – durchaus wohlbegründet – keine inhaltlichen Auflagen machen lassen und die Drehbuchautorinnen und -autoren sich aufgrund ihrer – ebenfalls zu Recht – verteidigten künstlerischen Freiheit einer Einflussnahme verwehren.

Was kann vor diesem Hintergrund unternommen werden, sofern man nicht in den Chor der wenig hilfreichen, weil vielfach pauschal und äußerlich bleibenden Medienkritik, einstimmen möchte? Es sollen hierzu Vorschläge auf zwei Ebenen formuliert werden, die jedoch nicht als alternative, sondern als sich ergänzende Vorgehensweisen zu verstehen sind:

In einem grundsätzlichen Sinn wäre es von Seiten der Politik erforderlich, vor dem Hintergrund der gegenwärtigen gesellschaftlichen Herausforderungen – die Stichwörter sind hierzu u. a. die Wissensgesellschaft und damit zusammenhängend eine persistente Bildungsungleichheit sowie der demografische Wandel – eine Debatte über den öffentlich-rechtlichen Auftrag des Fernsehens zu eröffnen. Diese Debatte sollte mit dem Ziel einer Reformulierung des öffentlich-rechtlichen Auftrags auf der Basis eines wesentlich breiteren und reflektierteren

Begriffs von Kultur und Bildung geführt werden. Die genannten Herausforderungen können m.E. nicht ohne einen eigenständigen Beitrag von Seiten der Massenmedien bewältigt werden (siehe hierzu Mangold/Soultanian 2003). Gegenwärtig ist jedoch noch von keiner der im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien ein Vorstoß zugunsten einer derartigen Debatte unternommen worden.

Vor dem Hintergrund der Ausführungen zu den Mechanismen der Reproduktion von Stereotypen lassen sich auf der praktischen Ebene einige Vorschläge benennen, die der Autor im Zusammenhang mit einer ähnlichen Thematik – der Darstellung von Migrantinnen und Migranten im deutschen Fernsehen – bereits näher dargelegt und auch praktisch umgesetzt hat (siehe hierzu: www.bundesinitiative.org sowie die Literatur im Anhang).

Zu diesen praktischen Optionen gehören unterschiedliche Formen der Zusammenarbeit mit Drehbuchautoren und -autorinnen, Filmproduzenten und -produzentinnen und Redakteurinnen und Redakteuren, so beispielsweise im Rahmen von Filmfestivals durch die Vorstellung von attraktiven Stoffen für die Filmproduktion. Die Vermittlung von authentischem Material in Form von neuen und aussichtsreichen Themen und professionell recherchierten Stoffen, hat m.E. wesentlich mehr Aussicht auf Aufnahme und Verarbeitung denn formale Regelungen zur Beachtung von spezifischen Inhalten.

Einhergehend ist jedoch, wie bereits genannt, eine Debatte zum öffentlich-rechtlichen Auftrag erforderlich, da von außen an die Sendeanstalten herangetragene Themen und Aufgabenstellungen vielfach erst nach einem entsprechend starken Impuls zur Öffnung wirklich wahrgenommen und verarbeitet werden. Diese Erfahrung konnten wir im Zusammenhang mit dem Thema „Migranten bzw. Migrantinnen und Medien“ machen.

Mit einer systematischen themenorientierten Zusammenarbeit, wie sie beispielsweise in den Vereinigten Staaten zwischen NGO's und Film- und Fernsehschaffenden praktiziert wird und zur Verankerung von Themen, der Implementation von Dialogen oder ganzen Handlungssträngen führt, ist hingegen in der Bundesrepublik Deutschland nicht zu rechnen. Gleichwohl sollten die in den Vereinigten Staaten gesammelten Erfahrungen mit der medialen Umsetzung gesellschaftspolitisch relevanter Themen stärker wahrgenommen werden. Es könnten sicher vielfältige Anregungen zugunsten einer Zusammenarbeit mit den Film- und Fernsehschaffenden hervorgehen.

In Summe müssen so politische und praktische Maßnahmen erfolgen, die dem Umstand, dass das Fernsehen für viele Kinder und Jugendliche de facto das zentrale Medium der Vermittlung von Wissen über Berufe ist, Rechnung tragen, indem dies professionell und reflektiert erfolgt.

LITERATUR

- Dostal, Werner; Troll, Lothar (Hrsg.) (2005): Die Berufswelt im Fernsehen, in: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit (IAB) (Hrsg.): Beiträge zur Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, BeitrAB 292, Nürnberg
- Häußling, Roger; Mangold, Michael (2007a): Potentiale der Massenmedien für eine neue Öffentlichkeit – Zur Revision der traditionellen Medienkritik, in: Diemand, Vanessa; Mangold, Michael; Weibel, Peter (Hrsg.): Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potentialen, Hannover, S. 21-41
- Häußling, Roger; Mangold, Michael (2007b): Reflektierte und populäre Kritik der elektronischen Massenmedien. Anforderungen an eine kritische und gestaltende Medienforschung, in: Kimpeler, Simone; Mangold, Michael; Schweiger, Wolfgang (Hrsg.): Die digitale Herausforderung. Zehn Jahre Forschung zur computervermittelten Kommunikation, Wiesbaden, S. 39-48
- Mangold, Michael; Üstünsöz-Beurer, Dörthe (2006): Die Bedeutung des Fernsehens für die Berufsorientierung, in: Wirtschaft und Berufserziehung, o. Jg., Heft 06/06, S. 17-20
- Mangold, Michael; Schneider, Christoph; Soultanian, Robert (2004): Werte- und Bildungsvermittlung durch die Daily Soap: Unterhaltungsfernsehen als neues Instrument zur gesellschaftlichen Integration türkischer Jugendlicher, Karlsruhe
- Mangold, Michael; Soultanian, Robert (2003): Entertainment Films for Education in the Age of Analogue and Digital Television, in: Cunningham, Paul; Cunningham, Miriam; Fatelnig, Peter (Hrsg.): Building the Knowledge Economy: Issues, Applications, Case Studies, Amsterdam
- Mangold, Michael; Soultanian, Robert (2003): Lebenslanges Lernen besser verstehen: neue theoretische Grundlagen, in: QUEM-Report, Schriften zur beruflichen Weiterbildung, Weiterlernen – neu gedacht, o. Jg., Heft 78, S. 137-146
- Schorb, Bernd; Echtermeyer, Karin; Lauber, Achim/Eggert, Susanne (2003): Was guckst du, was denkst du? Der Einfluss des Fernsehens auf das Ausländerbild von Kindern und Jugendlichen, Kiel
- www.bundesinitiative.org

AUSGEWÄHLTE BEITRÄGE DER PUBLIKUMSDISKUSSION ZU DEN VORTRÄGEN¹

Ulrike Schultz: Vor drei Jahren habe ich für das Frauenministerium NRW einen Reader über Frauenbildern zusammengestellt, der immer noch gratis zu beziehen ist². In diesem Kontext habe ich mich mit Lebensentwürfen und Lebensbildern junger Frauen auseinandergesetzt und dazu in Schulentwürfen Aufsätze schreiben lassen mit der Fragestellung „Wie sehe ich mich heute und wo will ich hin?“. Das Projekt lief parallel in einer Hauptschul- und einer Gymnasialklasse 10 und hat für mich zu überraschenden Ergebnissen geführt. Mädchen schätzen sich sehr realistisch ein und setzen sich deutlich mit ihren beruflichen Möglichkeiten auseinander. Tragischer Weise hatten Hauptschülerinnen zum damaligen Zeitpunkt wenig Chancen am Lehrstellenmarkt, was sich inzwischen wieder verbessert hat. Sie waren somit darauf angewiesen, Angebote zur Berufsvorbereitung wahrzunehmen. Bis aber ein solches Berufsvorbereitungsjahr beendet ist, gerät allerdings Einiges von dem was die Schule in diesem Bereich bereits geleistet hat, wieder in Vergessenheit. Daran schließt sich für mich die Forderung an, das Thema Berufe und Berufswahl dauerhaft in den Medien zu präsentieren.

Hildegard Graß, Rechtsmedizinisches Institut Düsseldorf: Ich vertrete den Bereich Frauen- und Geschlechterforschung am Rechtsmedizinischen Institut in Düsseldorf. Dort haben wir uns intensiv mit

dem Berufsbild der Rechtsmedizinerin in der öffentlichen Wahrnehmung auseinandergesetzt. Auch aus diesem Grund möchte ich meinen Redebetrag mit einer Richtigstellung des klassischen Kalauers eröffnen, der auch heute hier passiert ist, wenn von einer Faszination der Mädchen für den Beruf der Pathologin die Rede ist. Es sind nicht die Pathologinnen, die im Fernsehen präsent sind, sondern es handelt sich um Vertreterinnen unseres Berufes, dem der Rechtsmedizinerin. Es ist ein Konstrukt der Medien, dass wir als Pathologinnen firmieren. Offensichtlich wird von Unsachkundigen der Beruf des „forensic scientist“ aus amerikanischen Serien beständig falsch ins Deutsche, nämlich als Pathologin bzw. Pathologe übersetzt. Bereits hieran lässt sich sehr plastisch die Macht und der Einfluss von Medien ablesen, Berufsbilder falsch zu definieren. In einem gemeinsamen Forschungsprojekt³ mit dem Kommunikationswissenschaftlichen Institut an der Universität Düsseldorf haben wir festgestellt, dass die Medienpräsenz bei Mädchen und jungen Frauen Neugier weckt und Berufsfelder interessant macht, die vorher nicht im Focus ihrer Interessen lagen. Unsere Studie zeigte, dass ein Interesse jenseits der Rollenbesetzung durch Männer oder Frauen erzeugt wird. Vorbilder waren interessanter Weise nicht nur die weiblichen Figuren der Gerichtsmedizinerinnen, sondern durchaus auch Männer, deren Agieren die Rechtsmedizin (klassischer Weise ein

1 Die Wortbeiträge sind z.T gekürzt und redigiert wiedergegeben

2 http://www.frauen nrw.de/docs/70758111_frauenbilder-reader.pdf; Bestelladresse: <http://www.mgffi.nrw.de/publikationen/index.html>

3 Graß, Hildegard/Keuneke, Susanne: Der ‚CSI-Effekt‘ in der deutschen Rechtsmedizin. Eine qualitative Studie zum Zusammenhang zwischen Fernsehrezeption und beruflicher Orientierung Jugendlicher, Düsseldorf (Veröffentlichung in Vorbereitung)

sehr maskulines Fach) so interessant macht. Solche Ergebnisse bestärken den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Fernsehens hinsichtlich der Berufsorientierung, den Herr Mangold dargelegt hat. Mädchen und junge Frauen suchen sich Vorbilder, die aber nicht mehr primär aus dem Elternhaus gespeist werden, sondern ganz maßgeblich durch die mediale Wirklichkeit bestimmt sind. Hier liegt eine sehr wichtige Aufgabe für die Präsentation von Berufen auch aus den Berufsfeldern selbst heraus. Es bedarf guter Kooperationen, wie wir sie beispielsweise mit der Agentur für Arbeit haben, die uns in ihre Schulungen einbindet. Studien belegen, dass die Berufsberatung nach wie vor sehr konservativ geschlechterspezifisch arbeitet und jungen Mädchen kaum Angebote außerhalb der frauentypischen Berufe unterbreitet. Es sollte Aufgabe aller Berufsgruppen sein, sich für Jugendliche zu öffnen, über die Medien und darüber hinaus. Dazu möchte ich ermutigen! Wir laden Jugendliche zu uns ins Rechtsmedizinische Institut ein, lassen uns Löcher in den Bauch fragen, zeigen einen Infofilm und haben viel Spaß in der Auseinandersetzung mit den jungen Besucherinnen. Außerdem bekommen wir selbst auf diesem Weg einen Zugang zu potenzieller, junger Zukunft, die unser Fach befruchtet.

Katja Ullig, pro familia, Sexualpädagogin: Neben dem Thema Berufswahlorientierung und dem Einfluss von Medien, vermisse ich die Verknüpfung mit dem Aspekt Lebensplanung. Wir haben zusammen mit der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BzgA) eine Studie zu diesem Themenfeld herausgegeben⁴. Ein Schritt in diese Richtung verknüpfter Angebote ist auch der Parcour „komm auf tour“⁵, ein Projekt der Bundesagentur für Arbeit, der BzGA und verschiedenen Kooperationspartnern (u.a. auch pro familia) für 7. Klassen der Schulen in NRW. Gerade jungen Frauen und Mädchen sind sich kaum darüber bewusst, wie sich eine mögliche Berufswahl auf die Lebensplanung auswirkt. Sie wissen nicht, dass z.B. der Berufswunsch Arztshelferin nicht mit ihrem Kinderwunsch vereinbar ist. Diese Aspekte müssen frühzeitig transparent und bewusst gemacht werden. Fernseh- und Rundfunk-

sendern möchte ich daher die Anregung geben, in ihren Sendungen die Themen Lebenswelten und Zukunftsplanung aufzunehmen und jungen Menschen realistisch zu präsentieren.

Klaudia Wick, Fernsehkritikerin: Ich beziehe mich auf eine Aussage von Herrn Mangold, die Privaten Sender hätten den Öffentlich-Rechtlichen Sendeanstalten in Fragen der Integration von Migratinnen und Migranten in das Fernsehgeschehen etwas vorgemacht. Nach meiner Erinnerung hat die ARD zeitgleich mit RTL eine sehr ambitionierte Serie gestartet, nämlich „Türkisch für Anfänger“, die mit dem deutschen Fernsehpreis ausgezeichnet wurde. Diese Serie wurde vielfach mit der parallel laufenden RTL-Serie „Alle lieben Jimmy“ diskutiert. Der große Unterschied in der Wirkungsgeschichte dieser beiden Formate war, dass die ARD vor erheblichen Problemen stand, ein Publikum für ihre sehr gute, sehr überlegte Serie zu finden, während die relativ grobschlächtig gebaute RTL-Serie gute Einschaltimpulse bietet. Bezogen auf unser heutiges Thema bedeutet dies, eine Forderung nach der Präsentation bestimmter Inhalte ist unzureichend. Es stellt sich darüber hinaus die Frage, ob diese Inhalte überhaupt nachgefragt und im Kanal gefunden werden. Gerade der Vergleich von „Türkisch für Anfänger“ und „Alle lieben Jimmy“ zeigt deutlich das gut nicht gleich gut angenommen bedeutet.

Marion Esch, femtec: Eine im letzten Jahr vom Hochschulinformationszentrum veröffentlichte Studie⁶ hat erneut unterstrichen, dass inzwischen zwar deutlich mehr Bemühungen im Bereich Berufsorientierung in Schulen zu verzeichnen sind und ExpertInnenurteile über die Angebote der BZgA sehr positiv ausfallen. Das Urteil der Adressatinnen und Adressaten fällt aber leider deutlich anders aus. Die Angebote in den Schulen werden von den jungen Menschen zwar genutzt, aber diese Angebote beantworten ihre Fragen nicht. Letztlich fühlen sich 70 Prozent der Jugendlichen in der Phase ihrer Berufswahl desorientiert. Offensichtlich haben wir noch nicht richtig verstanden, welche Fragen junge Menschen an Schulen im Rahmen ihrer Berufsori-

4 BzGA: Partnerschaftlich handeln – Mitarbeiterorientierte Personalpolitik in der Ausbildung, 2002

5 „komm auf tour – meine Stärken, meine Zukunft“, für Jugendliche ab der 7. Klasse zur Stärkenentdeckung, Berufsorientierung und Lebensplanung; Internetadresse: <http://www.komm-auf-tour.de/>

6 Heine, C. Spangenberg, H. Willich, J. (2007): Informationsbedarf, Informationsangebote und Schwierigkeiten bei der Studien- und Berufswahl. Studienberechtigte 2006 ein halbes Jahr vor dem Erwerb der Hochschulreife. HIS: Forum Hochschule 12/07, Hannover, 23ff

entierung haben. Eine weitere Studie, die das Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) bereits vor einigen Jahren durchgeführt hat⁷, verdeutlicht, dass die Qual der Wahl von Mädchen und Jungen dadurch bewältigt wird, dass sie sehr schnell das Spektrum der in Frage kommenden Berufe verengen. Sie schauen sich nicht in der Breite die zur Verfügung stehenden Berufe an, sondern nehmen das, was ihnen passfähig und attraktiv erscheint. Hier liegt auf der Hand, wie stark Medienimpulse im Zentrum stehen. Wir haben uns bislang viele Jahre darauf konzentriert nur Informationen bereit zu stellen und gehen damit nicht den Weg, auf dem sich junge Menschen orientieren, nämlich den über die Medien, sprich u.a. das Fernsehen. Daher lohnt es sich, diese Thema stärker als bisher in den Blick zu nehmen.

Kira Stein, dib, Kompetenzzentrum Technik, Diversity und Chancengleichheit: Der Deutsche Ingenieurinnen Bund e.V. versucht durch Beratungsangebote die Distanz zwischen Mädchen und Technik zu verringern, beispielsweise durch unser Angebot, Drehbuchautorinnen und -autoren zu beraten und uns von diesen beraten zu lassen. Dazu haben wir ein Programm aufgelegt, das sich allerdings rein aus Boardmitteln finanziert. Solche Bemühungen müssten institutionalisiert werden, um mehr Breitenwirkung zu entfalten.

Da der Orientierungsprozess für einen Beruf sehr früher im Leben junger Menschen beginnt und niedrighwelligen Einflüssen unterliegt, ist das Fernsehen auf seine Wirkung hin zu durchleuchten. Es wäre wunderbar, wenn wir im Fernsehen sehen könnten, dass der Ingenieurinnenberuf für Frauen nicht unattraktiv ist und nicht abschrecken muss. In Beratungssituationen auf Messen erlebe ich immer wieder, dass Mädchen in Gesellschaft von Jungen unsere Beratungsangebote ignorieren, aber durchaus später ohne männliche Begleitung zurück kommen und hohes Interesse am Berufsbild der Ingenieurin signalisieren. In der Pubertät wollen Mädchen für Jungen attraktiv sein, als Ingenieurin aber ist

frau absolut unattraktiv. Dieses abschreckende Bild der Ingenieurin wird auch in den Medien vermittelt. Aus den Erfahrungen von Einstellungsgesprächen weiß ich, dass z.B. Bilder einer Kraftwerkssicherheitsarmatur in männlichen Köpfen nicht mit dem Bild einer Frau zusammen passen.

Jacky Black, Berufsverband deutscher Psychologinnen und Psychologen aus NRW: Wie bereits angemerkt wurde, spielt im Themenfeld „Berufswahl von Mädchen und jungen Frauen“ der Lebensentwurf eine wesentliche Rolle. Ein Karriereknick setzt ja ein, sobald Kinder kommen und dieser Aspekt wird nicht ausreichend berücksichtigt. Frau Schultz hat sehr richtig dargestellt, dass Fernsehbilder sehr prägend sind. Ich selbst arbeite als Psychotherapeutin und habe bereits die ersten Fälle von jungen Frauen in meiner Praxis, die soviel „schön und reich“ im Fernsehen gesehen haben und dann Anfang 30 feststellen, dass das Leben sich ganz anders gestaltet. Das heißt, das Thema „Fernsehbilder und ihre Wirkung“ ist in den Therapien angekommen. Wünschenswert wäre für mich, dass medial mehr Männer in einem anderen Rollenverständnis dargestellt werden, dass sie Babies wickeln und auch ihre Konflikte im Bereich der Vereinbarkeit von Beruf und Familie gezeigt werden. D.h. wir brauchen mehr Darstellungen von Männern in der häuslichen Arbeit und der Familienarbeit.

Maria Schand, ver.di: Die Fachvorträge haben einerseits gezeigt, dass die Mädchen medialen Darstellungen von Berufen folgen und in der Realität anecken. Andererseits greift das Medium Fernsehen Wünsche nach einer Verbreiterung des Angebotes zur Berufswahlorientierung nicht auf. Eine daraus resultierende Forderung ist, dass das Fernsehen verstärkt Realität abbilden soll. Wie Herr Mangold dargelegte, bietet Baden-Württemberg noch 30 Prozent Industriearbeitsplätze an, Arbeitsplätze mit Zukunft, was sich aber in der medialen Welt nicht widerspiegelt. Mit Blick auf das immer noch begrenzte Berufswahlverhalten von jungen Frauen muss diese Schere medial geöffnet werden. Viele Versuche der letzten Jahre, das Berufswahlverhalten real zu öffnen, zeigen, dass Mädchen, die technische Berufsausbildungen absolviert haben, im Berufsleben an Grenzen stoßen, weil die Berufsrealität in Betrieben, Verwaltungen oder Unternehmen den Lebensentwürfen der jungen Frauen wenig entspricht. Ausbildungswahl endet nicht mit einer ab-

⁷ Tschöpe, T.; Witzki, A. (2004). Der Einfluss der Berufsbezeichnung auf die Berufswahl aus psychologischer Perspektive. Aus: A. Krewerth, T. Tschöpe, J. G. Ulrich and A. H. Witzki (Hrsg.) (2004). Berufsbezeichnungen und ihr Einfluss auf die Berufswahl von Jugendlichen. Theoretische Überlegungen und empirische Ergebnisse. Heft 270, 128-137. Schriftenreihe des Bundesinstituts für Berufsbildung, Bonn.

geschlossenen Berufsausbildung, sondern beinhaltet auch Fragen danach, ob der spätere Berufsweg vereinbar ist mit den Lebensvorstellungen junger Frauen oder ob hier ganz hohe Hürden aufgebaut werden, die dann nicht zu übersteigen sind.

Renate Rohmund, Duisburger Zentrum Frau und Wirtschaft: Der mediale Einfluss auf junge Menschen zeigt in jenen 20 Jahren, in denen ich in der Berufsorientierung tätig bin, immer wieder Wellen der Veränderung. Eine zeitlang ist die Kommissarin auf Platz 1 der beruflichen Darstellungen im Fernsehen. Plötzlich taucht wieder die Wohngemeinschaft auf dem Bildschirm auf und setzt bei jungen Menschen Impulse für alternative Lebensformen. „Berufswahlorientierung und Lebensplanung“ – ein Arbeitsschwerpunkt aller ehemaligen Regionalstellen Frau und Beruf in NRW - sind untrennbar miteinander verbundenen. Eine vermehrte und realistischen Präsentation dieser Aspekte in den Medien, in jenen Serien und Musiksendungen, die von Jugendlichen konsumiert werden, wäre eine sehr hilfreiche Unterstützung in der Berufsorientierung junger Menschen.

Birgit Emmerich, Unternehmerinnenzentrum Dinslaken: Zum Thema Berufsplanung, Lebensplanung und Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist mir sehr wichtig anzumerken, dass medialen Darstellung junge Männer in diesem Themenfeld präsent sein sollten, auch zur Entlastung der jungen Frauen. Nicht nur für junge Frauen sollte es heutzutage ein Thema sein, welche Beruf sie wählen und wie diese mit ihrer Lebensplanung in Einklang zu bringen sind, sondern es muss deutlich werden, dass diese Fragen im selben Maße alle jungen Männer berührt. Insbesondere über die Medien, die jedes Wohnzimmer erreichen, sollte deutlich gezeigt werden, welche Überlegungen sie zu Beginn ihrer Berufsplanung hinsichtlich eigener Vorstellungen von Familienplanung und der Vereinbarkeit dieser beiden Aspekte anstellen.

Ulrike Wenner, Bundesagentur für Arbeit, Regionaldirektion Düsseldorf, Leiterin der Stabsstelle Chancengleichheit am Arbeitsmarkt: Erfahrungen meiner Tätigkeit als Berufsberaterin zeigen, dass jungen Menschen bei der Berufsorientierung nicht allein mit Informationen gedient ist. Eine häufig gestellte Einstiegsfrage in Beratungsgesprächen war und ist „*Ich wollt' mal fragen, was ich werden soll*

...“. Vielmehr geht es um den Prozess der Orientierung, des sich selbst Erfahrens, der Bewusstwerdung dieses Prozesses und seines elementaren Bestandteiles für die Lebensplanung. Vor diesem Hintergrund haben wir auf der Basis eines Beschlusses der Kultusministerien alle Bundesländer zur Zusammenarbeit zwischen Schule und Berufsberatung hier in NRW ein neues Angebot eingestellt. Es handelt sich um ein Kooperationsangebot des Schulministerium und der Regionaldirektion, das den Schulen sehr praxisnah ausgerichtete Module anbietet, in dem z.B. auch das Thema „Migrationshintergrund“ aufgegriffen wird. Dieses Programm fordert eine größere Verbindlichkeit der Schulen ein und integriert sie stärker als bisher in die eingangs beschriebenen Orientierungsprozesse⁸.

Die dargestellte TOP-10-Liste des Berufswahlspektrums von Mädchen wird auch von uns veröffentlicht, allerdings habe ich daran meine Kritik. Zum Einen, weil Jungen in ihrer Berufswahl ebenso beschränkt sind, wie es den Mädchen in ihrer Berufsorientierung unterstellt wird. Zum Anderen, weil neue Berufsbilder, die sich erst noch entwickeln müssen, kaum Chancen haben unter diese TOP-10 zu kommen. Mit Blick auf Veränderung in der Arbeitswelt, die beständig neue Berufsbilder hervorbringt, ist es falsch immer auf die TOP-10 zu schauen. Darüber hinaus ist es hinsichtlich des Ausbildungsvolumens, also rein quantitativ für viele Berufsbilder gar nicht möglich unter die TOP-10 zu kommen, allein weil wir an jeder 3. Ecke eine Arztpraxis oder einen KfZ-Betrieb haben. Unter Berücksichtigung der Chancengleichheit ist geboten, mit dieser „Hitliste“ nicht selbst etwas festzuschreiben. Gerade sich neu entwickelnde Berufe, die aber zunächst selten unter den TOP-10 auftauchen, weil sie erst frisch auf dem Markt sind, bieten arbeitsmarktpolitisch große Chancen⁹.

Barbara Steffens, GRÜNE Landtagsfraktion: Wir dürfen nicht aus dem Blick verlieren, dass Berufsvorbereitungsangebote in den Schulen NRW's

8 Informationen unter: http://www.arbeitsagentur.de/nn_27908/Dienststellen/RD-NRW/RD-NRW/A01-Allgemeine-Informationsbereitstellung/Presse/2007/pi-2007-050.html und unter: <http://www.partner-fuer-schule.nrw.de/zukunft>

9 Hinweise zu neuen Ausbildungsberufen unter: http://www.arbeitsagentur.de/nn_169878/Dienststellen/RD-H/Wiesbaden/AA/A01-Allgemein-Info/Presse/2008/025-Ab-Sommer-gibt-es-neue-Ausbildungsberufe.html

oder Beratungsangebote zum Studium nach wie vor kaum geschlechterdifferenziert sind. Es ist richtig, dass immer wieder neue Angebote geschaffen werden. Wenn wir aber genau hinschauen, sind die alten Akteurinnen und Akteure die Neuen, die in den seltensten Fälle notwendige Aspekte der Geschlechterdifferenzierung aufgreifen. Bereits in unserer letzten Veranstaltung hat sich überdeutlich gezeigt, dass wir insbesondere bei Lehrerinnen und

Lehrern, die auf eine Berufswahl vorbereiten sollen, sehr viel früher und sehr viel mehr Reflektion des eigenen rollentypischen Verhaltens brauchen. Ansonsten sind wir nicht in der Lage das beschriebene Dilemma einer immer noch geschlechtstypischen Berufsorientierung aufzubrechen. Auch in der Elementarerziehung ist dieses Thema bislang noch nicht angekommen.

STATEMENTS DER PODIUMSTEILNEHMERINNEN

MITSCHNITT DES BEITRAGS VON MONIKA PIEL, INTENDANTIN DES WDR

Ich möchte in meinen Ausführungen an eine Bemerkung von Frau Stein anschließen. Sie berichtete, dass Mädchen in Begleitung von Jungen nicht an ihrem Messestand, der das Berufsbild der Ingenieurin vorstellt, stehen bleiben, weil sie nicht unattraktiv erscheinen wollen. Aus meiner eigenen Führungserfahrung kann ich hinzufügen, dass nichts Männer so sehr abturnt wie mächtige Frauen. Auch hierin liegt möglicher Weise ein Grund, warum viele Frauen den Weg in die Hierarchien scheuen. Sobald Frauen aus ihrer Rolle der netten Kollegin in die Rolle der Vorgesetzten wechseln, kommen unausgesprochene Mechanismen zum Tragen, die für Frauen unmittelbar erfahrbar sind. Insbesondere von männlichen Kollegen werden Frauen, je höher die neu zu besetzende Position ist, um so eher als Neutrum wahrgenommen. Wenn Frauen diesen Preis nicht zahlen wollen, ist das für mich nachvollziehbar. Es bedarf einer offenen Diskussion - z.B. in Führungskräftebildungen - über solche Mechanismen.

Mit großem Interesse habe ich eben vernommen, was Sie sich alles vom Fernsehen wünschen, was das Fernsehen alles richten soll. Erwartungen an das Fernsehen, insbesondere an fiktionale Stoffe, sind bei der jeweiligen Gruppe, mit der wir gerade diskutieren, immer sehr, sehr hoch. In Diskussionen mit Vertreterinnen und Vertretern behinderter Menschen wird natürlich verlangt, dass jeder Film mehrere Behinderte dargestellt. Wer die Alten vertritt, fordert, dass in jedem Spielfilm eine ausgewogene Anzahl alter Menschen zu sehen ist. Für hör-

geschädigte Menschen soll die Filmmusik in immer gleicher Lautstärke präsentiert werden. Und, und ... D.h., jede gesellschaftliche Gruppe hat unzählige Forderungen an die „armen“ Spielfilm- und Serienmacherinnen und -macher. Einerseits soll die Realität abgebildet werden, andererseits soll aber auch das zu sehen sein, was noch nicht Realität ist, aber aus Sicht der jeweiligen Gruppe politisch wünschenswert erscheint. Beispielsweise halte ich die eben genannten „wickelnden Väter“ noch für sehr marginal.

Wahrgenommen habe ich mit ebenso großem Interesse das Thema „Frauen in Männerberufen“ und kann aus der Erfahrung des WDR berichten, dass wir händeringend Ingenieurinnen suchen. Derzeit findet ein Run auf die Absolventinnen dieser Studiengänge statt, bei dem wir aber bzgl. der Gehaltserwartungen als Öffentlicher Dienst kaum mithalten können. Daher planen wir in der ARD einen Ingenieurinnenpreis auszuloben und hoffen darüber in Kontakt zu kommen mit jungen Frauen in diesem Berufsbild. Wir versuchen an den Universitäten mit Flyern in Ingenieurstudiengängen zu verdeutlichen, dass der WDR eine Vereinbarkeit von Beruf und Familienaufgaben gewährleisten kann. Ein Aspekt, wie bereits heute gehört, der für junge Frauen von großer Wichtigkeit ist.

Zum Frauenanteil im WDR habe ich einen 10-Jahresvergleich von 1997 bis 2007 mitgebracht: 1997 hatten wir im außertariflichen, höchst bezahlten Bereich des Hörfunks 9,1 Prozent Frauen und liegen

2007 dort bereits bei einem Frauenanteil von 37,5 Prozent. Im Fernsehen stellen sich die Zahlen noch nicht ganz so positiv dar, nach meiner Überzeugung auch deshalb, weil wir hier jetzt erstmalig eine Fernsehredirektorin haben. Hinsichtlich der Steigerung von Frauenanteilen zeigt es Erfolge, wenn Frauen Führungspositionen inne haben, weil sie die Talente und Fähigkeiten andere Frauen beachten und diese nachziehen. Noch vor 10 Jahren hatten wir 5,3 Prozent Frauen in den Toppositionen des Fernsehens und derzeit sind es 23,1 Prozent. In den darunter liegenden hohen Gehaltsgruppen der Redaktionen nähern wir uns in beiden Medien immerhin der 40 Prozentmarke. Deutschlandweit einmalig sind in der Geschäftsleitung des WDR drei Frauen, eine Intendantin, eine Programmdirektorin des Fernsehens und eine stellvertretende Intendantin, die gleichzeitig Justiziarin ist. Damit haben wir in der Geschäftsleitung des WDR von insgesamt sechs Mitgliedern drei Frauen. Demgegenüber gibt es bei den meisten anderen Sendern in Deutschland keine Frauen im Direktorium.

Bemerkenswert ist aber auch, welche Ängste ein starker Frauenanteil in der Führungsspitze des WDR auslöst. So spekulierte die „von allen geliebte Bildzeitung“ bereits über ein „Frauenkartell im WDR“, welches jetzt dafür Sorge, dass Männer chancenlos blieben. WDR-intern werden von Männern Befürchtungen geäußert, wenn sie nicht bald einen Rock trügen, blieben sie ohne Aufstiegschancen. Noch sehe ich solche Entwicklungen amüsiert, gleichzeitig aber auch erschrocken, denn wir sind ja noch nicht einmal bei einer 50:50 Besetzung auf allen Ebenen angekommen. Natürlich gab es nie Diskussionen darüber, dass die Geschäftsleitung bis vor sieben Jahren komplett männlich war.

Im Nachwuchsbereich der Volontärsjahrgänge sind in den letzten vier bis fünf Jahren 80 Prozent Frauen zu verzeichnen. Nicht, weil wir hier über Quoten

aufholen wollten, sondern weil die weiblichen Bewerberinnen die Besseren waren. Diesem Ungleichgewicht müssen wir zukünftig durch eine verstärkte Einstellung von männlichen Volontären begegnen. Stark zunehmend ist die Zahl der Mediengestalterinnen – in unserem Haus inzwischen ein nahezu weiblicher Beruf. Während die Anzahl der Regisseurinnen noch ein wenig hinterher hinkt, nimmt die Zahl der Drehbuchautorinnen zu. Und nicht zuletzt hat es Auswirkungen auf Themen und Themengestaltung, wenn Redaktionskonferenzen zu 50 Prozent mit Frauen besetzt sind.

In der ARD werden die meisten herausragenden Politiksendungen von Frauen moderiert – Monitor, Report, Panorama, Fakt. Allerdings können wir nicht feststellen, dass diese Sendungen dadurch von Frauen besser angenommen werden. Bei den Talkshows ist zu beobachten, dass männlich moderierten Shows wie „Beckmann“, „Kerner“, usw. eher von Frauen als von Männern rezipiert werden.

Wir beobachten die Anteile der Zuschauerinnen und Zuschauer bei fiktionalen und realen Sendungen sehr genau und stellen fest, dass auch bei frauenspezifischen Programmen wie „FrauTV“, der Männeranteil ebenso hoch ist wie der Frauenanteil. Scheinbar wollen Männer wissen, worüber sich Frauen informieren. Ähnliche Erfahrung machen wir auch im Hörfunk, dass insbesondere Frauensendungen Männer brennend interessieren.

Feststellbar ist bei jüngeren Frauen ein Interesse an „historischen Stoffen“ der Nachkriegszeit, wie z.B. am Contaganfilm, der insbesondere Frauen angesprochen hat. Ebenso wie der heute in Arte gestartete Film „Der Teufelsbraten“, der die Geschichte einer jungen Frau aus einem bildungsfernen Milieu in der Nachkriegszeit zeigt, die um Bildung kämpft. Das sind Stoffe, die Frauen sehr interessieren.

MITTSCHNITT DES BEITRAGS VON KLAUDIA WICK, JOURNALISTIN UND FERNSEHKRITIKERIN

Das Fernsehen beobachte ich bereits seit meinem 10. Lebensjahr und kann somit weit zurückblicken. Seit einer Woche bin ich nicht mehr – wie angekündigt - Vorsitzende des deutschen Fernsehpreises, sondern nur noch Mitglied der Jury, weil wir in diesem Gremien auch ein Art Rotationsprinzip haben,

wie die GRÜNEN. Ich war vormals Chefredakteurin der Berliner Tageszeitung taz, eine Zeitung, die hier vielleicht Einige kennen. Während dieser Zeit erlebten die Printmedien schwierige Jahre, weil andere Medienformate boomten und Talente in großem Umfang aus den Zeitung abgekauften wurden.

Die taz ist eines der wenigen Unternehmen, das seit seiner Gründung einen Quotierungsbeschluss hat. Im Sinne eines Lenkungsmechanismus wurden in den Anfangsjahren Praktika (unbezahlte) nur an Frauen vergeben. Diese Regelung musste auf Druck von Journalismusschulen aufgegeben werden, weil diese auch Männer in der taz unterbringen wollten.

Da ich wenig Lust verspürte, in den Redaktionskonferenzen überwiegend mit Männern zu arbeiten, habe ich natürlich versucht Frauen nachzuziehen. Allerdings ist es sehr schwer, beispielsweise für den „Chef-vom-Dienst-Posten“ einer Tageszeitung, eine Frau anzuwerben. Eine Frau kann noch so klug, intelligent und begabt sein – wie bereits hier kritisch angemerkt wurde, stellt sich nicht nur die Frage, wie Berufsbilder vorgestellt werden und wie eine Frau für bestimmte Funktionen ausgebildet wird, sondern sie muss diese anschließend auch ausfüllen wollen. Ich selbst bin ja auch nach drei Jahren wieder aus der taz ausgeschieden, weil ich doch lieber zu Hause Fernsehen gucken wollte, als die Weltkriege zu organisieren. Insofern bin auch ich ein Beispiel dafür, dass es immer noch das Bedürfnis gibt, vielleicht etwas anders zu ticken als Männer und es bleibt für mich offen, ob es die beste Idee für die jungen Frauen ist, sie immer wieder aufzufordern „Geht doch mehr in Männerberufe, geht ins Handwerk. Schreibt solche Frauenfiguren doch mal in die Drehbücher von GZSZ...“. Rein biografisch habe da meine Vorbehalte.

Mein Thema ist das Fernsehschauen und meine heutige Aufgabe ist es, den Einfluss des Fernsehens auf die Berufsorientierung junger Frauen aus dieser Perspektive zu beleuchten. Inzwischen bin ich freiberuflich tätig - Sie können mich also mieten - und ich wurde schon von Pfarrern gebeten, Darstellungen ihres Berufsbildes im Fernsehen kritisch zu analysieren. Selbst mit Chefchirurgen habe ich bereits darüber diskutiert, warum immer nur Professor Brinkmann als Fernseh Vorbild für ihren Berufsstand erhalten muss. Auch für Frauen unterschiedlicher Berufsgruppen habe ich deren Fernsehpräsenz analysiert. Natürlich engagieren mich alle mit Hinter-sinn, um im zweiten Schritt zu fragen, wie könnten Darstellungen ihrer Berufsbilder im Sinne der eigenen Berufsgruppe ein bisschen verändert werden. Dazu möchte ich Ihnen rund heraus sagen: das Fernsehen entzieht sich jeglicher Funktionalisierung, auch der noch so gut gemeinten. Öffnet sich

einmal die Tür für Minderheiten und Randgruppen im Sinne einer Widerspiegelung, dann stehen alle Berufsgruppen oder Behindertenverbände vor dieser Tür. Alle wollen Gegenwart und Zukunft haben und am Ende sinkt die Quote.

Das Fernsehen entzieht sich dieser Funktionalisierung, weil sich mit gutem Grund auch das Publikum entzieht. Dort, wo das Fernsehen erfolgreich sein will, z.B. im kommerziellen Bereich, setzt es absolut auf frauenaffine Stoffe. Das bedeutet, wir haben etwas erreicht. Wir werden wahrgenommen. Es wird gesehen, dass zu Hause an der Fernbedienung so wie beim Einkaufen die Frauen an der Macht sitzen und entscheiden. Deswegen wird Programm für Frauen gemacht. D.h. also, wenn Frauen sich ein differenzierteres Frauenbild im Fernsehen wünschen würden, könnten sie dies haben, vor allem im Privatfernsehen, aber mit Sicherheit auch bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. Natürlich wird auch das Vorurteil gepflegt, die Zuschauerin wolle gar kein so sehr differenziertes Bild ...

Und „Ja“ eine Berufsbildungspflege ist im Fernsehen nicht intendiert. Im Übrigen kenne ich auch die Klage aus Duisburg, das Städtebild in den „Schimanskis“ entspräche nicht der Stadt Duisburg. Richtig, auch Städtebilder sind im deutschen Fernsehen nicht intendiert. Sie sind kein Bestandteil des Programmauftrags, sondern laufen einfach so mit, ebenso wie so manches Berufsbild. Andererseits gibt es sehr wohl eine explizite Beschäftigung mit Berufen und Berufsbildern in den verschiedenen Sendern. Für mich ist es sehr aufschlussreich heute seit 1,5 Stunden in dieser Veranstaltung zu sitzen, ohne dass Beispiele für solche Sendungen gefallen sind. Inzwischen sind wir doch soweit, dass im Fernsehen, welches „allerlei Glück verlost“, selbst Ausbildungslotterien einen Platz haben. Beispielsweise konkurrieren in Pro7 bei „Lebe Deinen Traum“, täglich Jugendliche darum, wer von ihnen die Arzthelferin oder der Schreiner werden darf. In diesen Doku-Soaps ist relativ viel über den Berufsalltag beispielsweise eines Parkettlegers zu erfahren. Die Darstellungen sind einerseits sehr realitätsnah und andererseits aber auch relativ zynisch.

Neben den Doku-Soaps haben wir Shows, wie „Germany's next Top-Modell“, in denen Berufsbilder, sehr viel deutlicher dargestellt werden als beispielsweise im „Marienhof“. Es gibt „Verliebt in Berlin“ als Telenovela, wo eine junge Frau in die

Großstadt geht, Geschäftsführerin wird und trotzdem zum Schluss lieber heiratet und wieder in den Heimatort zurückkehrt als weiter Geschäftsführerin zu bleiben, so wie auch ich nicht taz-Chefredakteurin geblieben bin.

Eine der ältesten Unterhaltungssendungen, die das deutsche Fernsehen hervorgebracht hat, war „Was bin ich?“. Und ich frage Sie: Sind bei Ihnen Berufsbilder aus den Sendungen hängen geblieben? Ich erinnere mich, dass ich unzählige Berufe, von denen ich noch nie etwas erfahren hatte, bei Robert Lembke gesehen habe. Aber ging es darum, mir diese nahe zu bringen? Nein, auch bei „Was bin ich?“ ging es darum zu unterhalten, die Vermittlung von Berufsbildern war nicht intendiert. Letztlich bleibt es der Kernzweck des Fernsehens, Menschen zu unterhalten, Menschen mit Menschen zu konfrontieren. Als narratives Medium will Fernsehen Geschichten erzählen und ist selbst außerhalb des fiktionalen Bereichs ein narratives Medium. Auch jede Tagesshow und jede Talkshow ist inzwischen eine Narration, die wie schauen, um Geschichten von Menschen erzählt zu bekommen.

In den heute gehörten Vorträgen kam das Publikum in erster Linie als manipulierbare Konsumentinnen und Konsumenten vor und nicht als souveräne Personen, die selbst entscheiden, was sie sehen wollen. Ich möchte anregen, diesen Aspekt stärker in den Focus zuzunehmen, denn nur so kommen Sie den Diskussionen innerhalb der Fernsehbranche, die

insbesondere unter den Storieler und –linerinnen geführt werden, näher. Diese wollen senden, was das Publikum sehen will. „GZSZ“ erzählt nicht aus reinem Zynismus die immer gleichen Geschichten, sondern weil junge Zuschauerinnen und Zuschauer „ein nachwachsender Rohstoff sind“. Ich halte es für unwahrscheinlich, über Materialangebote von außen, in dem Berufsbilder und Zielgruppen vertreten sind, die Sie sehen wollen, eine Veränderung zu erreichen ist.

Dazu zum Schluss noch eine Anekdote aus meinem eigenen Berufsleben. Irgendwann zu meinen Zeiten als Medienredakteurin, wurde ich von einem schwullesbischen Magazin in Berlin anfragt, der Frage nachzugehen, warum plötzlich von einem Tag auf den anderen (nach 20 Jahren des Kampfes) so viele Schwule und Lesben in diesen Serien auftauchen. Bei meinen Nachfragen in den Sendern, stellte ich auch die Frage, warum die Figuren dann hinterher doch wieder hetero werden. Darauf hin sagte eine Storielerin einen Satz, den ich nie vergessen haben: „Wissen Sie was – bi ist einfach praktischer“. Das lässt sich im Grunde auf jeden anderen Bereich übertragen. Stoffe müssen weitererzählbar sein. Sie sind nicht produkt-, sondern zuschauerorientiert. Wenn Sie mit den Macherinnen und Machern des Fernsehens in den Diskurs kommen wollen, sollten Sie sich davon wegbewegen einen Forderungskatalog aufzustellen, sondern mehr in die Richtung gehen, zu verstehen, wie Fernsehen funktioniert.

MITSCHNITT DES BEITRAGS VON DR. KIRA STEIN, INGENIEURIN, VORSTANDSFRAU DES DEUTSCHEN INGENIEURIN- NENBUNDES UND DES KOMPETENZZENTRUMS TECHNIK, DIVERSITY UND CHAN- CENGLEICHHEIT

Zunächst möchte ich mit zwei Bemerkungen an meine Vorrednerinnen anschließen. Die mitgeteilte Erfahrung, dass sich Männer von einem 50-prozentigen Frauenanteil verängstigt fühlen, lässt sich noch zuspitzen. Bereits bei einem Frauenanteil von 10 Prozent in meinem Bereich kamen die Männer auf mich zu und forderten: „Jetzt stellen Sie aber keine Frauen mehr ein, sonst sind wir ja in der Minderheit“. Zum Zweiten wünsche ich mir das Frauen und Technik in den Medien vorkommen. Es müssen nicht ganz viele und die Darstellungen auch nicht ganz furchtbar realistisch sein. Mir reicht es schon, wenn dieses Thema nur am Rande präsen-

tiert und nicht immer gezielt ausgeklammert würde. Krankenhäuser beispielsweise leben von der Medizintechnik, ein Aspekt, der aber auf dem Bildschirm keinen Platz hat. Serien, die sich mit der Landwirtschaft und Bauern beschäftigen, zeigen nie landwirtschaftliche Maschinen, die gewartet oder repariert werden. Tiersendungen zeigen nie, dass z.B. ein Nilpferd eine spezielle Wasseraufbereitung in der Haltung braucht oder dass ein Affenhaus klimatisiert werden muss. Bei entsprechender Darstellung müssen solche Technikaspekte nicht langweilig sein.

Mädchen können leicht für Technik begeistert werden, wenn sie nutzungsorientiert ist. Ich habe mir als Jugendliche einen Geräuschverstärker gebaut, der mir signalisierte, wenn sich jemand auf der Treppe in Richtung meines Zimmers bewegte. Heute sind Mütter ja so weit, dass sie anknöpfen, was damals nicht immer der Fall war.

Der Beruf der Ingenieurin ist ein absolut spannender, der sich auf dem Bildschirm gut darstellen ließe, allein vor dem Hintergrund, dass Betriebe soziale Gebilde sind, in denen unheimlich viel passiert. Vergleichbare Darstellungen wie aus dem Haus in der „Lindenstraße“ sind auf Betriebe übertragbar. Vorstellbar ist eine Betriebsleiterin, die nebenher ihre Mitarbeiterin in der Frage berät, ob deren Tochter zukünftig auf ein Gymnasium gehen soll oder nicht. Produktionen, die in Betrieben spielen sind teurer - das habe ich bereits gelernt - aber machbar.

Uns geht es aber nicht allein um die Frage, dass Ingenieurinnen dargestellt werden. Deutschland hat, wie eben erwähnt, immerhin noch 30 Prozent Arbeitsplätze in der Produktion und ist somit ein Industriestandort. Wir fordern seit Jahren anstelle der „Schwarzwaldklinik“ einen „Schwarzwaldbetrieb“. Seit 20 Jahren produzieren wir schöne Vorbildbroschüren, seit 20 Jahren gehen wir auf die Hanno-

vermesse und erzählen wie toll der Beruf der Ingenieurin ist. Was ist der Ergebnis? Die Mütter haben den Beruf der Ingenieurin gewählt und kochen zu Hause nicht mehr, das hat der Vater übernommen. Werden deren Kinder dann in der Schule aufgefordert, etwas über die Eltern zu schreiben, taucht die Mutter in solchen Aufsätzen plötzlich wieder mit Schürze am Herd stehend auf. Und zwar in Familien, in denen Kinder noch nie real gesehen haben, dass die Mutter kocht. Bleibt also zu fragen, woher diese Bilder kommen Die Antwort kennen wir: aus den Medien. Im Fazit heißt dies, dass wir als Berufsstand allein mit unseren Vorbildern nicht überzeugen können. Es braucht die mediale Präsenz dieser Bilder, um sie in den Köpfen der Mädchen und Jungen zu festigen. Auch wenn der Forderung nicht entsprochen werden kann, dass in jeder Sendung ein Mensch mit Behinderung abgebildet wird, brauchen wir doch die Vermittlung dessen, was im realen Leben passiert. Mit Bezug auf die Ingenieurinnen haben wir in den Fernhebildern eine Potenzialisierung von Nichtdarstellungen: Frauen kommen zu wenig vor, die Industrie kommt zu wenig vor und der Ingenieurberuf wird - wenn überhaupt - sehr unattraktiv präsentiert.

Dies sollten wir unbedingt ändern, weil Ingenieurin ein absolut toller Beruf ist!

MITSCHNITT DES BEITRAGS VON DR. MARION ESCH, FEMTEC, HOCHSCHULKARRIEREZENTRUM, TU-BERLIN

Zu meinem Hintergrund: ich habe als Ingenieurin begonnen, bin dann in die Medienberatung gegangen, habe dort auch promoviert und bin jetzt wieder im Bereich Maschinenbau tätig. Daher kenne ich die verschiedenen Welten und deren unterschiedlichen Perspektiven, über die wir hier und heute sprechen. Ich bin seit vielen Jahren geschlechterpolitisch engagiert, vor dem bereits vielfach erwähnten Hintergrund, dass wir in den technischen Berufsfeldern ein massives Problem haben, Frauen zu gewinnen. Deshalb haben 2000 an der technischen Universität Berlin gemeinsam mit der europäischen Akademie für Frauenpolitik und Wirtschaft erstmalig eine Privat-Public-Partnership konstituiert. Konkret bedeutet dies, dass wir einige große Technologieunternehmen in diesem Landes und technische Universitäten in einen Verbund gebracht haben, um neue Wege zu gehen, das Thema Technik frühzeitig an junge Frauen heranzuführen, in der Schule und im Studium. Ziel ist aber auch, Sorge dafür zu

tragen, dass die jungen Frauen nach der Ausbildung in der Industrie und in Forschungseinrichtungen ankommen.

Frau Piel, Sie haben eigentlich bessere Chancen Ingenieurinnen zu bekommen als die Industrie, weil junge Frauen ein hohe Affinität zum Öffentlichen Dienst haben. Aber dennoch, wir bilden zu wenig Frauen in diesen Bereichen aus und in den Kernbereichen wirklich wenige.

Ab 2003 sind wir erneut sehr aufmerksam geworden, weil wir feststellen konnten, dass trotz zahlreicher Gleichstellungsinterventionen und -konzepten sowie deren Durchführungen sich nichts besserte, sondern die Zahlen noch weiter nach unten gingen. Wenn wir uns die Statistiken genau anschauen und hinterfragen, wie viele von den Frauen, die wir in technischen Berufen ausbilden, aus unserem eigenen Bildungssystem kommen, müssten

wir erneut „ins Kissen weinen“. Denn, ein ganz erheblicher Anteil von Frauen in technischen Studiengängen kommt aus dem Ausland. Ohne sie wäre der Einbruch in den letzten Jahren noch erheblich massiver gewesen.

Diese Analyse hat uns verdeutlicht, dass wir bisher am falschen Punkt angesetzt haben. Mit unseren bisherigen Maßnahmen erreichen wir nur jene wenigen Frauen, die „sowieso schon katholisch sind“. Es gelingt uns aber nicht, den Blick für ein anderes Berufswahlverhalten wirklich zu öffnen, weder bei den jungen Frauen noch bei den jungen Männern. Der international vergleichende Role-Survey zeigt deutlich, dass die große Technikdistanz und das geringe Interesse an technisch-naturwissenschaftlichen Studiengängen von Jugendlichen und insbesondere von jungen Frauen ein ausschließliches Phänomen westlicher Industrienationen und Japan ist. D.h. jenen Volkswirtschaften, die von der Technik leben, deren Wohlstand damit steht oder fällt, gelingt es nicht ihre jungen Menschen dafür zu begeistern. Indische Frauen sind beispielsweise weitaus technikaffiner als deutsche Männer. Wir haben jetzt bereits in Deutschland die Situation von 22.000 unbesetzten Stellen allein in der Forschung und Entwicklung. Die demografische Entwicklung wird uns bis 2020 eine Reduzierung der Gesamtbevölkerung um 30 Prozent bescheren. Ab diesem Jahr haben wir im Osten Deutschlands einen demografischen Knick zu verzeichnen, eingeleitet durch die Wende, mit 60 Prozent weniger Schulabgängerinnen und -gängern von einem Jahr auf das nächste. D.h. für uns, es geht auch um eine Überlebensfrage. Laut DFG (2008) bringen allein die 22.000 unbesetzten Stellen 3,7 Mrd. Euro mangelnde Wertschöpfung. Deutschland ist eine high-tec Gesellschaft und wir werden in keiner anderen Branche global wettbewerbsfähig sein.

Wir haben uns erneut sehr genau angeschaut, warum wir mit unseren Angebotsmaßnahmen die Jugend nicht erreichen. Festzustellen war – wie bereit erwähnt –, dass unsere Angebote nur von jenen wahrgenommen werden, die bereits in Richtung Technik vorgepolt sind. Der große Rest der Jugendlichen wird von „der Konkurrenz der anderen Möglichkeiten abgeschöpft“. Berufsbilder jenseits der Technik sind leichter zu vermitteln, weil wir so wenig Zugang zu technischen Welten haben. Schulen bieten diese ebenso wenig an wie die Medien. Gespräche mit Schülerinnen und Schülern haben uns immer wieder verdeutlicht, dass diese genau so we-

nig Technikvorstellungen haben wie Drehbuchautorinnen und -autoren, wie Redakteurinnen und Redakteure und andere Medienschaffende. Die Frage danach, was denn eigentlich eine Elektroingenieurin tut, ist für die eine wie für die andere Seite eine Black Box. Auch Einschätzungen globaler Zukunftstrends oder Fragen zu Entwicklungen von Zukunftstechnologien war für die Kreativen der Medien mindestens genauso weit entfernt wie für die Schülerinnen und Schüler. Wenn wir aber sagen, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk den Auftrag hat, relevante Aspekte des gesellschaftlichen Lebens zu vermitteln, dann ist Technologie ein Teil davon. Deshalb haben wir eine britische Praxis adaptiert (Vorbild war der BBC-Sender) und die Idee entwickelt, kreativ Tätige der Medienwelt und junge Menschen zielgerichtet einzuladen, Einblick in diese Welt zu nehmen. Das Hochschulkarrierzentrum femtec¹ organisierte 2007 im Rahmen des EU-geförderten Projekts EuroWisdom eine Konferenz für Drehbuchautorinnen und -autoren und lobt sechs Stipendien in Höhe von 7000 Euro aus. Ziel war es, den tradierten Rollenbildern von Frauen im Fernsehen etwas entgegen zu setzen und attraktive Ingenieurinnen als Vorbilder auf den Bildschirm zu holen. Wir haben von erfahrenen, hoch motivierten Drehbuchautorinnen und -autoren aus dem Stand heraus 43 Exposés bekommen, die sich damit um treatments bewarben. Die prämierten Entwürfe² werden nun im Austausch mit Produktionsfirmen und TV-Verantwortlichen sowie FachwissenschaftlerInnen weiterentwickelt.

Abschließend möchte ich bemerken, dass wir verstehen lernen müssen, was das junge Publikum sehen will. Wenn der öffentlich-rechtliche Rundfunk bei einem Marktanteil von 5 bis 6 Prozent junger Zuschauerinnen und Zuschauer liegt, sollte er sich dringend fragen, ob verstanden wurde, in welche Richtung die Wünsche junger Menschen vor dem Bildschirm gehen. Formate wie „CSI“³ auf VOX, dadurch charakterisiert, dass diese Serie sehr stark forschendes Handeln und ganz ungewöhnliche Frauenrollen ins Zentrum stellen, sind Publikumsrenner.

1 www.femtec.org

2 http://www.femtec.org/content/0/2070/1085/458_Zusammenfassung-Drehbuecher.pdf

3 CSI: Den Tätern auf der Spur ist eine US-amerikanische Fernsehserie, in der es um die Arbeit einer speziellen Abteilung innerhalb der Polizei geht (Crime Scene Investigation), die an Tatorten von Verbrechen Beweise und Spuren sichert.