



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



NATIONALER PAKT
FÜR FRAUEN
IN MINT-BERUFEN

MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Fernsehformaten



FORSCHUNG

Ideen zünden!

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)
Referat Chancengerechtigkeit in Bildung und Beruf
11055 Berlin

Bestellungen:

Schriftlich an den Herausgeber
Postfach 30 02 35
53182 Bonn
oder per
Tel.: 01 80-52 62 302
Fax: 01 80-52 62 303
(Festnetzpreis 14 ct/min, höchstens 42 ct/min
aus Mobilfunknetzen)
E-Mail: books@bmbf.bund.de
Internet: <http://www.bmbf.de>

Redaktion

Prof. Dr. Marion Esch, Dr. Christoph Falkenroth

Autoren/-innen in alphabetischer Reihenfolge

Dr. Martine Bouman; Dr. Waltraud Cornelißen; Vicky Dhir; Prof. Dr. Marion Esch;
Dr. Christoph Falkenroth; Sean Gesell; Dr. Maya Götz; Jennifer Grosche; Ruth
Hieronymi; Dr. Richard Holliman; Prof. Dr. Martin Kaplan; Corinne Marrinan;
Aditya Mehta; Dr. Miguel Sabido; Prof. Dr. Annette Schavan; Barbara Sichtermann;
Prof. Dr. Arvind Singhal; Dr. Klaus Unterberger; Doron Weber; Liz Whitelegg

Gestaltung

Hauke Sturm Design
W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld, <http://www.wbv.de>

Bonn, Berlin 2011

Bildnachweis

BMBF (Vorwort), Cinetext Bildarchiv (Titel, aus dem Spielfilm „Marie Curie –
Forscherin mit Leidenschaft“ mit Isabelle Huppert), Thinkstock.de (S. 5, 43,
45, 49, 55, 60, 65, 67, 71, 76, 79, 82, 83, 85, 91, 93, 96, 99), iStockphoto (S. 48),
20th CenturyFox/Allstar/Cinetext (S. 73)



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



NATIONALER PAKT
FÜR FRAUEN
IN MINT-BERUFEN

MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Fernsehformaten

Vorwort

Die Zukunftsfähigkeit Deutschlands hängt in großem Maße von Innovationen durch Forschung und Entwicklung ab. Neue Erkenntnisse aus Wissenschaft und Forschung tragen entscheidend zur Lösung zahlreicher Probleme unserer Zeit bei. Darüber hinaus ist der Dialog mit den Menschen besonders wichtig. Denn nur wer um die Chancen und Möglichkeiten neuer Technologien weiß, entwickelt ein Interesse dafür und ist bereit, sie in den Alltag zu integrieren.

Der Bundesregierung ist es deshalb ein wichtiges Anliegen, die Gesellschaft für Forschungsthemen zu begeistern. Im Rahmen unserer Wissenschaftskommunikation wurde hierzu eine Vielzahl von Maßnahmen und Initiativen angestoßen. Mit gezielten Maßnahmen wie dem Nationalen Pakt für Frauen in MINT-Berufen sprechen wir insbesondere Mädchen und junge Frauen an. Ich freue mich sehr, dass wir auch zahlreiche Medienpartner für den Pakt begeistern konnten. Denn auch heute noch werden Berufe in Naturwissenschaften und Technik überwiegend geschlechtsstereotyp präsentiert.

Der Einfluss der Medien auf die Berufswahl bei Mädchen ist nicht zu unterschätzen. Deshalb hat das Bundesministerium für Bildung und Forschung gerne das Projekt „Berufsorientierung im Unterhaltungsformat“ gefördert. Die Ergebnisse werden in der vorliegenden Broschüre vorgestellt. Das Projekt der TU Berlin hat eine kreative und produktive Zusammenarbeit von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern mit jungen Drehbuchautorinnen und -autoren auf den Weg gebracht. Ziel ist zum einen, auch in Unterhaltungsformaten ein Bewusstsein zu schaffen für die Berufswelt von Naturwissenschaften und Technik. Zum anderen werden



Fragen gestellt wie: Was können Wissenschafts- und Unterhaltungssektor voneinander lernen? Wie können sie sich gegenseitig inspirieren? Auf diese Weise entstehen neuartige Impulse im Bereich der Wissenschaftskommunikation. Die Themen der Zukunft – Gesundheit, Energie, Klimaschutz, Mobilität, Kommunikation und Sicherheitsforschung – kommen so in unserem Land nicht nur wissenschafts- und forschungspolitisch zum Tragen, sondern werden auch in der Gesellschaft ganz neu thematisiert.

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Annette Schavan'. The signature is fluid and cursive.

Prof. Dr. Annette Schavan, MdB
Bundesministerin für Bildung und Forschung

Inhalt

Einleitung	3
Zur Sozialisations- und Bildungswirksamkeit von TV-Spielfilmen und -Serien	5
Prof. Dr. Marion Esch MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Fernsehformaten – Einführung und ausgewählte Ergebnisse einer Programmanalyse	6
Prof. Dr. Marion Esch, Jennifer Grosche Fiktionale Fernsehprogramme im Berufsfindungsprozess – Ausgewählte Ergebnisse einer bundesweiten Befragung von Jugendlichen	16
Prof. Dr. Marion Esch, Dr. Christoph Falkenroth Gestaltungsspielräume für die Stoffauswahl – Ausgewählte Ergebnisse einer Befragung von Filmschaffenden	32
MINT & Chancengleichheit – Stoff für attraktive Fernsehformate?	43
CSI: Crime Scene Investigation – Wissenschaft und Gender im fiktionalen Krimi-Format (Corinne Marrinan, Writer/Producer)	44
Barbara Sichtermann Der Knick im Spiegel. Realität und Rollen	47
MINT & Chancengleichheit – (Kein) Stoff für deutsche Fernsehformate? Podiumsdiskussion mit Christian Balz (Vice President German Fiction, ProSieben), Ivo-Alexander Beck (Produzent Ninety-Minute Film), Orkun Ertener (Drehbuchautor), Gebhard Henke (Leiter des Programmbereichs Fernsehfilm, Kino und Serie, ARD) und Hannah Hollinger (Drehbuchautorin)	50
Soaps, Telenovelas und Serien als Impulsgeber gesellschaftlichen Wandels	55
Die Telenovela – Ein Motor für sozialen Wandel (Dr. Miguel Sabido, Autor/Produzent)	56
Vorbilder für die Zukunft? – Wie Mädchen mit Daily Soaps umgehen (Dr. Maya Götz, Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI))	59
Deutsche Soaps und Serien im Spannungsfeld zwischen Verantwortung, Eskapismus und Produktionszwängen. Podiumsdiskussion mit Dr. Bernhard Gleim (Serienchef NDR), Monika Schmid (Koordinatorin des ZDF-Bereichs Telenovela), Marcus Seibert (Drehbuchautor), Barbara Thielen (Bereichsleiterin Fiction, RTL) und Rainer Wemcken (Geschäftsführer Grundy-UFA)	62
Auf dem Weg zu MINT-Entertainment-Education-Excellence – Vorbildliche Praktiken	65
Die „Alfred P. Sloan Foundation“ – Brücken zwischen Kultur und Wissenschaften schlagen (Doron Weber, Sloan Foundation, NY, USA)	66
„Hollywood Health & Society“ – Ein Projekt des „Norman Lear Center“ in Los Angeles (Prof. Dr. Martin Kaplan, Director Norman Lear Center, L.A., USA)	69

„Science meets Hollywood“ – The Science and Entertainment Exchange in Los Angeles (Sean Gesell, Vice-President „Zuckerproductions“, L.A., USA)	72
„Entertainment Education“ – Der niederländische Ansatz (Dr. Martine Bouman, Direktorin des Center for Media & Gezondheid, Gouda, NL)	75
Von Stereotypen zu Typen – Medienkompetenz erforschen, Medienpraxis verbessern (Dr. Richard Holliman, Liz Whitelegg, Open University, Milton Keynes, UK)	78
Entertainment Education – Ein Instrument gesellschaftlicher Veränderungen (Prof. Dr. Arvind Singh, Dept. of Communication, University El Paso, Texas, USA)	80
„Cause Entertainment“ – Medieninvestments für sozialen Wandel (Vicky Dhir/Aditya Mehta, Directors of DM Capital Advisors Public Ltd, New Delhi, IND)	84
Das MINTiFF-Netzwerk – Neue Partner im Wissenschaftsdialog: Würdigung der MINTiFF-Fellows 2009/10	86
Public Value – Will E-E be a key?	91
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk – „Public Value“ und fiktionales Qualitätsfernsehen (Ruth Hieronymi, Vorsitzende der ARD-Gremienvorsitzendenkonferenz)	92
Anregung und Reflexion auslösen – „Public Value“ im ORF (Dr. Klaus Unterberger, Leiter des Public-Value-Kompetenzzentrums, ORF)	95
Chancengleichheit als Qualitätskriterium – Eine sozialwissenschaftliche Perspektive (Dr. Waltraud Cornelißen, Referentin am Deutschen Jugendinstitut)	98
Qualität fiktionaler Fernsehunterhaltung bewerten. Podiumsdiskussion mit Uli Aselmann (Produzent die film GmbH), Bettina Buchler (Direktorin Filmbewertungsstelle), Prof. Peter Henning (Vorstandsmitglied VDD) und Brigitta Manthey (Förder- referentin Medienboard Berlin-Brandenburg)	101
(MINT-)Entertainment-Education: Herausforderungen und Aufgaben für Wissenschaft und Hochschule. Podiumsdiskussion mit Prof. Dr. Marion Esch (Leiterin Projekt MINTiFF) und Thomas Gazlig (Leiter Bereich Kommunikation und Medien, Helmholtz-Gemeinschaft)	104
Literatur	107

Einleitung

Der vorliegende Band dokumentiert zentrale Ergebnisse des Projektes „Berufsorientierung in Unterhaltungsformaten“ und der abschließenden internationalen Fachkonferenz, die vom 6. bis 8. September 2010 im ICC Berlin im Rahmen der medienwoche@IFA mit Unterstützung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) und des Europäischen Sozialfonds (ESF) stattgefunden hat.

Ziel des Projekts war es, durch verschiedene Studien das Potenzial von Spielfilmen und Serien für die Popularisierung von MINT-Berufen zu erkunden und auf der Grundlage dieser Ergebnisse und einer Analyse vorbildlicher Praktiken anderer Länder neue Wege der MINT-Wissenschaftskommunikation und -Nachwuchswerbung zu beschreiten. Gemeinsam mit der Fraunhofer-Gesellschaft, der Helmholtz-Gemeinschaft und der Max-Planck-Gesellschaft wurde dazu die Initiative „MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Fernsehformaten“ (MINTiFF) und das MINTiFF-Netzwerk an der TU Berlin ins Leben gerufen.

Auf der abschließenden Konferenz wurden nicht nur zentrale Ergebnisse der Studien und der gemeinsam mit den Partnern aus der außeruniversitären Forschung umgesetzten Maßnahmen der Öffentlichkeit zur Diskussion vorgestellt, sondern auch vorbildliche internationale Initiativen und Maßnahmen.

Der Konferenztitel „Don't think it's only entertainment! – MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Fernsehformaten“ wurde mit Bedacht gewählt. Dabei ging es nicht darum, einmal mehr Ansprüche bildungsbürgerlicher Hochkultur zum zentralen Maßstab der Qualitätsbewertung zu erheben, die Trivialität von Fernsehserien, Soaps und Telenovelas zu beklagen und vor den Gefahren des Kulturverfalls zu warnen. Es war vielmehr Ziel der Konferenz, das Bewusstsein zu schärfen für den hohen Stellenwert fiktionaler Fernsehunterhaltung im Berufsfindungsprozess Jugendlicher und für die Chancen, die Spielfilme, Serien, Daily Soaps und Telenovelas bieten, durch weibliche Role-Models in MINT-Berufen das Interesse junger Frauen an diesen Professionen zu wecken und sie zu einer entsprechenden Studien- und Berufswahl zu ermutigen. Anlass dazu geboten haben u.a. die in anderen Ländern entwickelten vorbildlichen Entertainment-Education-Praktiken. Diese zeigen, dass TV-Spielfilme und -Serien ein hohes Potenzial haben, zum

prosozialen Wandel und zur Förderung des MINT-Studieninteresses junger Frauen beizutragen.

Es sei an dieser Stelle erlaubt, insbesondere den zahlreichen internationalen Referenten/-innen dafür zu danken, dass sie die weite Anreise aus Hollywood, Mexiko, Indien und verschiedenen europäischen Ländern nicht gescheut und die Konferenz durch ihre Erfahrungen wesentlich bereichert haben. Auch den zahlreichen Referenten/-innen aus der deutschen Film- und Fernsehbranche sei gedankt, dass sie ihre Perspektiven auf die Gestaltungsspielräume für mehr MINT und Chancengleichheit in der deutschen Fiktion in die verschiedenen Diskussionen eingebracht haben.

Ein ganz besonderer Dank gilt dem Bundesministerium für Bildung und Forschung sowie dem Europäischen Sozialfonds für die Unterstützung der MINTiFF-Initiative und insbesondere für die Förderung der Konferenz und die Erstellung der vorliegenden Dokumentation.

In der hier vorliegenden Broschüre wird im ersten Teil ein kurzer Überblick über den Forschungsstand zur Sozialisations- und Bildungswirksamkeit fiktionaler Fernsehunterhaltung gegeben, bevor zentrale Ergebnisse der Studien vorgestellt werden, die im Rahmen der MINTiFF-Initiative erarbeitet und auf der Konferenz der Öffentlichkeit präsentiert wurden.

Dass MINT-Welten Stoff für spannende fiktionale TV-Formate bieten und das Interesse jugendlicher an MINT-Themen und -Berufen wecken können, zeigt der Beitrag von Corinne Marrinan, Writer-Producerin von „CSI-Crime Scene Investigation“, einer auch hierzulande außerordentlich erfolgreichen US-Fernsehserie. Der Beitrag macht deutlich, wie „Fiction“ durch eine starke Betonung von „Science“ und von starken Frauenfiguren in „Science-Berufen“ nachhaltig bereichert wird und wie junge Frauen auf diese Weise zum Forensik-Studium inspiriert und motiviert werden. Die anschließend dokumentierte Podiumsdiskussion geht der Frage nach, warum in Deutschland die MINT-Welt und die deutschen Stärken im Bereich der MINT-Forschung und -Industrie bislang kaum Eingang in die fiktionale TV-Erzählkultur gefunden haben. In weiteren Beiträgen werden vorbildliche internationale Entertainment-Education-Praktiken vorgestellt, die TV-Spielfilme und -Serien zielge-

richtet für prosoziale Zwecke nutzbar machen. Der Beitrag des Entertainment-Education -Pioniers Miguel Sabido aus Mexiko zeigt auf, wie die insbesondere bei jungen Frauen sehr beliebten Daily Soaps und Telenovelas als Motor für prosozialen Wandel eingesetzt werden können. Welche Spielräume für Entertainment-Education deutsche Produzenten/-innen, Redakteure/-innen und Autoren/-innen von Daily Soaps und Telenovelas sehen, dokumentiert die anschließende Zusammenfassung der zugehörigen Podiumsdiskussion.

Daran anschließend werden die auf der Konferenz präsentierten vorbildlichen Ansätze und Maßnahmen zur Förderung der MINT- und Chancengleichheits-Entertainment-Education-Qualität vorgestellt. Dazu zählen Ansätze, die in den USA vom „Norman Lear Center“, der „Alfred P. Sloan-Foundation“, dem „Science and Entertainment Exchange“ und an der „University El Paso, Texas“ entwickelt wurden. Ergänzt werden diese Ansätze durch Beiträge über Projekte der „Open University“ aus Großbritannien und des „Center for Media & Gezondheid“ in den Niederlanden sowie über das Projekt „Cause Entertainment“ aus Mumbai in Indien.

In diesem Zusammenhang werden auch die ersten Ergebnisse der in Deutschland in Kooperation mit der Fraunhofer-Gesellschaft, der Helmholtz-Gemeinschaft und der Max-Planck-Gesellschaft durchgeführten MINTiFF-Science-Events und der MINTiFF-Ideenwettbewerbe vorgestellt, die den Abschluss des zweiten Konferenztages bildeten.

Abgerundet wurde dieser durch die exklusive Vorführung der WDR-Tatort-Produktion „Auskreuzung“, für deren Drehbuchentwicklung der Autor Karl-Heinz Käfer im Rahmen des ersten Ideenwettbewerbs eine MINTiFF-Fellowship erhielt. Bei der Stoffentwicklung wurde Herr Käfer von der Fraunhofer-Gesellschaft durch fachwissenschaftliche Beratung unterstützt.

Im abschließenden Teil der vorliegenden Broschüre wird die aktuelle Debatte um die Legitimität öffentlich-rechtlicher Rundfunkfinanzierung und um den öffentlichen Mehrwert fiktionaler Unterhaltung aufgegriffen, die im Zentrum des dritten Konferenztages standen. Ausgangspunkt war die Frage, inwieweit aus Sicht von öffentlich-rechtlichen Sendern und aus Sicht der Rundfunk-

aufsicht Strategien, die darauf ausgerichtet sind, auch im Programmbereich Unterhaltung bewusst MINT-Bildungschancen wahrzunehmen und Gleichstellungsziele zu verfolgen, für ARD und ZDF eine Chance bieten, ihren öffentlichen Mehrwert zu unterstreichen, jugendliches Publikum zu erreichen und dem öffentlich-rechtlichen Kultur- und Bildungsauftrag gerecht zu werden. Vorgestellt werden hier auch die Ergebnisse der Diskussionen mit Filmschaffenden und Vertretern/-innen von Filmförderung und Filmbewertung, anhand welcher Kriterien und mit welchen Methoden sich der öffentliche Mehrwert bemessen lässt. Abschließend werden die Diskussionsergebnisse zur Frage präsentiert, welchen Beitrag Wissenschaftsorganisationen und Hochschulen dazu leisten können, die MINT-Wissenschaftswelt für Filmschaffende besser zugänglich zu machen und die Entwicklung hochwertiger Film- und Serienstoffe zu unterstützen.

Informationen zur MINTiFF-Initiative stellt die Seite www.mintiff.de zur Verfügung. Das Konferenzprogramm und die Videoaufzeichnungen der Beiträge sind unter www.mintiff-konferenz.de zu finden.

Zur Sozialisations- und Bildungswirksamkeit von TV-Spielfilmen und -Serien



MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Fernsehformaten – Einführung und ausgewählte Ergebnisse einer Programmanalyse

Prof. Dr. Marion Esch

Trotz zahlreicher arbeitsmarkt-, bildungs- und gleichstellungspolitischer Interventionsmaßnahmen ist es bisher nur unzureichend gelungen, die geschlechtstypische Berufswahl und die (weibliche) Distanz gegenüber technischen Berufen in Wirtschaft und Wissenschaft breitenwirksam aufzubrechen.

Vielfältige Gründe für die Zurückhaltung junger Frauen gegenüber naturwissenschaftlich-technischen Berufen

Die Gründe für die Zurückhaltung junger Frauen gegenüber naturwissenschaftlich-technischen Berufen in Deutschland sind vielfältig.

Wichtige Zugangsbarrieren sind

- geringes Vertrauen in die eigenen naturwissenschaftlich-technischen Kompetenzen,
- mangelnde Unterstützung durch Elternhaus, Umfeld und Schule,
- Mängel in der naturwissenschaftlich-mathematischen Unterrichtsdidaktik,
- das Fehlen einer geregelten Technikbildung an Schulen,
- ein unzureichendes Angebot an berufsorientierenden Maßnahmen,
- ein wenig ansprechendes „männliches“ Berufsimago und fehlende weibliche Rollenbilder,
- die gegenwärtigen Studienbedingungen und die für Frauen nach wie vor bestehenden Benachteiligungen im Beruf.¹

Geschlechtstypische Berufspräferenzen: Ausdruck einer kulturspezifischen Geschlechtsrollen- und Techniksozialisation

International vergleichende Studien wie der Rose-Survey (Sjøberg & Schreiner 2005) machen in diesem Zusammenhang deutlich, dass geschlechtstypische Berufspräferenzen und die weibliche Technikdistanz in europäischen Industrienationen, Japan und Russland besonders ausgeprägt sind. In Ländern wie China und Indien sind junge Frauen an Technikberufen in hohem Maße interessiert und Unterschiede zwischen den Geschlechtern weitaus weniger ausgeprägt. Nach den Ergebnissen des Rose-Survey (Sjøberg & Schreiner 2005) erweisen sich indische, chinesische und afrikanische Frauen im Durchschnitt auch als interessierter an technischen Berufen als der durchschnittliche westeuropäische Mann. Studien belegen darüber hinaus, dass die weibliche Technikdistanz erst mit zunehmendem Alter erwächst und sich geschlechtstypische Berufspräferenzen insbesondere mit Eintritt in die Adoleszenz intensiv ausprägen. Damit wird deutlich, dass geschlechtstypische Berufspräferenzen kein „Naturgesetz“ sind, sondern in hohem Maße Resultat und Ausdruck einer kulturspezifischen Geschlechtsrollen- und Techniksozialisation.

Soziales Lernen anhand von Modellen: Weibliche Rollenvorbilder in MINT-Berufen fehlen

Nach der sozial kognitiven Theorie Banduras (2004) vollzieht sich soziales Lernen als Lernen anhand von realen und medialen Modellen. Bem hat mit ihrer Gender-Schema-Theorie nachgewiesen, dass Kinder die Welt von Anbeginn durch die „Gender-Linse“ beobachten (Bem 1983, Steinke 2005) und auf diese Weise Geschlechterrollen erlernen.

Angesichts der vertikalen und horizontalen Geschlechtersegregation am Arbeitsmarkt sind Mädchen in Deutschland in ihrem Umfeld mehrheitlich mit weiblichen Rollenmodellen konfrontiert, die in geschlechtstypischen Berufen tätig, in Führungspositionen kaum zu finden sind (Krais 2006) und mehrheitlich nach wie vor die Haupt-

¹ vgl. Esch 2008; Haffner et al. 2006; Heine et al 2006; Kerst 2007; Ih-sen 2010; Renn 2009; Bauer 2009; Krais (2006); Solga & Pfahl (2009);

verantwortung für die Familie übernehmen und ihre Erwerbsbiographien darauf einstellen (Max-Planck-Gesellschaft 2010; Statistisches Bundesamt 2010). Weiblichen Rollenmodellen in MINT-Berufen begegnen Kinder und Jugendliche in ihrem Umfeld mehrheitlich nicht oder sehr selten. Und wie sieht die Situation in den Medien aus?

Weibliche MINT-Berufsrollenvorbilder auch in den Medien kaum zu finden

Die Repräsentanz und der Wandel von Berufsrollen und von MINT-Berufen in fiktionalen Fernsehformaten sind bisher nur sehr selten analysiert worden, auch wenn in jüngster Zeit ein wachsendes Interesse an Fragen der Berufswelt in Spielfilmen und Serien zu verzeichnen ist (Dostal & Troll 2005; Gehrau 2011; Kirby 2011; Mangold 2006; Keuneke, Graß & Ritz-Timme 2010).

Mehr Aufmerksamkeit haben im In- und Ausland Geschlechterrollen im fiktionalen Fernsehprogramm gefunden. Geschlechterstudien, die zur Analyse der Stabilität und des Wandels von Geschlechterrollen auch der Frage nachgehen, ob Frauen Berufe ausüben, welche Stellung sie innehaben und welche familiären Rollen sie einnehmen. Übereinstimmend diagnostizieren diese Studien mehr Vielfalt der Geschlechterrollen und einen deutlichen Trend zu „coolen Powerfrauen“, die selbstverständlich berufstätig sind (vgl. Sichtermann 2009, Becker & Becker 1999; Haran et al. 2008, Kitzinger et al. 2007; Nisbet & Dudo 2011, Wolbers 2009, Klaus 2001/2005, Hannover & Birkenstock 2005, Flicker 2005, Esther 2000). Nach Erkenntnissen dieser Studien werden Frauen aber nach wie vor weniger über ihre Berufe definiert. Auch im Blick auf das britische Fernsehen konstatieren Kitzinger et al., dass Wissenschaftlerinnen primär auf ihre Passfähigkeit zu gängigen Weiblichkeitsstereotypen und -idealen reflektiert werden, männliche Wissenschaftler hingegen anhand traditioneller Wissenschaftsstereotypen (Kitzinger et al. 2007).

Welche Berufe im deutschen Fernsehen dargestellt und wie diese Berufe durch Frauen und Männer repräsentiert werden, analysiert eine im Jahr 2005 vom IAB veröffentlichte Studie, die u. a. 1999 und 2001 ausgestrahlte fiktionale Programme analysiert. Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass technische Berufe auch im Programm des deut-

schen Fernsehens nur einen Anteil von 1,7 % stellen und mehrheitlich durch Männer repräsentiert werden (vgl. Dostal, Troll 2005, 161). In den gerade bei jungen Frauen sehr beliebten Daily Soaps sind sie nur zu 0,7 % vertreten. Dienstleistungsberufe sind demgegenüber mit 91,6 % deutlich überrepräsentiert (vgl. Dostal, Troll 2005, 163). Frauen sind nach Dostal und Troll in Berufsrollen insgesamt unterrepräsentiert (vgl. Dostal, Troll 2005, 117). Berufe der Frauen sind am häufigsten in den Bereichen TV, Medien, Kultur und Geisteswissenschaften angesiedelt. Naturwissenschaft, Technik, Wissenschaft und Forschung sind insgesamt kaum vertreten und werden ganz überwiegend von Männern repräsentiert. Nicht nur das Berufswahlverhalten von Jugendlichen ist verengt, geschlechtstypisch strukturiert und von einer großen Distanz gegenüber technischen Berufen geprägt, sondern auch die Berufswelt in den fiktionalen Fernsehformaten.

Obwohl Medien neben Elternhaus und Schule zu den wichtigsten Sozialisationsagenten gehören, ist ihr Einfluss auf die Berufswahl und Studienwahl in Deutschland wenig erforscht worden. Nahezu unerforscht ist aber nicht nur der Stellenwert fiktionaler Medien im Berufsfindungsprozess Jugendlicher. Auch die Ursachen für die Diskrepanz zwischen der gesellschaftlichen Relevanz von MINT-Berufen und ihrer Repräsentanz in Spielfilmen und Serien haben kaum Forschungsaufmerksamkeit gefunden, sodass auch die Frage nach den Gestaltungsspielräumen für mehr MINT-Berufe in Spielfilmen und Serien weitgehend ungeklärt ist. Hier setzt die durch das BMBF und den Europäischen Sozialfond geförderte Initiative „MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Fernsehformaten“ (MINTiFF) an.

Ziel der MINTiFF-Initiative ist es,

- das Potenzial von Fernsehfilmen und -serien für die Popularisierung von MINT-Berufen zu erkunden
- die Wissensgrundlagen zum Einfluss der Medien und medialer Rollenvorbilder auf die Berufspräferenzen und die Studien- und Berufswahl zu verbessern
- Rahmenbedingungen und Gestaltungsspielräume für innovative Stoffentwicklungen und Frauenfiguren aus der MINT-Welt durch Pro-

grammanalysen und aus Sicht von Autoren/-innen, Produzenten/-innen und Sendern zu erforschen

- von Entwicklungsfortschritten anderer Länder in Theorie und Praxis von (MINT-) Entertainment-Education zu lernen
- Dialogmöglichkeiten für die MINT-Welt und Filmschaffende zu eröffnen
- Inspiration, Anreiz und fachwissenschaftliche MINT-Beratung für innovative Stoffentwicklungen zu bieten (durch Science-Events, Workshops, Ideenwettbewerbe).

Nachfolgend werden zunächst zentrale Ergebnisse der Studien vorgestellt

- zur Repräsentanz und Darstellung von (MINT-)Berufswelten und Geschlechterrollen in Spielfilmen und Serien in Deutschland
- zum Stellenwert von fiktionalen und nicht-fiktionalen Medien im jugendlichen Berufsfindungsprozess sowie von Einflussfaktoren auf die jugendliche Nähe und Distanz zu MINT-Berufen
- zu Gründen für die weitgehende symbolische Nicht-Existenz von Frauen in geschlechtstypischen MINT-Berufen und zu Gestaltungs-spielräumen und hilfreichen Maßnahmen für mehr MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Formaten aus Sicht von Filmschaffenden.

(MINT-)Berufe und Geschlechterrollen: Ausgewählte Analyse-ergebnisse zur Repräsentanz in Spielfilmen und Serien

Untersuchungsziele und -anlage

Die Studie „(MINT-)Berufe und Geschlechterrollen in Spielfilmen und Serien“ hat zum Ziel, die Repräsentanz und Darstellung von Berufs- und Geschlechterrollen im fiktionalen Fernsehprogramm in Deutschland zu erkunden. Im Untersuchungszeitraum vom 19.10.2009 bis 01.11.2009 wurde von 13.00 Uhr – 01.00 Uhr 12 Stunden täglich das fiktionale Programm der fünf großen deutschen Sender ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT1 und ProSieben analysiert. Zusammen erreichen diese fünf großen Sender einen Marktanteil von rund 80 % (vgl. ALM 2010). Insgesamt wurde ein Programmumfang von 50.400 Programmminuten (pro Sender 10.080 Programmminuten) ausgewertet.

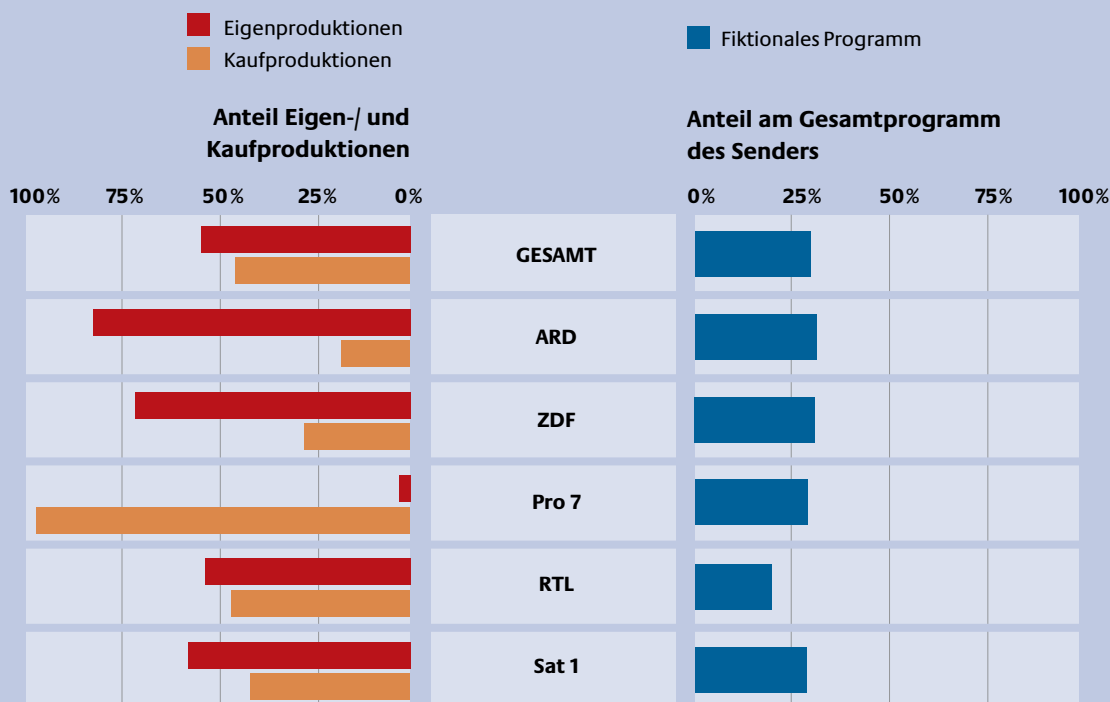
Dargestellt werden hier die Teilergebnisse zur Frage, ob sich im Vergleich zu der erwähnten Vorläuferuntersuchung des IAB die Repräsentanz von MINT-Berufen und von Frauen in geschlechtstypischen MINT-Berufen erhöht hat. Darüber hinaus wird vorgestellt, welchen dramaturgischen Stellenwert Berufe in verschiedenen Genres haben und wie Männer und Frauen in diesen Genres repräsentiert sind.

Fiktionale Programmprofile der Sender

Programmumfang und Produktionsarten: Hoher Programmanteil und Dominanz von Eigenproduktionen bei öffentlich-rechtlichen Sendern

In einer senderübergreifenden Perspektive stellen fiktionale Programme im Untersuchungszeitraum einen Anteil von 30,9 % am untersuchten Gesamtprogramm. Den größten Anteil weist die ARD mit 32,1 % auf, gefolgt vom ZDF mit 32 %. Die privaten Sender ProSieben und SAT1 folgen mit einem Anteil von 29,9 % bzw. 29,5 %. Den niedrigsten Anteil weist RTL mit 20 % auf. Von allen fiktionalen Programmen

Abb. 1: Fiktionales Programm: Anteil am Programm und Anteil an Eigen- und Kauf-/Produktionen



nehmen Eigenproduktionen und Koproduktionen einen Anteil von 54,2 % und Kaufproduktionen einen Anteil von 45,8 % ein. Hier zeigen sich allerdings gravierende Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern. Bei der ARD sind 81,9 % der ausgestrahlten Programme Eigen- und Koproduktionen, beim ZDF sind es 71,5 %. Bei Pro-Sieben hingegen nehmen Eigenproduktionen nur einen Anteil von 2,8 % ein, den ganz überwiegenden Anteil von 97,2 % bilden hier Kaufproduktionen. Bei SAT1 und RTL bilden die Eigenproduktionen mit 58 % bzw. 53,1 % den mehrheitlichen Anteil, aber auf deutlich niedrigerem Niveau als bei den öffentlich-rechtlichen Sendern.

Berufswelt und Geschlechterrollen im fiktionalen Programm

Dramaturgisches Gewicht von Männern und Frauen: Frauen nach wie vor unterrepräsentiert

Insgesamt sind 2.515 Figuren im Untersuchungszeitraum identifiziert und als Hauptfiguren (1.022) oder

Nebenfiguren (1.493) kategorisiert worden. Von allen Figuren sind 1.467 Männer und 1.048 Frauen. Auch wenn „coole Powerfrauen“ auf dem Bildschirm durchaus im Trend liegen, zeigt sich, dass Frauen im fiktionalen Gesamtprogramm in den dramaturgischen Hauptrollen und Nebenrollen weiterhin unterrepräsentiert sind. Von allen Hauptfiguren sind 58,1 % Männer und 41,9 % Frauen. Von allen Nebenfiguren sind 58,5 % Männer und 41,5 % Frauen. Von allen Frauen sind mehr in Nebenrollen als in Hauptrollen zu finden (59,2 % in Nebenrollen, 40,8 % in Hauptrollen).

Hohe Repräsentanz und dramaturgisches Gewicht von Berufen im fiktionalen Programm

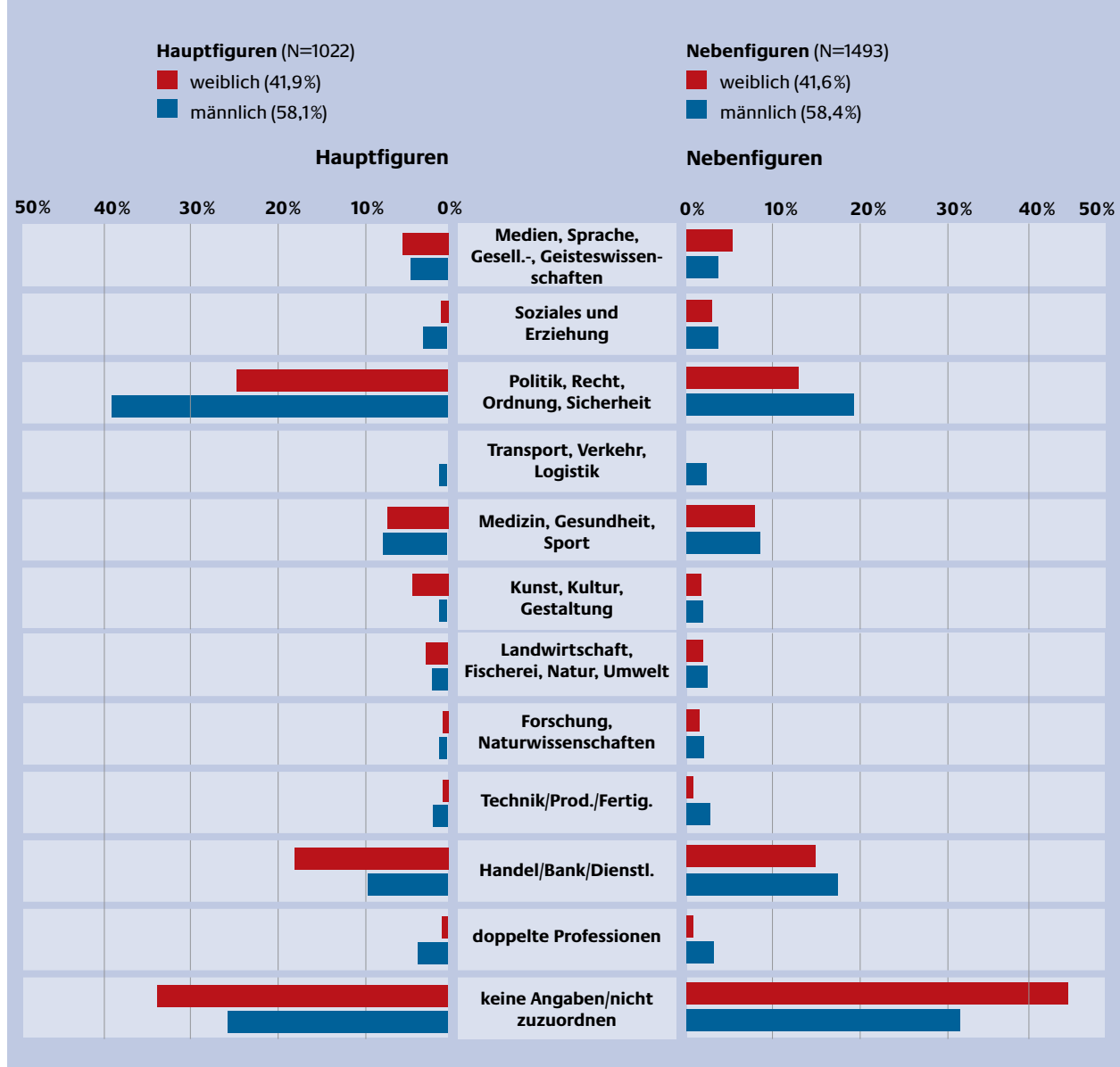
Ein erster deutlicher Hinweis auf den hohen beruflichen Orientierungsgehalt fiktionaler Fernsehformate zeigt sich in dem Befund, dass bei der überwiegenden Mehrheit der Hauptfiguren von 70 % sowie bei 63 % der Nebenfiguren die Berufsbezeichnung entweder explizit genannt wird oder eindeutig erkennbar ist, selbst wenn sie nicht genannt wird.

Bei 35,5 % der Hauptfiguren und 27,1 % der Nebenfiguren wird sie genannt, bei 34,5 % der Hauptfiguren und 36 % der Nebenfiguren ist der Beruf eindeutig erkennbar, auch wenn die Bezeichnung nicht explizit genannt wird. Keine Angaben zum Beruf werden demgegenüber bei nur 29,9 % der Hauptfiguren und 36,9 % der Nebenfiguren gemacht.

Frauen in Berufsrollen weniger repräsentiert

In Übereinstimmung mit der Vorläuferuntersuchung des IAB zeigt sich auch hier, dass Frauen in Berufsrollen insgesamt zu deutlich geringeren Anteilen repräsentiert sind als Männer. Männer sind in der Gruppe der Haupt- und Nebenfiguren, deren Beruf genannt wird oder eindeutig erkennbar ist, jeweils mehrheitlich vertreten. 60,1 % bzw. 61,2 % der Hauptfiguren und 67,7 % bzw. 61,5 % der Nebenfiguren, deren Beruf genannt wird oder eindeutig erkennbar ist, sind Männer.

Abb. 2: Berufsfelder im fiktionalen Bereich nach Geschlecht



Häufigste Berufsfelder von Frauen: „Recht und Ordnung“, „Wirtschaft, Handel, Banken, Dienstleistungen“ und „Medizin, Gesundheit und Sport“

Von allen Frauen in Hauptrollen ist die Gruppe derer, denen gar kein Beruf zugeordnet werden kann, mit 33,2 % der Hauptrollen und 47,4 % der Nebenrollen am größten, gefolgt vom Berufsfeld „Politik, Verwaltung, Recht und Ordnung“ mit 25 % der Hauptrollen und 17,1 % der Nebenrollen. Es folgen Berufe in „Wirtschaft, Handel, Bank und Dienstleistungen“ mit 17,3 % der Hauptrollen und 15,5 % der Nebenrollen, „medizinische Berufe“ mit 7,5 % der Hauptrollen und 8,5 % der Nebenrollen. Berufe in „Medien, Geistes- und Gesellschaftswissenschaften, Sprache“ sowie in „Kunst, Kultur, Gestaltung“ sind mit je 5,4 % der Hauptfiguren und 5,6 % bzw. 1,6 % der Nebenfiguren vertreten. Nehmen in der Gruppe der weiblichen Hauptfiguren Landwirtschaft, Fischerei und Umwelt noch ein Anteil von 3 % ein, sind Transport, Logistik und Verkehr überhaupt nicht vertreten. „Forschung und Naturwissenschaft“ finden sich zu 0,7 %, „Technik und Produktion“ zu 0,5 %. Ein vergleichbar niedriges Niveau nimmt mit 0,9 % bei den Hauptrollen nur der Bereich „Soziales und Erziehung“ ein. In den Nebenrollen sind der Bereich „Soziales und Erziehung, mit 2,3 % vertreten. „Landwirtschaft, Fischerei, Umwelt“, „Kunst, Kultur und Gestaltung“ sowie „Forschung und Naturwissenschaft“ sind mit je 1,6 %, „Technik und Produktion“ mit 1 %, „Transport, Logistik und Verkehr“ mit 0,2 % vertreten.

Häufigste Berufsfelder von Männern: „Recht und Ordnung“ dominieren

In der Gruppe der männlichen Haupt- und Nebenfiguren ist der Anteil derer, denen kein Beruf zugeordnet werden kann, mit 25,3 % bzw. 32,8 % deutlich geringer als in der Gruppe der weiblichen Haupt- und Nebenfiguren. Den mit Abstand größten Anteil stellen mit 38 % die männlichen Hauptfiguren, die dem Berufsfeld „Politik, Verwaltung, Recht und Ordnung“ zuzuordnen sind, mit 9,6 % gefolgt von Berufen in „Wirtschaft, Handel, Bank und Dienstleistungen“. 7,7 % sind dem Berufsfeld „Medizin, Gesundheit und Pflege, Wellness und Sport“, 4,5 % dem Berufsfeld „Medien, Gesellschafts-, Geisteswissenschaften und Sprache“, 2,7 % „Soziales und Erziehung“ zuzuordnen. „Technik, Architektur,

Vermessung, Produktion und Fertigung“ sind auch bei den männlichen Hauptfiguren nur mit 1,7 %, „Transport, Verkehr und Logistik“ mit 1,3 % vertreten. „Forschung und Naturwissenschaft“ bilden das Schlusslicht mit nur 1 %. Von allen männlichen Nebenfiguren sind 19,5 % im Berufsfeld „Politik und Verwaltung, Recht und Ordnung“ vertreten. 17,9 % sind in „Wirtschaft, Handel, Bank, Dienstleistungen“ zu finden, 8,7 % in „Medizin, Gesundheit und Pflege, Wellness und Sport“, 4,5 % in „Medien, Gesellschafts-, Geisteswissenschaften und Sprache“, 3,1 % in „Soziales und Erziehung“. Landwirtschaft, Fischerei und Umwelt tauchen noch mit 2,3 % auf. Die MINT-Berufe bilden auch bei den Nebenfiguren das Schlusslicht, aber auf einem etwas höheren Niveau als bei den Hauptrollen. „Technik, Architektur, Vermessung, Produktion/Fertigung“, „Forschung und Naturwissenschaft“ sind mit 1,7 % bzw. 1,6 % vertreten. „Transport, Verkehr und Logistik“ bilden bei den Nebenfiguren das Schlusslicht mit nur 1 %.

MINT-Berufe nach wie vor kaum vertreten und primär von Männern repräsentiert

Männer sind in Haupt- und Nebenrollen in MINT-Berufen und in „Technik, Architektur, Vermessung, Produktion und Fertigung“ zwar zu höheren Anteilen vertreten als Frauen, aber auch in der Gruppe der männlichen Haupt- und Nebenfiguren ist der Anteil sehr gering und geringer als der von Männern in traditionell weiblichen Berufsdomänen, wie z.B. „Medien, Gesellschafts-, Geisteswissenschaften, Sprache“ oder „Soziales und Erziehung“. Zwar dominieren Männer in fast allen Berufsgruppen der Haupt- und Nebenfiguren, in den MINT-Berufen ist die männliche Dominanz jedoch besonders ausgeprägt. In der Naturwissenschaft und Forschung liegt der Anteil bei den Hauptfiguren bei 66,5 %, in der Technik, Architektur, Vermessung, Produktion/Fertigung bei 83,3 %. In „Transport, Logistik und Verkehr“ liegt er bei 100 %. Die Mehrheit bilden Frauen in den Hauptrollen nur in den Berufsgruppen „Kunst, Kultur und Gestaltung“ mit 71,5 % sowie in „Wirtschaft, Handel, Bank, Dienstleistungen“ mit 52,2 %. Auch bei den Nebenrollen dominieren Männer alle Berufsfelder, abgesehen von Medienberufen, bei denen Frauen mit 54 % die Mehrheit bilden. Besonders ausgeprägt ist auch hier die Dominanz in den MINT-Berufen auf einem Niveau von 84,2 % und 93,3 % in Technik, Architektur, Vermessung, Produktion, Fertigung und in Transport, Logistik und Verkehr.

Dramaturgischer Stellenwert von Berufen

Hoher berufsbezogener Bildungsgehalt von fiktionalen Programmen

Um den berufsbezogenen Informationsgehalt und das berufsbezogene Bildungspotenzial von fiktionalen Programmen abzuschätzen, wurde nicht nur analysiert, ob Berufe der Haupt- und Nebenfiguren nicht nur genannt oder erkennbar sind, sondern welchen dramaturgischen Stellenwert diese Berufe haben. Die Ergebnisse zeigen, dass Berufe der Haupt- und Nebenfiguren nicht nur nebenbei erwähnt oder gezeigt werden: Für 47,3 % der Hauptfiguren und 35 % der Nebenfiguren steht die Ausübung im Zentrum der Handlung und für weitere 2,3 % der Hauptfiguren und 1,5 % der Nebenfiguren die Ausübung einer professionellen Tätigkeit. Nur für 27,9 % der Hauptfiguren und 42,7 % der Nebenfiguren spielt der Beruf für die Haupthandlung keine Rolle. 22,6 % der Hauptfiguren und 20,8 % der Nebenfiguren ist überhaupt kein Beruf zuzuordnen.

Frauen häufiger in Rollen repräsentiert, bei denen der Beruf nicht im Zentrum der Handlung steht

In der Gruppe der Hauptfiguren, deren Haupthandlung in der Ausübung eines Berufs oder einer professionellen Tätigkeit besteht, bilden Männer die deutliche Mehrheit von 66,3 % bzw. 60,9 %. Frauen liegen in etwa gleichauf mit Männern in der Gruppe, bei der der Beruf für die Haupthandlung keine Rolle spielt, und sie haben einen höheren Anteil in der Gruppe, denen kein Beruf zuzuordnen ist. Von allen weiblichen Hauptfiguren steht die Ausübung eines Berufs für 38,1 % im Zentrum der Handlung, und für 2,1 % der Hauptfiguren und 1,1 % der Nebenfiguren die Ausübung einer professionellen Tätigkeit. In der Gruppe aller männlichen Hauptfiguren ist mit 56,3 % der Anteil derer, für die die Ausübung eines Berufs (53,9 %) oder einer professionellen Tätigkeit (2,4 %) im Zentrum der Haupthandlung steht, deutlich größer als bei den weiblichen Hauptfiguren. Vergleichbares gilt auch für die männlichen Nebenfiguren. Für 38,8 % der Nebenfiguren steht die Ausübung eines Berufs und für weitere 1,8 % die Ausübung einer professionellen Tätigkeit im Zentrum der Handlung. Keine Rolle spielt die Berufszugehörigkeit für 33,2 % der weiblichen Hauptfiguren und 46,5 % der weiblichen Nebenfiguren. Demgegenüber spielt der Beruf für die Haupthandlung nur für 24,1 % der männlichen Hauptfiguren und 40 % der männlichen Nebenfiguren keine Rolle für die Haupthandlung.

Abb. 3: Dramaturgischer Stellenwert des Berufs der Haupt- und Nebenfiguren nach Geschlecht

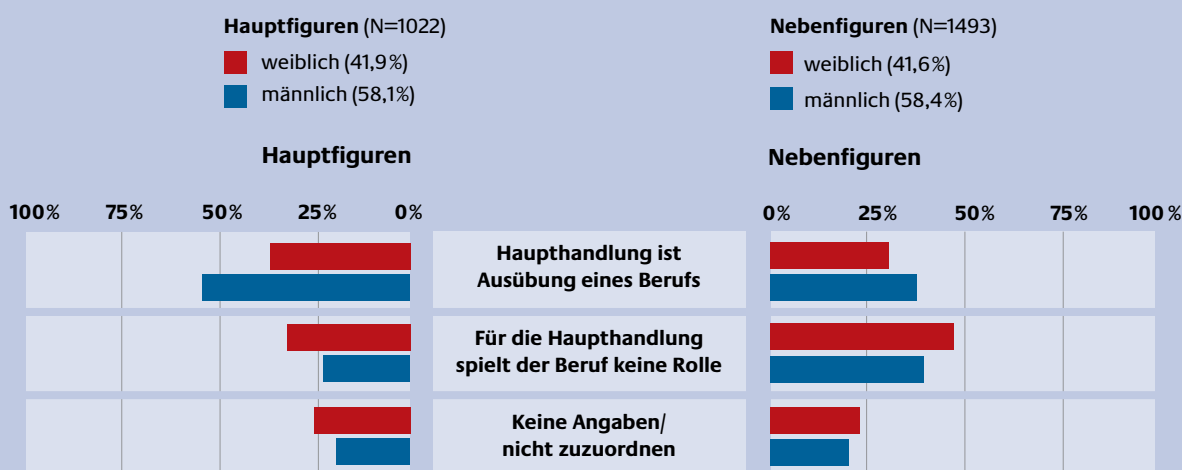
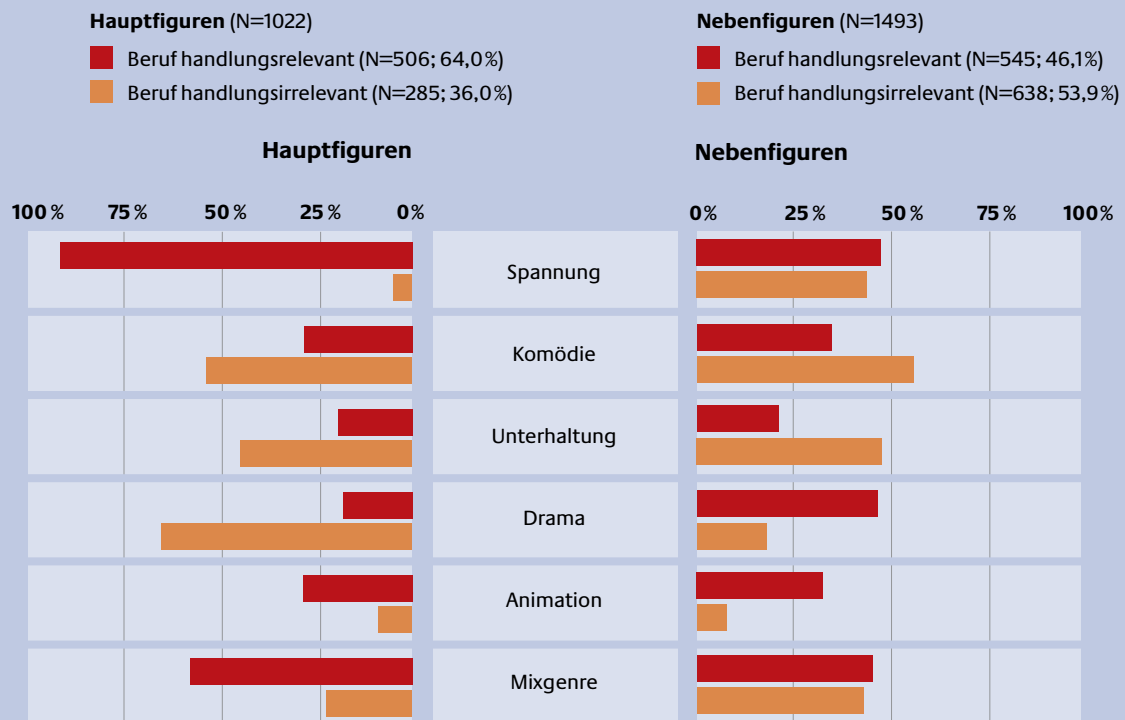


Abb. 4: Dramaturgischer Stellenwert von Berufen der Haupt- und Nebenfiguren nach Genres

Der dramaturgische Stellenwert des Berufs variiert erheblich in Abhängigkeit von Genres: Berufe stehen vor allem in Spannungs- und Mixgenres im Zentrum

Der dramaturgische Stellenwert des Berufs variiert erheblich in Abhängigkeit von Genres². Für die ganz überwiegende Mehrheit von 91,1% der Hauptfiguren im Spannungsgenre ist der Beruf handlungsrelevant. Auch in den Mixgenres, die in hohem Maße Spannungsanteile aufweisen, bildet die Gruppe der Hauptfiguren, für die der Beruf handlungsrelevant ist, mit über 60% die Mehrheit. Anteile von über 25% haben diese Gruppen noch im Komödien- und im Animationsgenre. Die geringsten Anteile haben

sie mit 20,5% in der Unterhaltung und mit 18,2% im Drama. Im Drama, in der Unterhaltung, aber auch in der Komödie weisen die Hauptfiguren deutlich größere Anteile auf, die zwar einen Beruf haben, der aber für die Erzählung handlungsirrelevant ist. Bei den Nebenfiguren, für die innerhalb des erzählten Geschehens weniger Erzählzeit vorhanden ist, ist im Spannungs- und Mixgenre der Anteil von Figuren, für die der Beruf handlungsrelevant ist, sehr viel geringer als bei den Hauptfiguren. Er liegt bei unter 46,7% bzw. 43,3%, aber immer über dem Anteil derer, für die der Beruf nicht relevant ist. In Komödie und Unterhaltung überwiegen demgegenüber die Nebenfiguren, für die der Beruf nicht handlungsrelevant ist. Deren Anteil ist im Animationsgenre mit 7% am geringsten. Der Anteil der Nebenfiguren, deren Beruf handlungsrelevant ist, ist hier mit 30,4% in etwa so groß wie bei den Hauptfiguren. Vor allem im Drama, aber auch in Komödie und Animation ist der Anteil von Figuren, für die der Beruf Handlungsrelevanz besitzt, sogar höher als bei den Hauptfiguren.

² Zur Analyse der Genres wurden die Genrekategorien der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) eingesetzt, die auch in der täglichen Programm- und Reichweitenforschung Verwendung finden und es damit erlauben, die Ergebnisse in weiteren Analyseschritten auf die Ergebnisse der täglichen Reichweitenforschung zu beziehen.

Frauen vor allem in Genres vertreten, in denen der Beruf keine Rolle für die Haupthandlung spielt

Betrachtet man in einem weiteren Schritt, welche Anteile die Geschlechtergruppen an den verschiedenen Genres haben, zeigt sich, dass Frauen vor allem in Genres, in denen der Beruf keine Rolle für die Haupthandlung spielt, mit hohen Anteilen vertreten sind.

Dass Frauen insgesamt in Haupt- und Nebenrollen unterrepräsentiert sind, setzt sich beim Frauenanteil an Hauptfiguren in den meisten Genres fort.

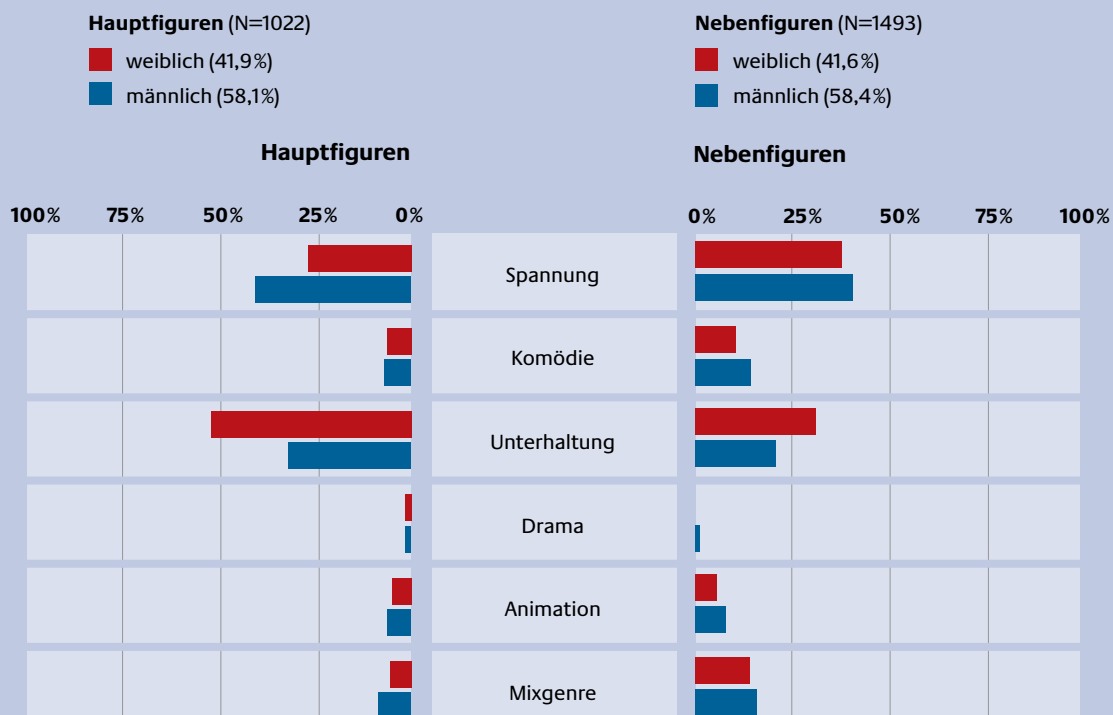
Männer bilden die Mehrheit der Hauptfiguren in den Genres Komödie (59,5%), Animation (65,2%) und Drama (54,5%). Vor allem aber im Spannungsgenre dominieren sie mit 67%, im Mixgenre mit 70%. Ausschließlich im Unterhaltungsgenre bilden Frauen die Mehrheit der Hauptfiguren mit 53,2%. Männer bilden auch in Nebenrollen die Mehrheit. In den Genres Komödie mit 65,4%, in der Animation

mit 64,3%, im Mixgenre mit 61,6%, im Drama mit 90,5% und im Spannungsgenre mit 60%. Auch bei den Nebenfiguren bilden Frauen mit 52% ausschließlich im Unterhaltungsgenre die Mehrheit.

Noch deutlicher werden diese Unterschiede, wenn man in den Blick nimmt, wie sich alle weiblichen Hauptfiguren und Nebenfiguren auf die Genres verteilen: Von allen weiblichen Hauptfiguren sind 52,1% der Frauen im Unterhaltungsgenre zu finden, 27,8% im Spannungsgenre, 7,9% in Komödien, 5,6% in der Animation, 5,4% in Mixgenres und 1,2% im Drama. Von allen männlichen Hauptfiguren sind hingegen 39,3% im Unterhaltungsgenre, 30,3% im Spannungsgenre, 11% im Mixgenre, 9,6% in der Komödie, 8,4% in der Animation und 1,2% im Drama vertreten.

Bei den Nebenfiguren verschiebt sich im Vergleich zu den Hauptfiguren die Bedeutung der Genres. Von allen weiblichen Nebenfiguren sind 31,3% der Frauen im Unterhaltungsgenre zu finden, 37,9% im Spannungsgenre, 10,5% in Komödien, 7,7% in der Animation, 14,7% in Mixgenres und 0,2% im

Abb. 5: Haupt- und Nebenfiguren nach Genre und Geschlecht



Drama. Von allen männlichen Nebenfiguren sind hingegen 20,5% im Unterhaltungsgenre, 40,3% im Spannungsgenre, 15,5% im Mixgenre, 8,2% in der Komödie, 8,5% in der Animation und 1,1% im Drama vertreten.

Die Ergebnisse unterstreichen den hohen beruflichen Orientierungsgehalt und den hohen dramaturgischen Stellenwert von Berufen in fiktionalen Fernsehformaten, der jedoch in Abhängigkeit vom Genre erheblich variiert. Genres und die jeweiligen Senderprofile strukturieren nicht nur den dramaturgischen Stellenwert von Berufen vor und damit den Spielraum, Einblicke in die jeweilige Berufswelt zu geben. Sie spezifizieren auch, welche Berufe ins Zentrum der Erzählung und des (jugendlichen) Publikums rücken. Der hohe Anteil von Ordnungs- und Sicherheitsberufen ist unmittelbares Resultat der ausgeprägten Präferenz für das Spannungsgenre und die zahlreichen Krimi- und Justizserien. Der hohe Anteil von Berufen aus dem Feld „Wirtschaft, Handel, Bank und Dienstleistungen“ korrespondiert mit dem hohen Anteil an Daily Soaps und Telenovelas, in denen in hohem Maße Hotel-, Gaststättenbetreiber/-innen und Kleinunternehmer/-innen in Szene gesetzt werden, um Orte der Begegnung zu schaffen. Die hohe Zahl von medizinischen Berufen ist das Resultat von zahlreichen Arzt- und Krankenhausserien und des hohen Anteils, den medizinisches Personal auch z. B. in den Daily Soaps einnimmt. MINT-Berufe waren im Untersuchungszeitraum in fast allen Genres vertreten. Die geringe Fallzahl von Haupt- und Nebenfiguren in MINT-Berufen im hier analysierten Untersuchungszeitraum lässt entsprechend keine generalisierbaren Ergebnisse zur Frage zu, ob MINT-Berufe bevorzugt in speziellen Genres erzählt werden (können).

Fazit: Weibliche Rollenvorbilder in MINT-Berufen nach wie vor Mangelware – traditionelle Geschlechterrollen wirken fort

Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Repräsentanz von MINT-Berufen im Vergleich zur Vorläuferuntersuchung des IAB, die das fiktionale Programm in den Jahren 1999 und 2001 untersucht hat, kaum erhöht hat. In Übereinstimmung mit den Ergebnissen der Vorläuferuntersuchung zeigen die Ergebnisse aber auch, dass Frauen nach wie vor in Berufsrollen insgesamt unterrepräsentiert sind. Anders als

in der Vorläuferuntersuchung sind Frauen heute zwar nicht mehr überwiegend in den klassischen Frauenberufen wie „Kunst, Kultur und Gestaltung“ und in „Medien-, Geistes- und Gesellschaftswissenschaften“ zu finden. Vielmehr dominiert bei den männlichen und weiblichen Hauptfiguren das Berufsfeld „Politik, Recht, Ordnung und Sicherheit“, gefolgt vom Berufsfeld „Wirtschaft, Handel, Bank und Dienstleistungen“. Ein Trend zu mehr MINT-Berufen und zu mehr Frauen in MINT-Berufen ist jedoch nicht zu erkennen. MINT-Berufe sind nach wie vor kaum vertreten und mehrheitlich durch Männer repräsentiert.

Nicht nur das traditionelle Bild von MINT-Berufen als Männerdomäne, sondern auch traditionelle Vorstellungen der Geschlechterrollen wirken fort: Frauen sind zwar auch selbstverständlich berufstätig – auch in Berufsfeldern, die ehemals ausschließlich Männern vorbehalten waren. Gleichwohl werden sie aber nach wie vor weniger über Berufsrollen definiert: Frauen sind in dramaturgischen und in beruflichen Rollen unterrepräsentiert, treten in Rollen auf, in denen der Beruf nicht im Zentrum der Handlung steht. Für 56% der männlichen Hauptfiguren, aber nur für 40% der weiblichen Hauptfiguren steht der Beruf im Zentrum der Handlung. Zudem sind Frauen in jenen Genres zu hohen Anteilen vertreten, in denen nicht die Ausübung eines Berufs, sondern Beziehungen, die Liebe, die Familie und das private Lebensglück im Zentrum stehen. Der Anteil der weiblichen Hauptfiguren im Unterhaltungsgenre liegt bei 51%, im Spannungsgenre aber nur bei 27%.

An weiblichen Rollenvorbildern in MINT-Berufen fehlt es jungen Frauen also nach wie vor nicht nur in ihrem persönlichen Umfeld, sondern auch in den fiktionalen Medien. Auch in den fiktionalen Medien begegnen Jugendliche einer geschlechtstypisch strukturierten Berufswirklichkeit, in der MINT-Berufe kaum vertreten sind. Welchen Stellenwert fiktionale Rollenmodelle im Berufsfindungsprozess Jugendlicher einnehmen und welche Faktoren ausschlaggebend für die weibliche Technikdistanz sind, zeigen die nachfolgend dargestellten Teilergebnisse einer bundesweiten Befragung von Jugendlichen.

Fiktionale Fernsehprogramme im Berufsfindungsprozess – Ausgewählte Ergebnisse einer bundesweiten Befragung von Jugendlichen

Prof. Dr. Marion Esch, Jennifer Grosche

Untersuchungsziele und -stichprobe

Die explorative Studie „Berufsorientierung in Unterhaltungsformaten“, die das Potenzial von Spielfilmen und Serien für die MINT-Wissenschaftskommunikation und Nachwuchswerbung aus Sicht der Jugendlichen erkundet, analysiert auf breiter empirischer Basis nicht nur das berufs- und studienbezogene Informationsverhalten sowie den Stellenwert und das Gewicht von Elternhaus, sozialem Umfeld, Schule, Medien und der institutionalisierten Berufsberatung im Berufsfindungsprozess Jugendlicher, sondern analysiert auch die beruflichen Orientierungen und die Nähe und Distanz der Jugendlichen zu MINT-Berufen. Im Rahmen der Befragungen werden dazu berufliche Ziele und Auswahlgesichtspunkte bei der Studien- und Berufswahl, Selbstwirksamkeitsüberzeugungen, zielbezogene Outcomeerwartungen, wahrgenommene Chancen und Risiken sowie wahrgenommene kollektive Wirksamkeitsannahmen im Hinblick auf Ingenieursstudiengänge und -berufe erkundet. Diese Aspekte sind nach der sozial-kognitiven Theorie Banduras ausschlaggebend dafür, ob sich junge Menschen diesen Studiengängen und Berufen zuwenden.

Im Unterricht befragt wurden insgesamt 2.457 Schüler/-innen (1.249 Mädchen und 1.208 Jungen) verschiedener Bildungszweige aus verschiedenen Bundesländern, die ein bis zwei Jahre vor dem Schulabschluss stehen. Gymnasiasten/-innen, die im Zentrum des Untersuchungsinteresses stehen, sind mit 1.155 der Befragten vertreten (641 Mädchen und 514 Jungen), Realschüler mit 917 (425 weibliche Jugendliche und 492 männliche Jugendliche). Hauptschüler/-innen sind in der Stichprobe mit 385 Untersuchungsteilnehmern/-innen vertreten (183 Mädchen und 202 Jungen).

Studienpräferenzen und studienbezogenes Informationsverhalten

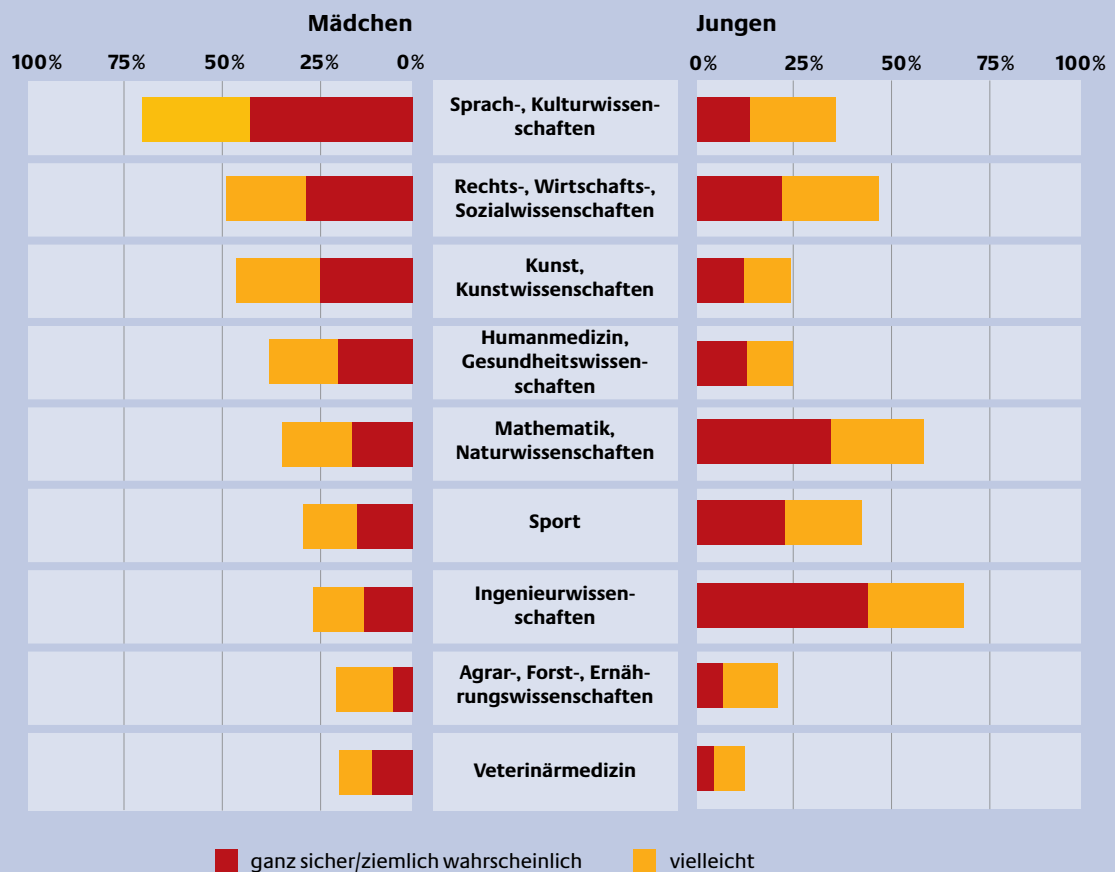
Studienfachpräferenzen: Geschlechtstypische Fächerpräferenzen bestimmen nach wie vor das Studieninteresse

Danach befragt, welche Studienrichtungen die männlichen und weiblichen Studierwilligen innerhalb der Stichprobe in Betracht ziehen, zeigen sich die altbekannten geschlechtstypischen Fächerpräferenzen. Die Spitzenreiter unter den jungen Frauen stellen die Sprach- und Kulturwissenschaften, mit deutlichem Abstand gefolgt von Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie Kunst- und Kunstwissenschaften. 38 % ziehen ein Studium der Sprach- und Kulturwissenschaften, 27 % ein Studium der Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften und 26 % ein Studium der Kunst und Kunstwissenschaften *ganz sicher* bzw. *ziemlich wahrscheinlich* in Betracht. Auch ein humanmedizinisches oder ein Sportstudium ziehen Frauen mit einem Anteil von rund 20 % bzw. 16 % *ganz sicher* oder *ziemlich wahrscheinlich* in Betracht. Während die Mehrheit von über 66 % der weiblichen Studierwilligen ein sprach- und kulturwissenschaftliches Studium *ganz sicher* oder *ziemlich wahrscheinlich* in Betracht zieht, zieht nur ein Anteil von 17 % ein naturwissenschaftliches, und ein Anteil von 14 % ein ingenieurwissenschaftliches Studium *ganz sicher* oder *ziemlich wahrscheinlich* in Betracht.

Für junge Männer bilden die Ingenieurwissenschaften demgegenüber die Spitzenreiter. 45 % der befragten studierwilligen jungen Männer ziehen das Studium *ganz sicher* oder *ziemlich wahrscheinlich* in Betracht, dicht gefolgt von den Naturwissenschaften mit einem Anteil von 35 %. Bemerkenswert hoch ist bei den Männern der Anteil an Studierwilligen im Bereich Sport. Rund 23 % ziehen ein Sportstudium *ganz sicher* oder *ziemlich wahrscheinlich* in Betracht, etwa genau so viele wie die, die ein Studium der Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (22 %) *ganz sicher* bzw.

Abb. 6: In Betracht gezogene Studienrichtungen N=1338

Angaben der Studierwilligen in %, differenziert nach Geschlecht; Mehrfachnennungen möglich



ziemlich wahrscheinlich in Betracht ziehen – deutlich mehr, als diejenigen, die ein Studium in den traditionellen weiblichen Studienfächern Sprach- und Kulturwissenschaften, Kunst- und Kunstwissenschaften oder ein humanmedizinisches Studium *ganz sicher* oder *ziemlich wahrscheinlich* in Betracht ziehen. Hier liegen die Anteile bei 13,6% bzw. 10,6% bzw. 12,5%.

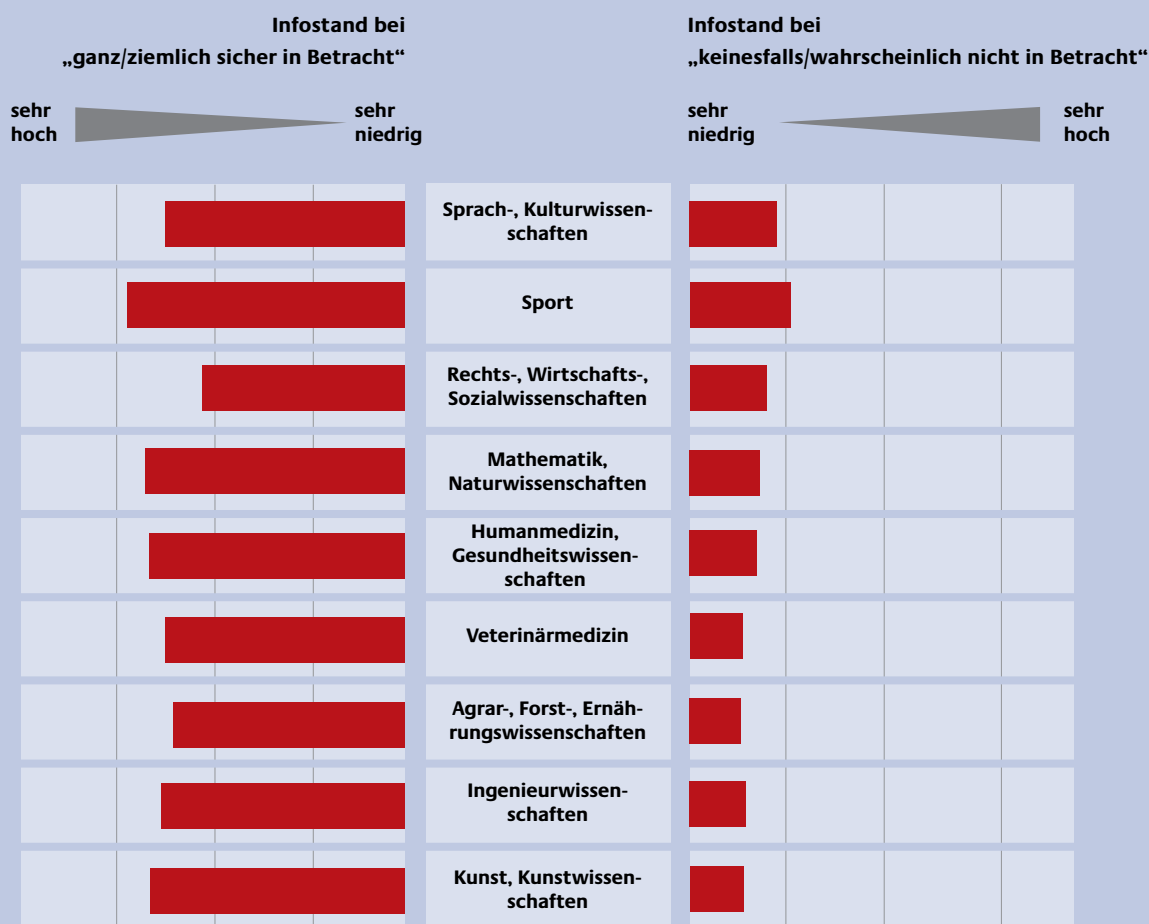
Ist ein Trend zu mehr Frauen in traditionell eher männlich dominierten Bereichen wie Wirtschafts-, Rechtswissenschaften und Medizin zu erkennen, zeigt sich umgekehrt kein Trend zu mehr Männern in Frauendomänen.

Studienbezogenes Informationsverhalten: Jugendliche fokussieren wenige interessant erscheinende Studienbereiche

Danach befragt, wie die Gymnasiasten/-innen ihren Informationsstand zu den verschiedenen Studienfächergruppen beurteilen, zeigt sich in Übereinstimmung mit anderen Untersuchungen deutlich, dass Jugendliche ihre Informationssuche auf wenige Studiengänge fokussieren und sich nur über diese in breiterem Umfang Informationen beschaffen. Unabhängig von der Fächergruppe zeigt sich, dass Jugendliche ihrer Selbsteinschätzung nach zu den Studiengängen, die sie *ganz sicher* und *ziemlich wahrscheinlich* in Betracht ziehen, über einen mittleren bis hohen Informationsstand verfügen. Am besten informiert fühlen sich hier die Befragten

Abb. 7: Zusammenhang Studienpräferenz und Informationsstand

Durchschnittliche Höhe des Informationsstandes nach Studienpräferenz



über das Fach Sport sowie über Kunst, Sprach- und Kulturwissenschaften. Zu Studiengängen, die kaum oder gar nicht in Betracht gezogen werden, verfügen die Jugendlichen demgegenüber über einen niedrigen bis sehr niedrigen Informationsstand.

So beruht die Entscheidung junger Frauen gegen technische Studiengänge und Berufe in der Regel nicht auf dem Wissen über die Berufswirklichkeit, sondern ist vielmehr Effekt eines wenig attraktiv erscheinenden Berufsimages und interessanterer sowie passfähiger erscheinender konkurrierender Berufe.

Dass junge Frauen technische Studiengänge und Berufe in ihrer überwiegenden Mehrzahl überhaupt nicht in Betracht ziehen, sondern sich von

Anbeginn den als interessanter und passfähiger empfundenen Studienfächern und Berufen zuwenden und ihre Informationssuche entsprechend fokussieren, wird auch durch die Ergebnisse von Bolz (Bolz 2004) zur Wahl von Ausbildungsberufen belegt. 80% der von ihr befragten Mädchen geben an, dass ein technisch-gewerblicher Beruf nicht infrage kommt. Bei Migrantinnen liegt dieser Anteil sogar bei 89,5%. Gleichzeitig geben die Frauen aber mehrheitlich an, keinerlei Vorstellungen von diesen Berufen zu haben (vgl. Bolz 2004, 45).

Images von Ingenieurstudiengängen und -berufen

Hohe Urteilsunsicherheiten – insbesondere bei jungen Frauen

Korrespondierend mit dem mehrheitlich insbesondere bei Frauen sehr geringen Informationsstand zu diesen Studiengängen zeigen sich hier erhebliche Urteilsunsicherheiten bei der Beurteilung von Ingenieurstudiengängen und -berufen. Die geringsten Urteilsunsicherheiten und größten Urteilsunterschiede zwischen Gymnasiasten und Gymnasiastinnen zeigen sich im Hinblick auf die Fragen, ob ein ingenieurwissenschaftliches Studium den eigenen Neigungen und Interessen und den eigenen Begabungen entspricht und ob die Eltern eine entsprechende Studienwahl begrüßen würden.

Junge Frauen sind nach wie vor desinteressiert am Ingenieurstudium – junge Männer zeigen sich hingegen zu hohen Anteilen sehr zugeneigt

Nur 8,1% der jungen Frauen, aber 37,4% der jungen Männer stimmen *eher* oder *voll und ganz* zu, dass das Studium den eigenen Neigungen und Interessen entspricht. Mit 6,4% stimmen noch weniger jun-

ge Frauen der Aussage *eher* bis *voll und ganz* zu, dass das Studium den eigenen Begabungen entspricht, während 33,5% der jungen Männer dem *voll und ganz* zustimmen. *Gar nicht* bzw. *kaum* stimmen hier 69% der jungen Frauen, aber nur 35,4% der jungen Männer zu.

Junge Frauen fühlen sich zu wenig begabt und unterstützt durch ihre Eltern – trotz ihres vorhandenen hohen MINT-Leistungsniveaus

Bemerkenswert sind diese Urteilsunterschiede junger Frauen und Männer im Hinblick auf ihre Begabungen vor allem angesichts der Tatsache, dass sich bei den hier Befragten kaum Unterschiede im naturwissenschaftlich-technisch-mathematischen Leistungsniveau (Fächernoten) zeigen. Der Anteil von Frauen mit sehr guten bis guten Noten in den naturwissenschaftlich-mathematisch-technischen Schulfächern ist bei den weiblichen und männlichen Befragten fast gleich groß. Damit bestätigt sich einmal mehr, dass Frauen ihren MINT-Begabungen weitaus weniger vertrauen als die jungen Männer und sich die Jugendlichen in der Selbsteinschätzung zu ihren Begabungen und Kompetenzen eher an normativen geschlechterrollentypischen Kompetenzerwartungen orientieren als am faktischen Leistungsniveau. Dies gilt offenbar nicht nur

Abb. 8: Image der Ingenieurwissenschaften

Angaben der Gymnasiasten/-innen in %, differenziert nach Geschlecht

■ stimme voll und ganz zu ■ stimme teils teils zu ■ stimme kaum/gar nicht zu ■ weiß nicht/keine Angabe

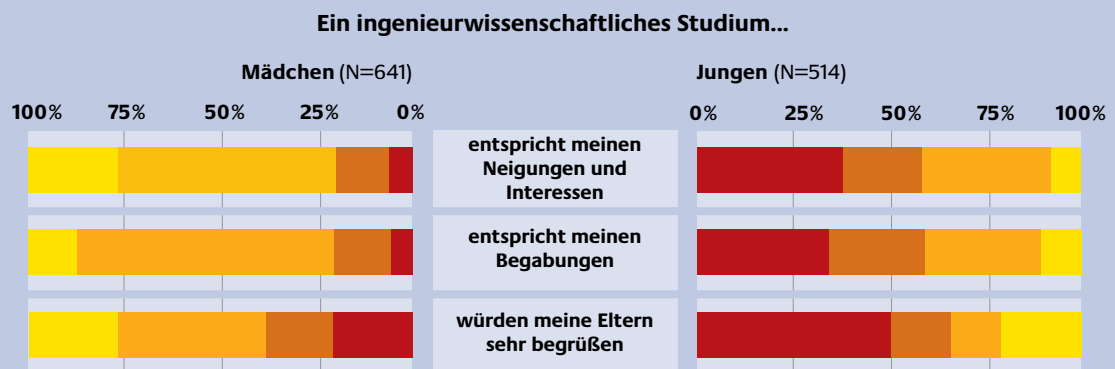
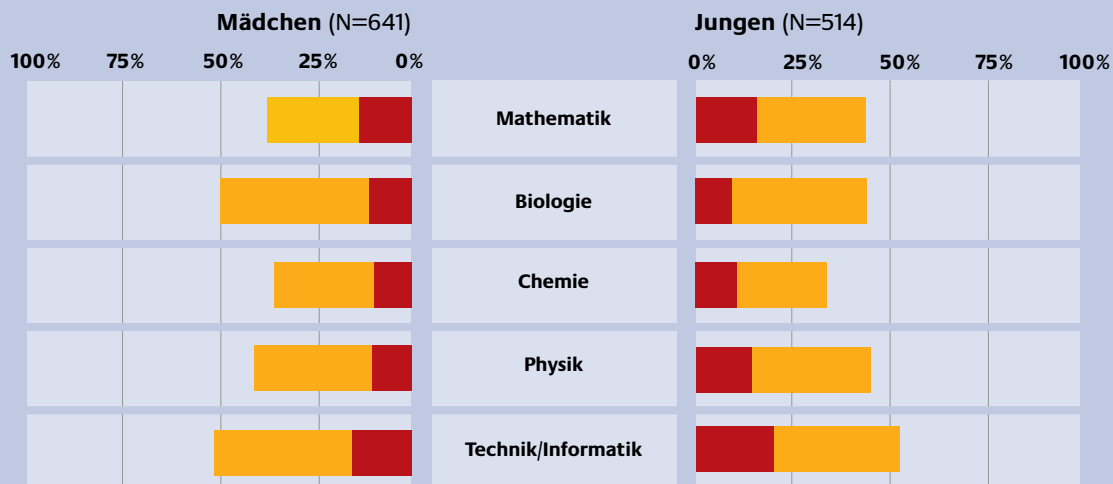


Abb. 9: MINT-Fächer-Noten

Angaben der Gymnasiasten/-innen in %, differenziert nach Geschlecht

■ sehr gut (1,0 – 1,5)

■ gut (1,7 – 2,5)



für die jungen Frauen und Männer, sondern auch für deren Eltern. Nur 24% der befragten Frauen stimmen der Aussage *voll und ganz* bzw. *eher* zu, dass ihre Eltern ein ingenieurwissenschaftliches Studium begrüßen würden. Bei den befragten jungen Männern sind dies demgegenüber mit 50% mehr als doppelt so viele. *Gar nicht* oder *kaum* stimmen hier 36% der jungen Frauen, aber nur 13% der jungen Männer zu.

Die Passfähigkeit zu den eigenen Neigungen und zu den eigenen Begabungen sind zwei der vier für die jungen Männer und Frauen gleichermaßen mit Abstand am wichtigsten Auswahl Gesichtspunkte für die Studien- und Berufswahl. 96,6% der weiblichen und 93,8% der männlichen Gymnasiasten geben an, dass es ihnen *ziemlich* bis *außerordentlich wichtig* ist, ein Studium oder eine Ausbildung zu wählen, die den eigenen Neigungen und Interessen entspricht. Ein Studium, das den eigenen Begabungen entspricht, ist 86,6% der weiblichen und 83,3% der männlichen Gymnasiasten *ziemlich* bis *außerordentlich wichtig*. D. h. nur zu einem Anteil von 6–8% der befragten Gymnasiastinnen entspricht das Ingenieurstudium zwei der vier wichtigsten Auswahl Gesichtspunkte für die Studienwahl. Bei den jungen Männern sind dies immerhin 37% bzw. 34%. Ähnlich wichtig bei der Berufswahl sind Jugendlichen nur noch die Arbeitsplatzsicherheit und Beschäftigungsperspektiven: Einen Beruf zu finden,

der einen sicheren Arbeitsplatz bietet, ist für 92,5% der weiblichen und 83,3% der männlichen Gymnasiasten *ziemlich* bis *außerordentlich wichtig*. Einen Beruf mit guten Beschäftigungsaussichten zu wählen, ist 77,1% der weiblichen und 80,2% der männlichen Gymnasiasten *ziemlich* bis *außerordentlich wichtig*.

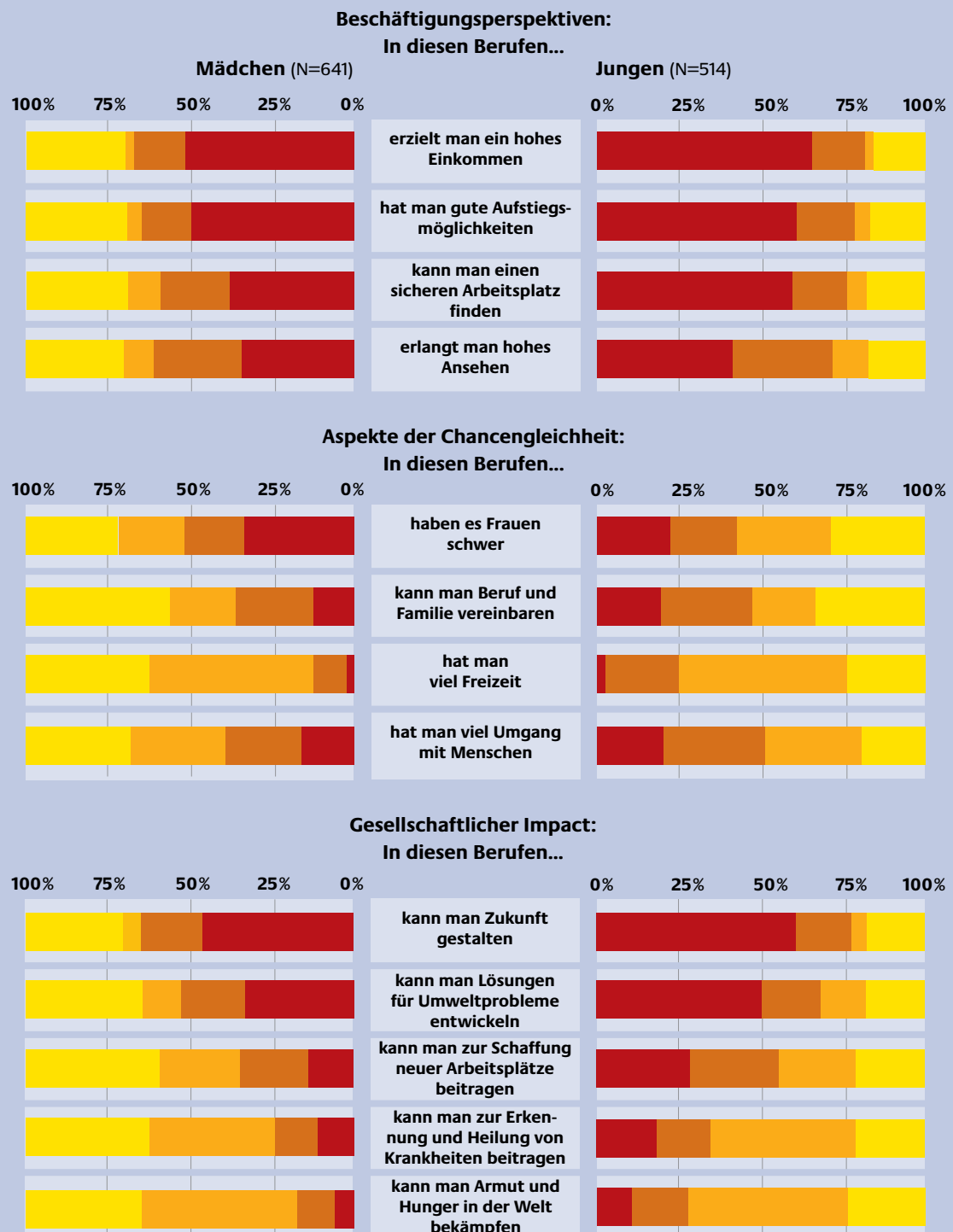
Bilanz der Gymnasiasten/-innen zu Beschäftigungsperspektiven fällt positiv aus

Für die Auswahlkriterien Arbeitsplatzsicherheit und Beschäftigungsperspektiven fällt die Bilanz aus Sicht der Frauen deutlich besser aus als im Hinblick auf die Passfähigkeit zu den eigenen Interessen und Begabungen. Zwar steigen die Urteilsunsicherheiten bei der Beurteilung von arbeitsmarkt- und beschäftigungspolitischen Aspekten des Ingenieurberufs beträchtlich an: bis zu 32% der weiblichen Befragten und bis zu 18% der männlichen Befragten geben an, dass sie darüber nichts wissen. Im Hinblick auf den zweitwichtigsten Auswahl Gesichtspunkt der Arbeitsplatzsicherheit stimmen aber 59% der männlichen und immerhin 40% der weiblichen Jugendlichen der Aussage *voll und ganz* oder *eher* zu, dass Ingenieurberufe Arbeitsplatzsicherheit versprechen. Noch mehr stimmen der Aussage *voll und ganz* oder *eher* zu, dass man in diesen Berufen ein hohes Einkommen erzielt und gute Aufstiegsmöglichkeiten hat. 50% bzw. 52% der weiblichen und

Abb. 10: Image der Ingenieurwissenschaften

Angaben der Gymnasiasten/-innen in %, differenziert nach Geschlecht

■ stimme voll und ganz zu
 ■ stimme teils teils zu
 ■ stimme kaum/gar nicht zu
 ■ weiß nicht/keine Angabe



66% bzw. 65% der männlichen Befragten stimmen diesen Aussagen *voll und ganz* oder *ziemlich* zu. Deutlich weniger Zustimmung findet die Aussage, dass der Beruf ein hohes Ansehen verspricht. Dieser Aussage stimmen nur noch 43% der männlichen und 36% der weiblichen Befragten zu.

Die Aspekte, die besonders hohe Zustimmungsraten – auch bei Frauen – finden, sind gleichzeitig die, die Frauen bei der Studien- und Berufswahl weniger wichtig sind. Ist es den männlichen und weiblichen Befragten gleichermaßen sehr wichtig, einen sicheren Arbeitsplatz zu finden, ist es den männlichen Befragten wichtiger als den weiblichen, ein hohes Einkommen zu erzielen, aufzusteigen und durch den Beruf ein hohes Ansehen zu erlangen.

Ein hohes Einkommen zu erzielen ist 75,7% der männlichen Befragten gegenüber 66,9% der weiblichen *ziemlich bis außerordentlich wichtig*. 67,7% der männlichen Befragten, aber nur 58,8% der weiblichen ist es *ziemlich bis außerordentlich wichtig*, aufzusteigen. Ein hohes Ansehen ist nur 31% der weiblichen Befragten, aber auch nur 43% der männlichen Befragten *ziemlich bis außerordentlich wichtig*. Mit 68,9% bzw. 65,6% ist deutlich mehr weiblichen, aber auch männlichen Befragten *ziemlich bis außerordentlich wichtig*, einen Beruf zu haben, der es ermöglicht, Familie und Beruf zu vereinbaren.

Hohe Urteilsunsicherheiten bei der Bewertung von Chancengleichheitsfragen – Bilanz eher negativ

Im Hinblick auf Fragen der Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit, der Chancengleichheit und der Passfähigkeit des Ingenieurberufs zur weiblichen Präferenz für viel Umgang mit Menschen im Beruf bestehen aufseiten der Befragten die größten Urteilsunsicherheiten. 44,6% der weiblichen und 35% der männlichen Befragten sehen sich nicht in der Lage zu beurteilen, ob der Ingenieurberuf die Möglichkeit zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie bietet. Nur 13% der jungen Frauen und 20% der jungen Männer stimmen der Aussage *voll und ganz* oder *eher* zu, dass der Beruf Möglichkeiten dazu bietet.

Der mit Abstand größte Anteil der Befragten – 48% der befragten Frauen und 52% der befragten Männer – stimmt aber der Aussage *kaum* bis *gar*

nicht zu, dass man in diesen Berufen viel Freizeit hat – ein Aspekt, der jungen Männern, anders als jungen Frauen, bei der Berufswahl durchaus wichtig ist. Der Aussage, dass man in diesen Berufen viel Umgang mit Menschen hat – ein Aspekt, der bei der Berufswahl für 69,7% der befragten Frauen, aber nur für 43% der männlichen Befragten *ziemlich bis außerordentlich wichtig* ist –, stimmen nur 16% der Frauen und 17% der männlichen Befragten *voll und ganz* oder *eher* zu. Die größten Zustimmungsraten und geringsten Urteilsunsicherheiten findet die Aussage, dass Frauen es in diesen Berufen schwer haben. 30% der weiblichen und 23% der männlichen Befragten stimmen der Aussage *voll und ganz* und *eher* zu. Nur 20% der Frauen und 23% der Männer stimmen dem *kaum* oder *gar nicht* zu.

D.h. auch in diesem Urteilsbereich fällt insbesondere die Bilanz der jungen Frauen eher negativ aus: Frauen antizipieren nicht nur Schwierigkeiten als Frauen in diesen Berufen, sie betrachten die Möglichkeiten nicht als besonders gut, Beruf und Familie vereinbaren zu können, und sehen auch nur zu sehr geringen Anteilen Möglichkeiten, viel Umgang mit Menschen zu haben. Letzteres ist ihnen zu 69,7% *außerordentlich bis sehr wichtig* und geringfügig wichtiger als die Vereinbarkeit von Beruf von Familie. Demgegenüber ist es nur 43% der männlichen Befragten *außerordentlich bis sehr wichtig*, im Beruf viel Umgang mit Menschen zu haben.

Gesellschaftlicher Einfluss und Nutzen von Ingenieurberufen – insbesondere weibliche Gymnasiasten sind skeptisch

Auch im Hinblick auf die Beurteilung des gesellschaftlichen Einflusses und Nutzens von Ingenieurberufen zeigen sich insbesondere bei jungen Frauen große Urteilsunsicherheiten und mehrheitlich eher skeptische Haltungen. Bis zu 38% der jungen Frauen sehen sich zu keinem Urteil in der Lage. Junge Männer weisen auch hier zu geringen Anteilen Urteilsunsicherheiten (bis 23%) auf und beurteilen den gesellschaftlichen Nutzen zu höheren Anteilen positiver.

Zwar nehmen Gymnasiasten/-innen Ingenieurberufe mehrheitlich als gesellschaftlich hoch einflussreich wahr. 59% und 48% der jungen Frauen stimmen *voll und ganz* zu, dass diese Berufe die Möglichkeit bieten, Zukunft zu gestalten. Nur knapp 6%

der jungen Frauen und der jungen Männer stimmen der Aussage *kaum* oder *gar nicht* zu.

Das Urteil zum gesellschaftlichen Nutzen von Ingenieurberufen fällt demgegenüber deutlich skeptischer aus. Stimmen junge Frauen und Männer noch zu 33% bzw. 51% der Aussage *voll und ganz* oder *eher* zu, dass Ingenieurberufe die Möglichkeit bieten, Lösungen für Umweltprobleme zu entwickeln, trauen nur 16% der Gymnasiastinnen und 28% der Gymnasiasten den Ingenieurberufen zu, zur Schaffung neuer Arbeitsplätze, und 11% bzw. 19% zur Erkennung und Heilung von Krankheiten beizutragen. Der Aussage, dass Ingenieurberufe die Möglichkeit bieten, Armut und Hunger in der Welt zu bekämpfen, stimmen nur noch 6% der Gymnasiastinnen und 11% der Gymnasiasten *voll und ganz* bzw. *eher* zu. Hier sind jene Jugendlichen in der Mehrheit, die der Aussage *kaum* oder *gar nicht* zustimmen (46% der weiblichen und 25% der männlichen Befragten). Auch im Hinblick auf die Bewertung des Beitrags von Ingenieurberufen zur Erkennung und Heilung von schweren Krankheiten bilden die Jugendlichen mit 36% bzw. 23% den größten Anteil, die der Aussage *gar nicht* zustimmen, gefolgt von denen, die angeben, dazu nichts zu wissen, bzw. keine Angaben machen.

Auch in diesem Urteilsbereich zeigt sich, dass der Ingenieurberuf nur sehr bedingt passfähig zu den Präferenzen von weiblichen Jugendlichen ist. Zwar ist es mit 58,8% bzw. 58,4% den weiblichen und männlichen Befragten zu nahezu gleichen Anteilen *außerordentlich* bzw. *ziemlich wichtig*, einen Beruf auszuüben, der die Möglichkeit bietet, Zukunft zu gestalten. Den weiblichen Befragten ist es aber mit 53% zu nahezu gleichen Anteilen *außerordentlich* und *ziemlich wichtig*, einen Beruf auszuüben, der die Möglichkeit bietet, Nützliches für die Allgemeinheit zu tun und sich sozial zu engagieren (51,3%). Dies ist ihnen zu höheren Anteilen *ziemlich* bzw. *außerordentlich wichtig*, als „auf alle Fälle Karriere zu machen“ und „eine leitende Funktion“ einzunehmen (39,6%). Sich für die Umwelt einzusetzen ist den weiblichen Befragten mit 29,3% zu deutlich geringerem Anteil *ziemlich* und *außerordentlich wichtig*, aber dennoch wichtiger als den jungen Männern. Den männlichen Befragten ist es nicht nur zu einem geringeren Anteil von 23% *ziemlich* oder *außerordentlich wichtig*, sich für die Umwelt einzusetzen. Mit einem Anteil 34,4% bzw. 36% ist auch der Anteil der männlichen Befragten deutlich geringer als der der

weiblichen Befragten, dem es *ziemlich* bzw. *außerordentlich wichtig* ist, einen Beruf auszuüben, der es erlaubt, Nützliches für die Allgemeinheit zu tun und sich sozial zu engagieren. Mit 49,6% ist es den männlichen Befragten deutlich wichtiger, „auf alle Fälle Karriere zu machen“ und „im Beruf etwas zu bewegen“ (58%), „zu den Besten zu gehören“ (50%) und „eine leitende Funktion“ einzunehmen (48,6%).

Kurzum: besteht in Experten/-innenkreisen, in der Wirtschaft und auch in der Politik weitgehender parteiübergreifender Konsens darüber, dass gerade Naturwissenschaft und Technologie aufgefordert und in der Lage sind, Lösungen für die ökologischen, sozialen, ökonomischen Probleme und Herausforderungen unserer modernen Welt zu erarbeiten und durch ihre Forschungs- und Entwicklungsleistungen zu mehr globaler sozialer Gerechtigkeit und zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen, sind insbesondere junge Frauen hier in hohem Maße eher skeptisch und urteilsunsicher. Skeptisch zeigen sich junge Frauen und Männer nicht nur im Hinblick auf den gesellschaftlichen Nutzen von Ingenieurberufen, sondern auch im Hinblick auf die wahrgenommene Attraktivitätswirksamkeit von MINT-Kompetenzen und -Berufen für Männer und Frauen, wobei sich hier bei Männern höhere Urteilsunsicherheiten als bei Frauen zeigen.

Wahrgenommene Attraktivitätswirksamkeit von Eigenschaften, Kompetenzen und Berufen für Männer und Frauen

Dimensionen der wahrgenommenen kulturellen Wertschätzung und geschlechtstypischen Akzeptanz von Eigenschaften, Kompetenzen und Berufen sind bisher in ihrer Bedeutung für das Studien- und Berufswahlgeschehen nur unzureichend in den Blick genommen worden.

In der vorliegenden Untersuchung werden die Jugendlichen dazu nach der wahrgenommenen Attraktivitätswirksamkeit von Merkmalen, Kompetenzen und Berufszugehörigkeiten befragt.

Die Abbildung 11 zeigt, wie attraktivitätswirksam die genannten Eigenschaften, Kompetenzen

und Berufe für Frauen wahrgenommen und wie attraktivitätswirksam sie für Männer gehalten werden. Die Ergebnisse werden jeweils aus der Sicht der weiblichen und der männlichen Jugendlichen dargestellt. Die dargestellte Rangfolge orientiert sich bei der Beurteilung der Attraktivitätswirksamkeit für Frauen am Urteil der jungen Frauen. Bei der Darstellung der für Männer als besonders attraktivitätswirksam wahrgenommenen Eigenschaften, Kompetenzen und Berufe orientiert sich die Rangfolge am Urteil der männlichen Jugendlichen.

Wahrgenommene Attraktivitätswirksamkeit von Eigenschaften und Kompetenz – MINT-Kompetenzen wenig attraktiv, insbesondere für Frauen

Die Ergebnisse zeigen, dass erwartungsgemäß für Frauen gutes Aussehen aus Sicht von 91,3% der jungen Frauen und 93,8 % der jungen Männer als *ziemlich* bis *außerordentlich* attraktivitätswirksam wahrgenommen wird. Aber auch hohe Intelligenz ist für Frauen aus Sicht von 81% der jungen Frauen und 77 % der jungen Männer *ziemlich* bis *außerordentlich* attraktivitätswirksam. Anders verhält es sich, wenn es um die Bewertung der Attraktivitätswirksamkeit naturwissenschaftlich-technischer Kompetenzen von Frauen geht. Nur noch 22 % der jungen Frauen und 19,4 % der jungen Männer halten es für *ziemlich*

bis *außerordentlich* attraktivitätswirksam, wenn Frauen naturwissenschaftlich-technisch versiert und kompetent sind. Mit 39% der Gymnasiastinnen und 40% der Gymnasiasten sind hier deutlich mehr der Auffassung, dass dies kaum bis gar nicht attraktivitätswirksam für Frauen ist.

Auch für Männer ist gutes Aussehen aus Sicht von 86% der jungen Frauen und 74% der jungen Männer *ziemlich* bis *außerordentlich* attraktivitätswirksam – auch wenn die Anteile geringer sind als bei Frauen. Hohe Intelligenz ist für Männer aus Sicht von 82 % der jungen Frauen und 77% der jungen Männer *ziemlich* bis *außerordentlich* attraktivitätswirksam. Und auch für Männer gilt, dass hohe Intelligenz von weitaus mehr jungen Frauen und Männern als *ziemlich* bis *außerordentlich* attraktivitätswirksam wahrgenommen wird als naturwissenschaftlich technisch versiert und kompetent zu sein – aber zu deutlich höheren Anteilen als bei Frauen. 44 % der jungen Frauen und 49% der jungen Männer halten es für Männer *ziemlich* bis *außerordentlich* attraktivitätswirksam, naturwissenschaftlich-technisch kompetent zu sein. Nur 23 % der jungen Frauen und 16,1% halten dies für *kaum* bis *gar nicht* attraktivitätswirksam. Diese geringe wahrgenommene Wertschätzung und Akzeptanz von MINT-Kompetenzen insbesondere bei Frauen setzt sich auch bei der Beurteilung der Attraktivitätswirksamkeit von Berufszugehörigkeiten fort.

Abb. 11: Wahrgenommene kollektive Attraktivitätswirksamkeitsüberzeugungen Eigenschaften/Merkmale (N: w=641, m=514)

Gymnasiasten/-innen, die Angaben machten, in %, differenziert nach Geschlecht

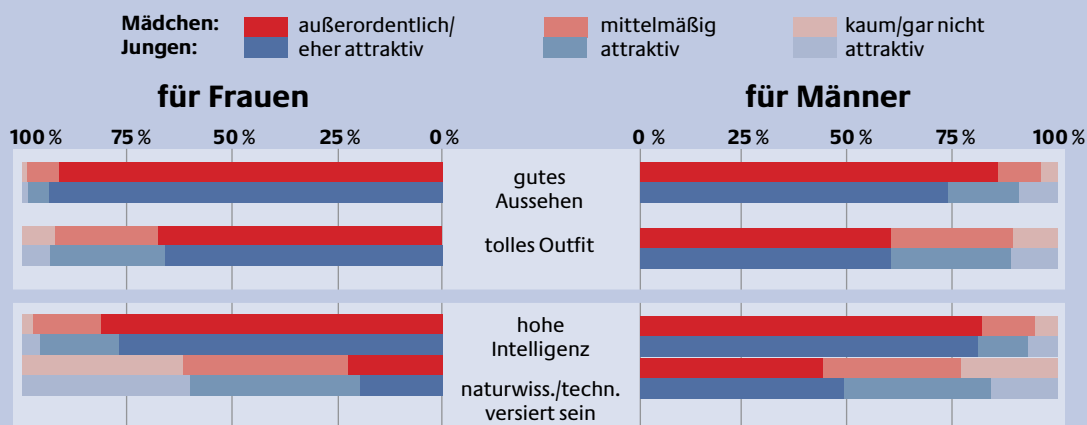
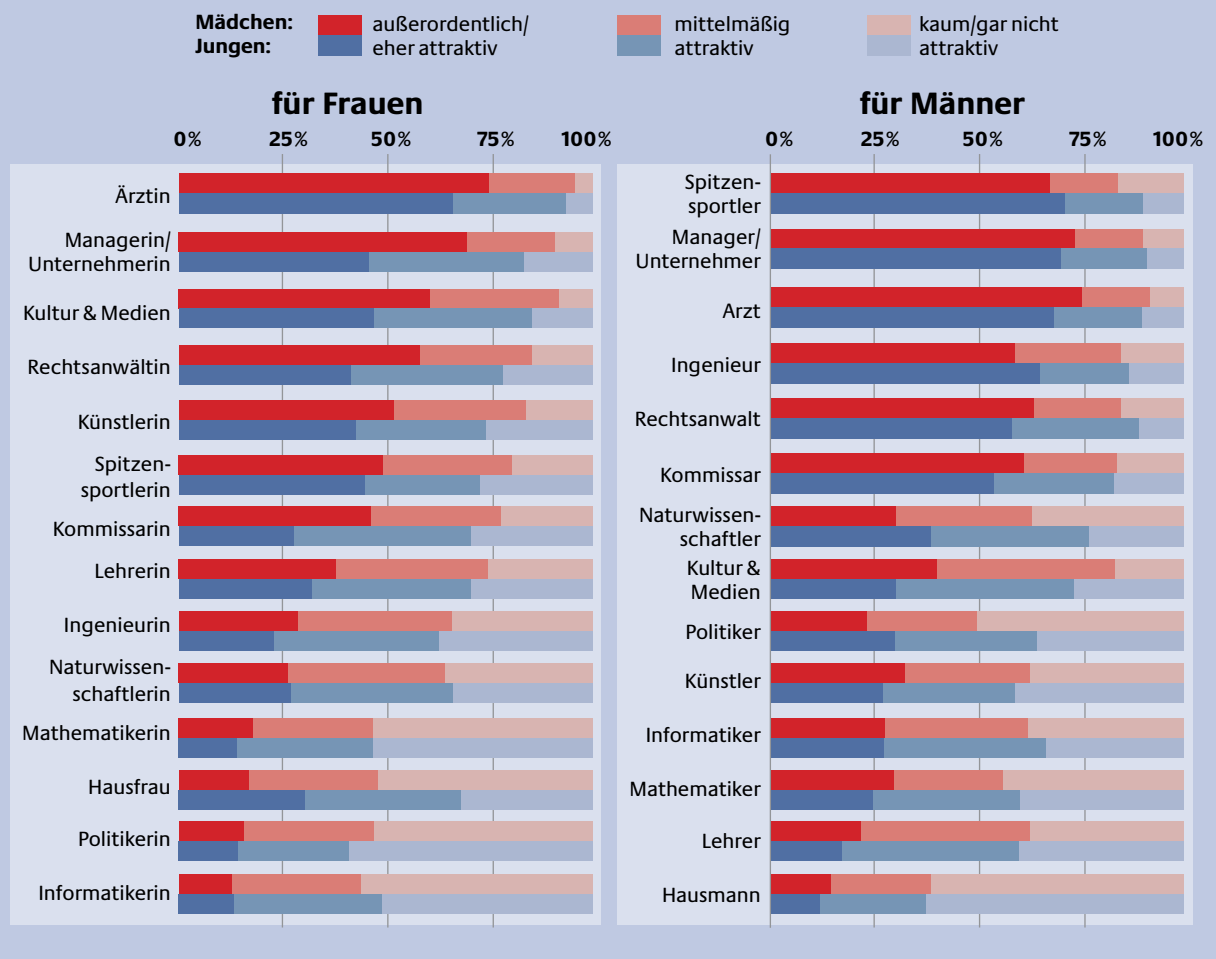


Abb. 12: Wahrgenommene kollektive Attraktivitätswirksamkeitsüberzeugungen**Berufe** Gymnasiasten/-innen, die Angaben machten, in %, differenziert nach Geschlecht

Wahrgenommene Attraktivitätswirksamkeit von Berufen – geschlechtstypische Berufspräferenzen werden fortgeschrieben

Junge Frauen und Männer zeigen sich einig – MINT-Berufe für Frauen wenig attraktivitätswirksam

Von der ganz überwiegenden Mehrheit der Gymnasiastinnen als *außerordentlich* oder *eher* attraktivitätswirksam für Frauen werden der Beruf der Ärztin (74%), der Managerin/Unternehmerin (69%), Kultur- und Medienberufe (60%), der Beruf der Rechtsanwältin (57,3%), der Künstlerin (51%) und der Spitzensportlerin wahrgenommen. Auch im

Hinblick auf den Beruf der Kommissarin stellt die Gruppe der Gymnasiastinnen den größten Anteil, die glaubt, dass dieser Beruf Frauen *außerordentlich* bzw. *eher* attraktiv macht (46%).

Das Urteil der jungen Frauen zur Attraktivitätswirksamkeit von MINT-Berufen für Frauen fällt demgegenüber außerordentlich ernüchternd aus. Von den weiblichen Befragten nimmt nur ein Anteil von 29% den Beruf der Ingenieurin und ein Anteil von 23% den der Naturwissenschaftlerin als *außerordentlich* bzw. *eher* attraktivitätswirksam wahr. Beim Beruf der Mathematikerin und der Informatikerin nimmt dieser Anteil weiter ab auf 18% bzw. 13%. Nur der Beruf der Politikerin und die Tätigkeit als Hausfrau weisen einen vergleichbar niedrigen Anteil von Befragten auf, die diese Berufe als *außeror-*

dentlich bzw. *eher* attraktivitätswirksam für Frauen wahrnehmen. Auch der Beruf der Lehrerin wird aus Sicht der weiblichen Befragten nur mit einem Anteil von 31 % als *außerordentlich* bzw. *eher* attraktivitätswirksam bewertet.

Auch wenn sich aus Sicht der Gymnasiastinnen und Gymnasiasten die gleiche Rangfolge der für Frauen besonders attraktivitätswirksamen Berufe ergibt, bewerten männliche Jugendliche Berufe für Frauen durchweg zu deutlich geringeren Anteilen als *außerordentlich* bzw. *eher* attraktivitätswirksam als junge Frauen selbst. Besonders bemerkenswert ist der hohe Anteil der Gymnasiasten, die Nicht-Berufstätigkeit bzw. die Hausfrauentätigkeit als *außerordentlich* bzw. *eher* attraktivitätswirksam für Frauen wahrnehmen. Mit 30 % ist dieser Anteil weit aus größer als der Anteil derer, die die MINT-Berufe als *außerordentlich* bzw. *eher* attraktivitätswirksam für Frauen halten. Der Beruf der Ingenieurin wird nur von 23 % der befragten Gymnasiasten für *außerordentlich* bzw. *eher* attraktivitätswirksam für Frauen gehalten, der Beruf der Naturwissenschaftlerin zu 28 %. Bei Mathematikerinnen, Politikerinnen und Informatikerinnen sinkt dieser Anteil weiter auf 13–14 %.

Urteil zur wahrgenommenen Attraktivitätswirksamkeit von MINT-Berufen fällt auch für Männer ambivalent aus

Eine deutlich andere Rangfolge als für Frauen ergibt sich im Hinblick auf die wahrgenommene Attraktivitätswirksamkeit von Berufen für Männer. Die Spitzenstellung nimmt hier aus Sicht der männlichen und weiblichen Jugendlichen der Beruf des Spitzensportlers, des Managers/Unternehmers und des Arztes ein. Werden diese Berufe zu gleichen Teilen zu etwa 70 % von Gymnasiasten als *außerordentlich* bzw. *eher* attraktivitätswirksam bewertet, liegt aus Sicht der weiblichen Befragten der Beruf des Arztes mit 75 % ganz vorne und auf einem gleichen Niveau wie bei den Frauen, dicht gefolgt vom Beruf des Managers/Unternehmers (70 %). Mit einer Mehrheit von 65 % als *außerordentlich* bis *eher* attraktivitätswirksam für Männer betrachten die männlichen Gymnasiasten auch den Ingenieurberuf, den Rechtsanwaltsberuf (58 %) und den Beruf des Kommissars (54 %). Die weiblichen Gymnasiasten bewerten den Rechtsanwaltsberuf und den Beruf des Kommissars für Männer zu noch höheren

Anteilen als *außerordentlich* bis *eher* attraktivitätswirksam und auch als deutlich attraktivitätswirksamer für Männer als für Frauen. Den Ingenieurberuf hingegen bewerten mit 59 % weniger junge Frauen für junge Männer als *außerordentlich* bis *eher* attraktivitätswirksam. Stellen im Hinblick auf den Ingenieurberuf bei den männlichen und weiblichen Befragten die Gruppen derer die Mehrheit, die den Beruf als *außerordentlich* bis *eher* attraktivitätswirksam wahrnehmen, verkehrt sich dieses Verhältnis beim Beruf des Naturwissenschaftlers. Hier überwiegt der Anteil derer, die den Beruf für *mittelmäßig* bis *kaum* oder *gar nicht* attraktiv halten. Nur noch 36 % der jungen Frauen und 39 % der jungen Männer halten den Beruf für Männer für *außerordentlich* bis *eher* attraktivitätswirksam.

Der Anteil der jungen Männer, die den MINT-Beruf des Mathematikers und Informatikers als *eher* und *außerordentlich* attraktivitätswirksam für Männer wahrnehmen, ist noch geringer (25 % bzw. 27 %). Aus Sicht der männlichen Gymnasiasten fällt die Bilanz zur Attraktivitätswirksamkeit zum Beruf des Mathematikers und Informatikers ähnlich ernüchternd aus. Kultur- und Medienberufen sowie der Beruf des Künstlers und des Politikers für Männer werden geringfügig besser als der Beruf des Mathematikers und Informatikers beurteilt (30 %–27 %). Nur der Beruf des Lehrers und die Tätigkeit als Hausmann werden zu noch geringeren Anteilen als *außerordentlich* bzw. *eher* attraktivitätswirksam für Männer wahrgenommen (17 % bzw. 12 %).

Aus Sicht der männlichen Jugendlichen haben Berufe für Männer höhere Attraktivitätswirksamkeit – insbesondere traditionelle Männerberufe

Männliche Gymnasiasten bewerten offenkundig nicht nur die kulturelle Wertschätzung und Akzeptanz von Frauen in MINT-Berufen und Männerdomänen noch geringer als die jungen Frauen selbst, sie stehen offenbar nach wie vor auch weiblicher Erwerbstätigkeit zu hohen Anteilen skeptisch gegenüber. Sie bewerten nicht nur weibliche Nicht-Erwerbstätigkeit zu hohen und deutlich höheren Anteilen als die weiblichen Gymnasiasten als *außerordentlich* bzw. *eher* attraktivitätswirksam für Frauen und nehmen Berufe für Frauen insgesamt zu deutlich geringeren Anteilen als *außeror-*

dentlich bzw. *eher* attraktivitätswirksam wahr als junge Frauen; sie nehmen darüber hinaus die ganz überwiegende Zahl der hier aufgelisteten Berufe für Männer zu deutlich höheren Anteilen als *außerordentlich* bzw. *eher* attraktivitätswirksam wahr als für Frauen. Nur die klassischen Frauenberufe Kultur, Medien, Kunst und der Beruf der Lehrerin sind aus Sicht der männlichen Gymnasiasten für Frauen attraktivitätswirksamer als für Männer.

Besonders ausgeprägt sind diese geschlechtstypischen Unterschiede in der wahrgenommenen Attraktivitätswirksamkeit von Berufen in der Gruppe der männlichen Befragten im Hinblick auf den Ingenieurberuf. Die männlichen Befragten halten diesen Beruf für Männer zu einem Anteil von 70% für *außerordentlich* bzw. *eher* attraktivitätswirksam. Für Frauen liegt dieser Anteil bei nur 30%. Auch alle anderen MINT-Berufe und der Beruf des Politikers werden für Männer zu höheren Anteilen als für Frauen als *außerordentlich* bzw. *eher* attraktivitätswirksam bewertet.

Die weiblichen Befragten beurteilen nicht nur zu deutlich höheren Anteilen Berufe für Frauen als *außerordentlich* bzw. *eher* attraktivitätswirksam, sondern tendenziell auch für Männer. Zwar schätzen auch Frauen traditionelle Frauenberufe wie Medien und Kultur, Kunst und Pädagogik zu höheren Anteilen für Frauen als für Männer als *außerordentlich* bzw. *eher* attraktiv ein. Aber die weiblichen Befragten halten deutlich mehr Berufe für Männer und Frauen für gleichermaßen *außerordentlich* bzw. *eher* attraktivitätswirksam. Lediglich der Ingenieurberuf besitzt auch aus Sicht der jungen Frauen nur für Männer eine hohe Attraktivitätswirksamkeit, während er von den befragten jungen Frauen für Frauen mehrheitlich als *mittelmäßig* bis *kaum* bzw. *gar nicht* attraktiv beurteilt wird.

Im hier dargestellten Antwortverhalten der Jugendlichen zu den wahrgenommenen kollektiven Attraktivitätswirksamkeitsüberzeugungen im Hinblick auf Eigenschaften, Kompetenzen und Berufe zeigen sich nicht nur eine deutliche Ausrichtung an normativen Geschlechterrollen und auf die Geschlechterrollen hin abgestimmte Kompetenzzuschreibungen. Deutlich wird auch, dass – abgesehen vom Ingenieurberuf für Männer – die Bilanz zur wahrgenommenen kulturellen Wertschätzung von MINT-Kompetenzen und Berufen eher negativ ausfällt – insbesondere für Frauen.

Berufe, die auch das mediale Geschehen dominieren und von Frauen repräsentiert werden, werden als deutlich attraktivitätswirksamer wahrgenommen als MINT-Berufe

Die Bilanz zur Attraktivitätswirksamkeit von Berufen, die das mediale Geschehen dominieren, fällt im Vergleich zu den MINT-Berufen deutlich besser aus – sieht man hier einmal von dem in den journalistischen Programmbereichen stark repräsentierten Beruf des/der Politikers/-in ab. Dazu zählen nicht nur der Leistungssport, sondern auch die Ordnungs-, Sicherheits- und Medizinberufe. So weist das hier dargestellte Ranking zur Attraktivitätswirksamkeit von Berufen auffallende Ähnlichkeiten zu den oben dargestellten Ergebnissen der Programmanalyse zur Repräsentanz von Berufsrollen in den fiktionalen Medien auf. Offenbar nehmen junge Frauen gerade die Berufe als besonders attraktivitätswirksam wahr, die auch in den fiktionalen Medienformaten dominieren und auch von Frauen in tragenden Rollen repräsentiert werden. Dies gilt nicht nur für den Beruf der Ärztin, Rechtsanwältin und Unternehmerin bzw. Managerin sowie traditionell weibliche Berufe in Medien, Kunst, Kultur und Gestaltung. Selbst der Beruf des Kommissars, der einst eine reine Männerdomäne darstellte und Frauen lange Zeit verschlossen blieb, wird von jungen Frauen als attraktivitätswirksamer für Frauen wahrgenommen als MINT-Berufe.

Dem entspricht, dass O'Bryant und Corder-Bolz nachweisen konnten, dass traditionell männlich dominierte Berufe dann von Mädchen als interessanter bewertet wurden, wenn sie im Fernsehen Frauen gesehen hatten, die diese Berufe innehatten (vgl. O'Bryant & Corder-Bolz, 1994, 85-97). Auch Griffin und seine Kollegen haben diesen Effekt bei Mädchen aus sozioökonomisch schlechter gestellten Hintergründen festgestellt (vgl. Griffin et al. (1978, 233-244). In verschiedenen Ländern ist in diesem Zusammenhang bereits auch deutlich gemacht worden, dass Medien gerade dann einen starken Einfluss auf die Entwicklung von Berufsvorstellungen haben, wenn „reale“ Rollenmodelle in der Alltagswirklichkeit von Jugendlichen fehlen (Steinke 1998, 2005; Women at Work Commission 2006; Congressional Commission on the Advancement of Women and Minorities in Engineering and Technology Development 2000; Wasburn 2005/2007; Holliman et al. 2006; Kitzinger et al. 2007).

Dass sich junge Frauen im Berufsfindungsprozess auch an medialen Rollenvorbildern in fiktionalen Formaten orientieren, zeigen zudem die nachfolgend dargestellten Ergebnisse.

Stellenwert von fiktionalen Programmen im Berufsfindungsprozess

Inspirationsquellen für Traumberufe: Persönlicher Kontakt zu Berufstätigen ist die häufigste genannte Quelle für die Entdeckung von Traumberufen

Danach befragt, ob Sie einen oder mehrere Traumberufe haben und wie sie darauf aufmerksam geworden sind, geben insgesamt 78% der befragten Jugendlichen aus allen Bildungszweigen an, dass sie einen bzw. mehrere Traumberufe haben. Die Jugendlichen geben mehrheitlich mehrere Inspirationsquellen dafür an, wobei sich hier deutliche

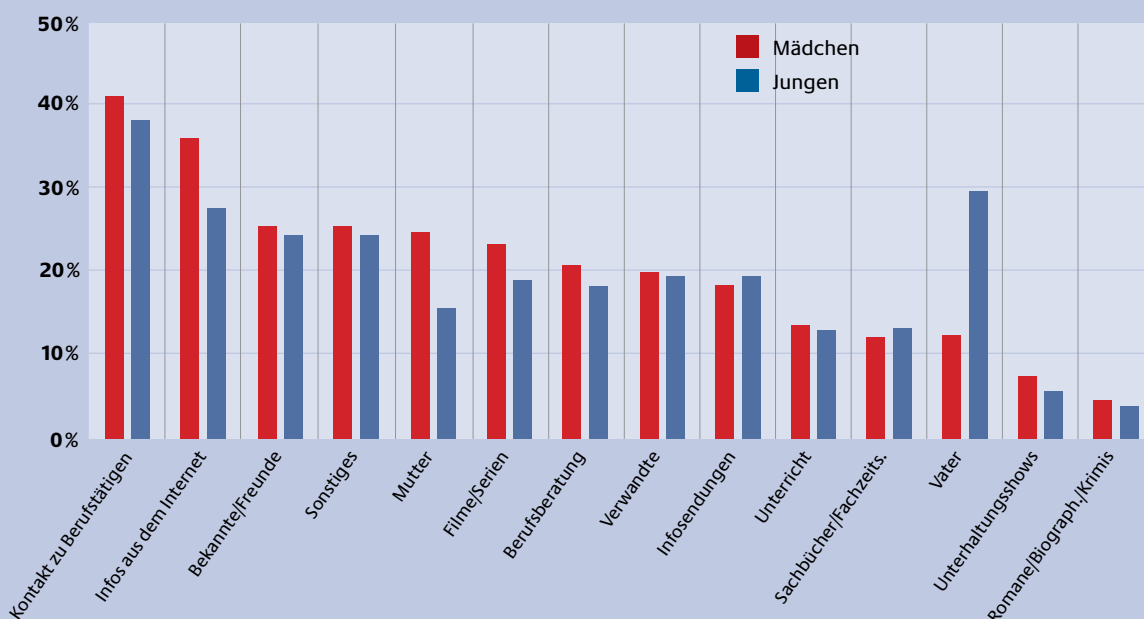
Unterschiede zwischen den Geschlechtern zeigen. Die Abbildung 13 gibt einen Überblick über die Häufigkeit, mit der die weiblichen und männlichen Jugendlichen die verschiedenen Quellen für die Entdeckung von Traumberufen nennen. Das Häufigkeitsranking erfolgt entlang der Häufigkeit, mit der junge Frauen die jeweiligen Quellen angeben. Der persönliche Kontakt zu Berufstätigen ist für junge Männer und Frauen gleichermaßen die mit Abstand am häufigsten genannte Quelle, 42% der jungen Frauen und 37% der jungen Männer geben dies an.

Internet, Freunde, Bekannte und Eltern sind wichtige Inspirationsquellen – Jungen orientieren sich an ihren Vätern – Mädchen an ihren Müttern

Für junge Frauen sind Informationen aus dem Internet (34%) mit deutlichem Abstand, gefolgt von Freunden und Bekannten (25%), sonstigen Quellen (besondere individuelle Erlebnisse, wie z. B. Reisen) und Müttern (24%) die danach am häufigsten genannten Quellen. Für junge Männer haben demge-

Abb. 13: Traumberufe: Was hat Aufmerksamkeit erregt?

Jugendliche mit Traumberuf (77,9% der Stichprobe) in %, differenziert nach Geschlecht; Mehrfachnennungen möglich (N=1912)



genüber die eigenen Väter einen deutlich höheren Stellenwert. Väter werden von 29% genannt und liegen damit für junge Männer deutlich vor Informationen aus dem Internet, vor Freunden, Bekannten und sonstigen Quellen. Von Frauen werden demgegenüber die Väter nur zu 13% genannt. Die Mütter sind zwar für deutlich mehr junge Frauen Quelle für Hinweise auf Traumberufe als ihre Väter, aber zu deutlich geringeren Anteilen als Väter für die befragten jungen Männer. Umgekehrt werden Mütter mit 15,6% von jungen Männern als Inspirationsquelle genannt. Nach dem Kontakt zu Berufstätigen und den eigenen Vätern sind das Internet (27%) sowie Freunde und Bekannte (22%) auch die von jungen Männern am häufigsten genannten Inspirationsquellen für Berufe.

Spielfilme und Serien sind insbesondere für Frauen häufiger Inspirationsquelle für Traumberufe als Berufsberatung, Infosendungen, Fachbücher und Unterricht

Die Ergebnisse zeigen darüber hinaus, dass von 23% der jungen Frauen auch Filme und Serien als Inspirationsquelle für Traumberufe genannt werden. Damit werden diese von mehr jungen Frauen als Aufmerksamkeitsquelle für ihre Traumberufe angegeben als die professionelle Berufsberatung (21%), Verwandte (20%) und Infosendungen (17%). Zu noch geringeren Anteilen werden von jungen Frauen der schulische Unterricht (13%) sowie Sachbücher und Fachzeitschriften (13%) genannt. Schlusslichter bilden bei jungen Frauen – neben den bereits genannten Vätern – Unterhaltungsshow (7%) sowie Romane, Biographien und Krimis (5%). Junge Männer nennen Filme und Serien mit 18% etwas weniger häufig als junge Frauen und geben diese – anders als die jungen Frauen – auch zu etwas geringeren Anteilen als Infosendungen (19%) und zu gleichen Anteilen wie die professionelle Berufsberatung (18%) als Inspirationsquelle für ihre Traumberufe an. Aber auch für junge Männer gilt, dass Filme und Serien häufiger genannt werden als Mütter (15%), Sachbücher und Fachzeitschriften (14%) und der Unterricht an Schulen (13%). Und auch für junge Männer bilden Unterhaltungsshow (4%) und Romane, Biographien und Krimis (5%) die Schlusslichter.

Die Ergebnisse belegen nicht nur den hohen Stellenwert von persönlichen Berufsrollenvorbildern

im Berufsfindungsprozess, sondern weisen auch darauf hin, dass sich Jugendliche offenbar eher an gleichgeschlechtlichen Rollenmodellen ausrichten, denen sie nicht nur in ihrem, sondern auch in den fiktionalen Umfeldern begegnen.

So zeigen die Untersuchungsergebnisse in Übereinstimmung mit Bolz (2004, 54) und Heine & Willrich (2006, 59 ff.) und Keunecke, Graß & Ritz-Timme (2010) nicht nur, dass Medien einen zentralen Stellenwert im Berufsfindungsprozess haben, sondern dass Jugendliche auch parasoziale Interaktionskontakte zu personalisierten Berufs-Rollenmodellen in fiktionalen Formaten als Inspirationsquelle für die Berufswahl nutzen.

Jugendliche attestieren Fernsehserien und Spielfilmen hohen beruflichen Orientierungsgehalt

Der hohe berufliche Orientierungsgehalt und Stellenwert von fiktionalen Formaten im Berufsfindungsprozess wird auch durch die in Abb. 14, S.28 dargestellten Ergebnisse unterstrichen.

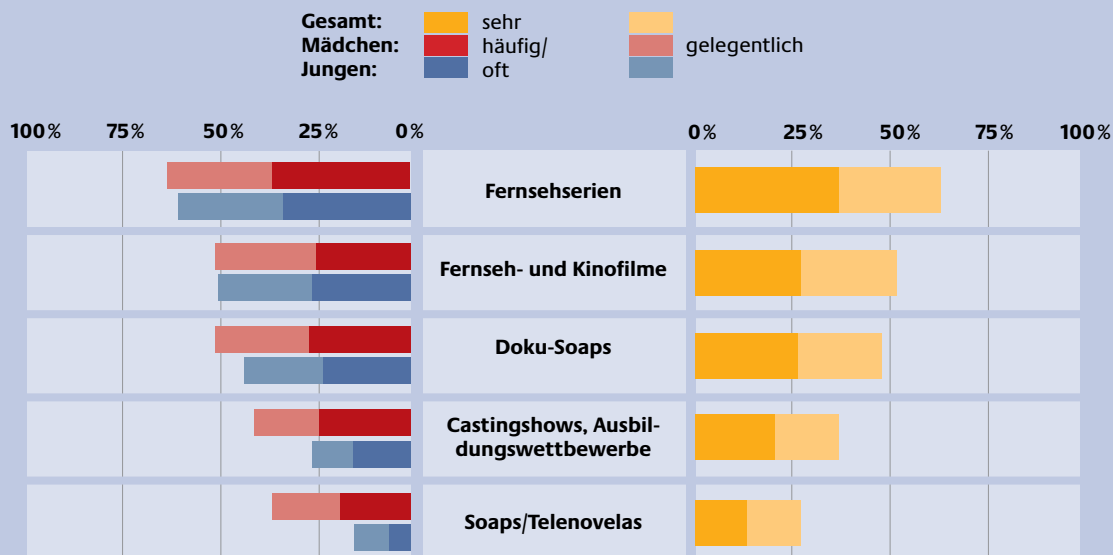
Danach befragt, ob sie durch fiktionale Formate schon einmal Interessantes über Berufe erfahren haben, billigen junge Frauen und Männer Fernsehserien den größten beruflichen Informationsgehalt zu. Knapp 40% der befragten jungen Frauen und 35% der befragten jungen Männer geben an, durch Fernsehserien *oft bis sehr häufig* Interessantes über Berufe erfahren zu haben. Weitere 26% der jungen Frauen und 25% der jungen Männer geben an, zumindest *gelegentlich* Interessantes über Berufe erfahren zu haben. Nur 22% der Frauen und 26% der jungen Männer geben an, in Serien *noch nie* etwas Interessantes über Berufe erfahren zu haben.

Deutlich weniger junge Frauen und Männer geben an, *oft bis sehr häufig* Interessantes über Berufe durch Fernseh- und Kinofilme und Dokusoaps erfahren zu haben. Die Anteile sind bei den jungen Frauen und Männern in etwa gleich und liegen bei 25% bis 28%.

Anders, als Kritiker dies oft vermuten, werden Casting-Shows demgegenüber insbesondere von jungen Männern zu geringeren Anteilen als Quelle für interessante Berufsinformationen wahrgenommen. 24% der jungen Frauen und nur 15% der

Abb. 14: Haben Sie Interessantes über Berufe in fiktionalen Formaten erfahren?

Jugendliche, die gültige Angaben machten, in %, differenziert nach Geschlecht (N=2457)



jungen Männer geben an, *sehr häufig* bis *oft* Interessantes über Berufe erfahren zu haben.

In Übereinstimmung mit den Ergebnissen der Programmanalyse zum dramaturgischen Stellenwert von Berufen in Abhängigkeit von Sendungsform und Genre bewerten die jungen Frauen und Männer den berufsbezogenen Informationsgehalt bei Daily Soaps am geringsten. Nur knapp 20% der befragten jungen Frauen und mit knapp 6% noch deutlich weniger junge Männer geben an, hier *oft* oder *gelegentlich* Interessantes über Berufe erfahren zu haben. Hier bilden in der Gruppe der befragten jungen Frauen und Männer mit 63% bzw. 84,3% diejenigen die Mehrheit, die angeben, *selten* bis *nie* Interessantes über Berufe erfahren zu haben.

Potenzielle fiktionaler Formate für die MINT-Wissenschaftskommunikation und Nachwuchswerbung

Die vorangestellten Ergebnisse haben gezeigt, dass insbesondere Serien aus Sicht von Jugendlichen nicht nur einen sehr hohen beruflichen Orientierungsgehalt besitzen, sondern ein großes Potenzial haben, Jugendliche dort abzuholen, wo sie sich über alle Bildungsschichten hinweg in großer Anzahl und mit großem Vergnügen befinden.

Anders als das Internet, das im Normalfall eine aktive und zielgerichtete studien- und berufsbezogene Informationssuche voraussetzt, ist Berufsorientierung in fiktionalen Unterhaltungsformaten aus Sicht der Jugendlichen sicher kein zielgerichtet intendierter Prozess, sondern ein unbeabsichtigter, aber durchaus willkommener Nebeneffekt von fiktionaler Fernsehunterhaltung. Fiktionale Formate prägen nach Steinke und Potts & Potts eher nebenbei bzw. unbewusst Vorstellungen über Berufs- und Geschlechterrollen (vgl. Steinke 1997/1998; Potts & Potts 1994).

Spielfilme und Serien können nicht nur Jugendliche, sondern auch deren Eltern, Peers und Lehrer/-innen in MINT-(Berufs-)Welten entführen, die ihnen in ihrem realen Leben in der Regel verschlossen sind, über die sie mehrheitlich kaum etwas wissen und die insbesondere junge Frauen aus sich selbst heraus nicht aufsuchen, sondern eher meiden würden.

So bieten Filme und Serien die Chance, die oben beschriebene Selektivität im beruflichen Informationsverhalten der Jugendlichen zu durchbrechen, die oben skizzierten weit reichenden Informationsdefizite und Urteilsunsicherheiten der Jugendlichen im Hinblick auf MINT-Berufe auszugleichen und die wahrgenommenen kulturelle Wertschätzung von MINT-Kompetenzen und -Berufen sowie die Akzeptanz und wahrgenommenen Attraktivitätswirksamkeitsüberzeugungen zu Frauen in MINT-Berufen zu verändern.

Wenn es darum geht, durch fiktionale Fernsehformate das Interesse und die Motivation junger Frauen zu fördern, ihre Talente und Werte und ihren Willen zu einer gemeinwohlorientierten und verantwortungsbewussten Gestaltung unserer Zukunft in MINT-Berufe einzubringen, kommt es nach den hier vorliegenden Ergebnissen nicht nur darauf an zu zeigen, welche Chancen MINT zur Lösung der globalen sozialen, ökologischen und ökonomischen Probleme unserer Welt bietet, ohne Risiken, Konflikte und ethische Dimensionen auszuspüren. Wichtig ist dabei auch, deutlich werden zu lassen, dass sich Ingenieurarbeit heute als Teamarbeit im Umgang mit Menschen vollzieht und nicht in erster Linie als einsame Tüftler- und Computerarbeit. Frauen in MINT-Berufen in Spielfilmen und Serien in Szene zu setzen, die selbstverständlich in diesen Berufen agieren und erfolgreich Konflikte und Widerstände meistern, dafür auch Wertschätzung und Anerkennung als Frauen genießen und die zukunftssträchtige und partnerschaftliche Lösungen für die Frage der Vereinbarkeit von Beruf und Familie finden, kann wesentlich dazu beitragen, auch normative berufsbezogene Geschlechterrollenerwartungen und auf diese Geschlechterrollen bezogenen Kompetenzzuschreibungen zu verändern. Da die hier vorgestellten Ergebnisse zeigen, dass sich die MINT-Selbstwirksamkeitsüberzeugungen junger Frauen weniger an ihrem tatsächlichen Leistungsniveau, sondern an normativen Geschlechterrollen und auf diese Rollen bezogenen Kompetenzzuschreibungen orientieren, können

mediale Modelle so auch das Vertrauen von jungen Frauen und ihren Eltern, Peers und Lehrern/-innen in ihre vorhandenen MINT-Kompetenzen und Begabungen stärken und wahrgenommene kulturelle Attraktivitätswirksamkeitsüberzeugungen der jungen Frauen und Männer wandeln.

Steinke hat darauf verwiesen, dass für die Wirksamkeit von weiblichen Rollenvorbildern in geschlechtsuntypischen Berufen die Häufigkeit der Wahrnehmung von zentralem Stellenwert ist. „Frequent exposure to role-models is important because existing stereotypical gender schemata have been in place for many years. These schemata are resistant to new and contradictory information“ (Steinke 1998, 147).

Dies ist nicht nur durch entsprechende Laborexperimente nachgewiesen worden, sondern lässt sich auch am oben bereits genannten Beispiel der (Fernseh-) Kommissarinnen dokumentieren. Auch wenn hier keine allzu einfachen monokausalen Zusammenhänge unterstellt werden sollen und es an entsprechenden empirischen Untersuchungen in Deutschland bisher fehlt, wird man dennoch vermuten dürfen, dass der seit 2000 eingeleitete Kommissarinnen- und Polizistinnen-Boom auf dem Bildschirm wesentlich dazu beigetragen hat, dieses Berufsfeld auch für junge Frauen in der Realität „salonfähig“ zu machen und Vorstellungen über die Passfähigkeit dieser Berufe zu weiblichen Kompetenzen und zum weiblichen Sozialcharakter breitenwirksam zu verändern und somit nicht nur junge Frauen, sondern auch ihre Eltern und Peers davon zu überzeugen, dass der Beruf des Kommissars oder des Schutzpolizisten sich auch für Frauen eignet – entgegen der zuvor öffentlichen und berufständischen Meinung.

Dass Medien insbesondere durch ihre fiktionalen Programmbereiche das Interesse an Berufen wecken und damit auch das Studienwahlverhalten nachhaltig beeinflussen können, zeigt der Beitrag von Corinne Marrinan, Writer-Producerin der Fernsehserie „CSI“, einer der auch hierzulande außerordentlich erfolgreichen amerikanischen Serienproduktionen, in dieser Broschüre. Dieser CSI-Effekt wurde nicht nur für die USA, sondern jüngst von Keuneke, Graß & Ritz-Timme (2010) auch mit Blick auf deutsche Verhältnisse nachgewiesen.

Gestaltungsspielräume für die Stoffauswahl – Ausgewählte Ergebnisse einer Befragung von Filmschaffenden

**Prof. Dr. Marion Esch,
Dr. Christoph Falkenroth**

Ziele der Befragung

Welche Gründe dafür ausschlaggebend sind, dass in einer Hightech-Nation wie Deutschland MINT-Berufe trotz ihrer gesellschaftlichen Bedeutung und der deutschen Stärken im Bereich der MINT-Forschungs- und Entwicklungsleistungen nach wie vor symbolisch kaum existent sind, wurde im Rahmen der Projektinitiative durch eine Befragung von Filmschaffenden erkundet.

Anders als in den journalistischen Programmbereichen sind das redaktionelle Geschehen und das Funktions-, Aufgaben- und Qualitätsverständnis, Kriterien für die Stoffauswahl, bisher wenig erforscht worden. Damit bleiben auch die Gründe für die nachgewiesene weitgehende symbolische Nicht-Existenz der MINT-Welt und die Gestaltungsspielräume für mehr MINT und geschlechtsuntypische Rollenmodelle weitgehend ungeklärt.

Die von Kammann, Jurkuhn & Wolf 2007 veröffentlichten Ergebnisse der von der Friedrich-Ebert-Stiftung in Auftrag gegebenen Bestandsaufnahme zur Qualität des öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramms kommt entsprechend zu folgendem Ergebnis: „Generell ist es so, dass Informationsprogramme von der sozialwissenschaftlichen Forschung auf Qualitätskriterien in alle Richtungen analysiert werden, Fiktion und Unterhaltung dagegen wesentlich seltener (vgl. exemplarisch Breusing 1999, 94–110). Hier sind die Kriterien viel weniger stark entwickelt. Normative Kriterien zählen hier in geringerem Maße, Fragen des Handwerks und der Publikumsakzeptanz hingegen fallen stärker ins Gewicht“ (Kammann et al. 2007).

Vor diesem Hintergrund erkundet die Befragung

- Aspekte des beruflichen Funktions-, Aufgaben- und Qualitätsverständnisses von professionellen Drehbuchautoren/-innen, Produzenten/-innen und Sendervertreter/-innen

- die Gründe für das verengte Berufsspektrum und die symbolische Nicht-Existenz von MINT und geschlechtsuntypischen Berufsrollenmodellen in fiktionalen Fernsehformaten in Deutschland
- Maßnahmen, die von Filmschaffenden als hilfreich für mehr MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Fernsehformaten erachtet werden.

Die explorativ ausgerichtete Studie verbindet methodisch qualitative Interviews mit programmverantwortlichen Redakteuren/-innen der fünf großen Sender, mit Vertretern/-innen senderabhängiger und unabhängiger Produktionsfirmen und mit sehr erfolgreichen Drehbuchautoren/-innen mit einer halbstandardisierten schriftlichen Befragung von professionellen Drehbuchautoren/-innen (online/postalisch). Insgesamt wurden 25 Interviews durchgeführt. Im Rahmen der schriftlichen Befragung wurden 759 Autoren/-innen angeschrieben. Mit 21% erreichte die schriftliche Befragung eine erfreulich hohe Rücklaufquote. 75 weibliche und 81 männliche Drehbuchautoren/-innen beantworteten den Fragebogen vollständig. 90% der Befragten arbeiten länger als drei Jahre als Autor/-in. 76% sind überwiegend hauptberuflich tätig. D.h. die Zielgruppe professioneller Autorinnen und Autoren konnte sehr gut erreicht werden.

Funktions- und Aufgabenverständnis von Filmschaffenden

Autoren/-innen nehmen gesellschaftlichen Einfluss von Spielfilmen und Serien als hoch war

Danach befragt, ob sie der Aussage zustimmen, dass Spielfilme und Serien geeignet sind, wichtige Themen zu transportieren, gibt die ganz überwiegende Mehrheit der Befragten an, dass sie dieser Aussage *zustimmen* bzw. *außerordentlich zustimmen*. Frauen stimmen der Aussage mit 77% zu noch höheren Anteilen als Männer zu (68%). Nur 6,4% der Befragten

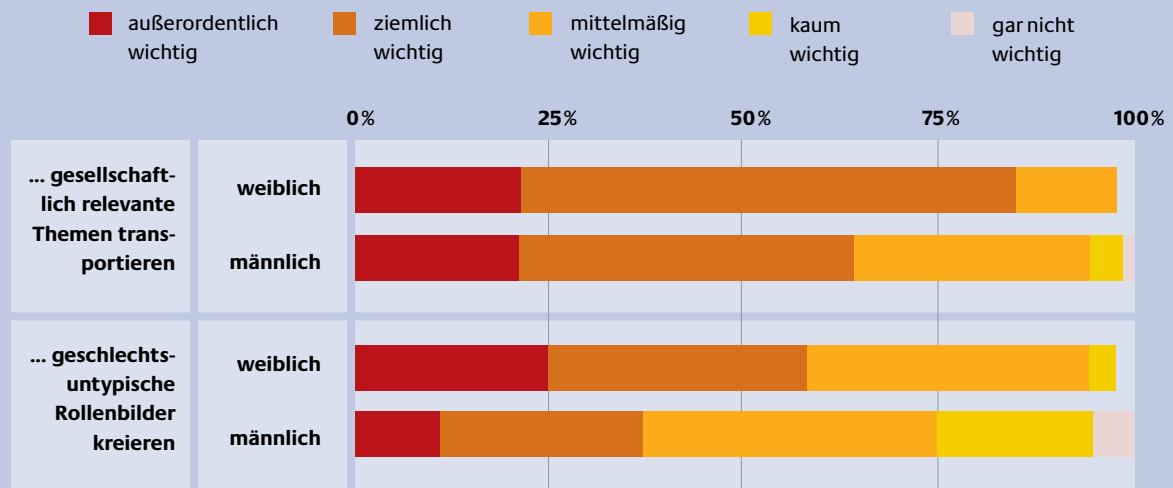
halten Spielfilme für *kaum* oder *gar nicht* geeignet, wichtige Themen zu transportieren.

Der Aussage, dass Spielfilme geeignet sind, geschlechtsuntypische Rollenvorbilder zu kreieren, stimmen deutlich weniger Befragte *außerordentlich* oder *eher* zu. Gleichwohl ist mit 56% die Mehrheit *eher* oder *außerordentlich* davon überzeugt, dass

diese Fernsehformate dazu geeignet sind. Auch hier stimmen der Aussage mit 60% mehr Frauen als Männer *eher* und *außerordentlich* zu. Der Aussage, dass positive gesellschaftliche Wirkungen erzielt werden können, stimmen mit 44,2% weitaus weniger zu. Zudem gehen bei dieser Frage die Meinungen von Autoren und Autoren/-innen besonders weit auseinander.

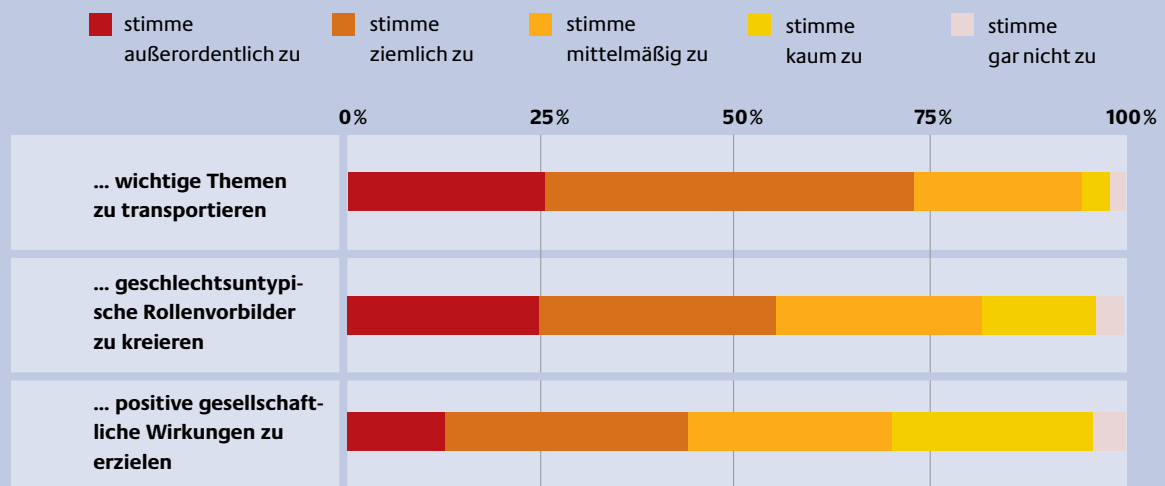
Abb. 15: Persönliches Funktions- und Aufgabenverständnis nach Geschlecht der Autoren/-innen:

(N=156, Angaben in Prozent, fehlende Werte zu 100%: keine Angabe)



Funktions- und Aufgabenverständnis der Autoren/-innen: Spielfilme und Serien sind geeignet...

(N=156, Angaben in Prozent, fehlende Werte zu 100%: keine Angabe)



Stark ausgeprägter gesellschaftlicher Gestaltungswille bei Autoren/-innen

In eine ähnliche Richtung weist die Beantwortung der Frage, wie wichtig es den befragten Autoren/-innen persönlich ist, in ihren Drehbüchern gesellschaftlich relevante Themen aufzugreifen und geschlechtsuntypische Rollenmodelle zu kreieren (vgl. Abb. 15). Die ganz überwiegende Mehrheit gibt an, dass es Ihnen *außerordentlich wichtig*, bzw. *ziemlich wichtig* ist, gesellschaftlich relevante Themen aufzugreifen. Auch hier ist mit 82% der Anteil von Frauen, denen dies *außerordentlich wichtig* bzw. *ziemlich wichtig* ist, deutlich höher als der der Männer (64%).

Gleichstellungspolitischer Gestaltungswille weniger ausgeprägt und vor allem bei Autorinnen vorzufinden

Demgegenüber ist der Anteil derer, denen es *wichtig* bzw. *sehr wichtig* ist, geschlechtsuntypische Rollenmodelle zu kreieren, weitaus geringer. Insgesamt ist dies für 47% ein *wichtiges* bzw. *sehr wichtiges* Anliegen. Der Anteil von Frauen, denen dies *außerordentlich wichtig* bzw. *ziemlich wichtig* ist, liegt bei 58%, während nur knapp 30% der männlichen Befragten angeben, dass es ihnen *außerordentlich wichtig* bzw. *ziemlich wichtig* ist, geschlechtsuntypische Rollenmodelle zu kreieren.

Redakteure/-innen und Produzenten/-innen betonen Entspannungsfunktion von Spielfilmen und Serien

Bei den befragten Redakteuren/-innen und Produzenten/-innen ist der Wunsch und Wille, durch Serien und Spielfilme prosoziale Wirkungen zu erzielen, deutlich geringer ausgeprägt als bei den befragten Autoren/-innen. Die Mehrzahl betont hier die Entspannungsfunktion fiktionaler Medien.

„Das ist ja sozusagen ziemlich verschwunden, dass man die Bevölkerung durch Fernsehen belehrt... Autoren schreiben nicht mit dem Impetus, die Gesellschaft zu verändern, sondern etwas Neues zu machen.“ (Zitat Redaktionsleiter/-in). Eine andere/r Programmbereichleiter/-in konstatiert: „Wenn wir erzählen, dann tun wir auch gerne etwas, was zum Eskapismus taugt...“.

Einen ausdrücklichen Bezug auf den Bildungsauftrag der öffentlich-rechtlichen Sender nimmt keiner der Befragten. Gleichwohl nimmt die Mehrzahl der Befragten durchaus in Anspruch, für soziale Grundwerte einzustehen und relevante gesellschaftliche Themen aufzugreifen. Von allen Vertretern/-innen von Sendern und Produktionsfirmen wird als zentraler Auswahl Gesichtspunkt für Geschichten genannt: „Die Geschichte muss gut sein.“

Im Rahmen der Interviews bestätigte sich auch der einleitend erwähnte Befund von Kammann et al., dass Qualität und Erfolg von Serien und Spielfilmen in erster Linie an handwerklich-dramaturgischen Kriterien und an der Quote bemessen werden, nicht am Erreichen von prosozialen Zielen oder Bildungseffekten. Dies geschieht bei Vertretern/-innen der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten durchaus auch in dem Bewusstsein, dass in einer überalterten Gesellschaft die Ausrichtung an der Quote dazu einlädt, sich am unterstellten oder auch tatsächlichen Publikumsgeschmack der über 60-Jährigen (Frauen) zu orientieren, die die Mehrheit des Stammpublikums bilden.

„Die Quote scheint das Verlässlichste zu sein... auf diese Bibel wird geschworen. Und klar, auch deswegen, weil darin für uns eine Stabilität liegt, das sind ja stramme Zahlen, das sind Millionen, und hinter diesen Millionen soll verschwinden, dass es sich im Wesentlichen um Menschen über 60 handelt. Das wollen wir natürlich nicht so richtig wahrhaben.“ (Zitat Programmbereichleiter/-in)

Zugespitzt formuliert hat dies an anderer Stelle Martin Berthoud, Programmplaner des ZDF: „Die Jungen gewinnen, ohne die Alten zu verprellen“ funktioniert in einem fragmentierten Markt nicht.“ (Berthoud 2008, 21)

Autoren/-innen zeigen sich mit der Innovationsbereitschaft von Sendern und Produzenten/-innen und mit der Qualität von Spielfilmen und Serien im hohen Maße unzufrieden.

Bewertung der Arbeitssituation und der Arbeitsergebnisse

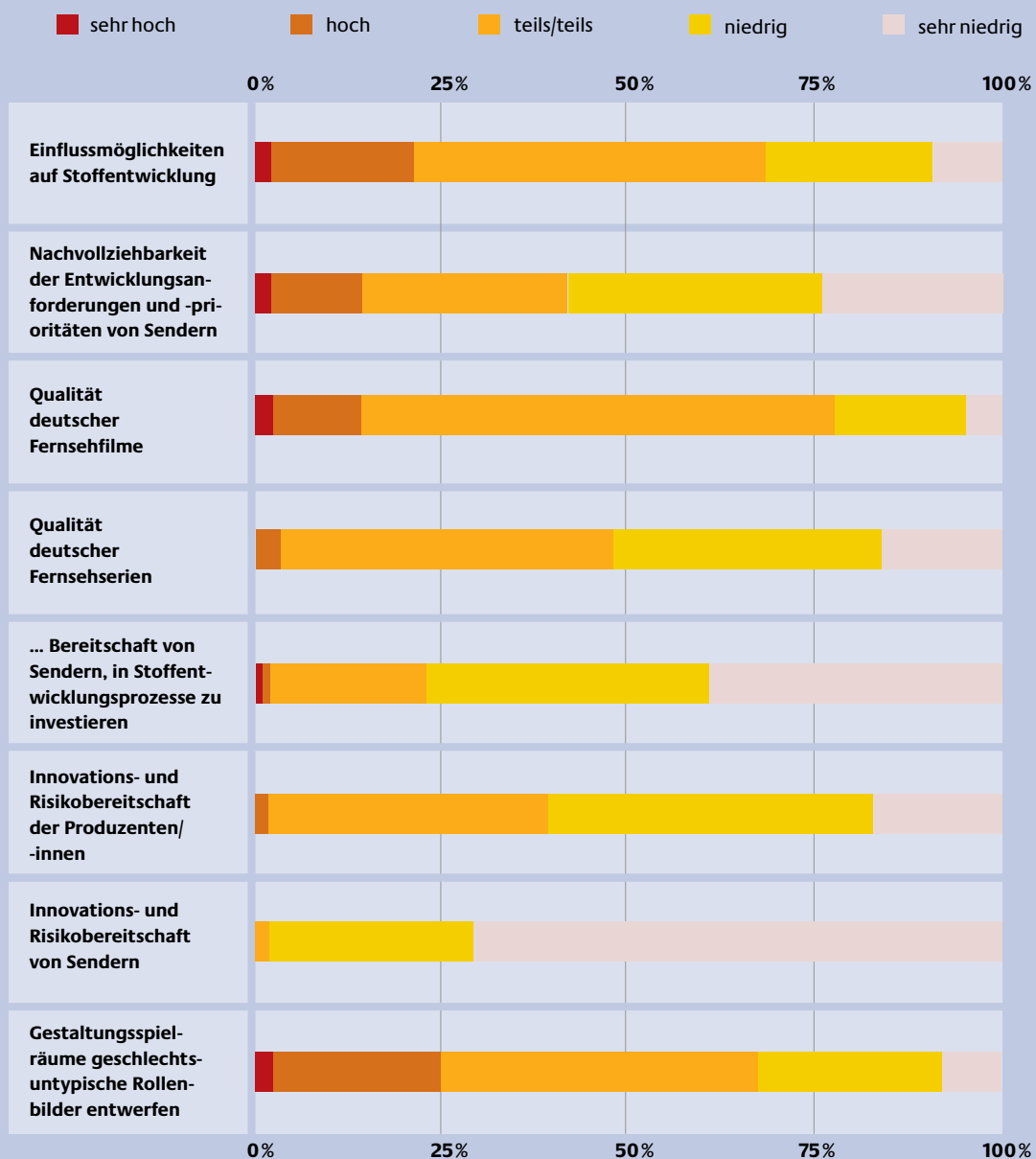
Innovationsbereitschaft und Qualität – Autoren/-innen bewerten Sender und Produzenten/-innen kritisch und können Entwicklungsprioritäten nicht nachvollziehen

Die Bereitschaft von Sendern, in Stoffentwicklungsprozesse zu investieren, beurteilen 75,6% der Befragten als *niedrig* bis *außerordentlich niedrig*, 20,5% mit *teils/teils*. Nur 0,6% sind der Meinung, dass die Investitionsbereitschaft *hoch* bis *sehr hoch* ist.

Das Urteil der Autoren/-innen zur Innovations- und Risikobereitschaft der Sender fällt noch ernüchternder aus. 96,8% halten die Innovations- und

Abb. 16: Bewertung der Arbeitssituation und -ergebnisse durch Autoren/-innen

(N=154, gültige Angaben in Prozent)



Risikobereitschaft der Sender für *niedrig* bis *sehr niedrig*, 1,3% für *mittelmäßig*.

Geringfügig besser fällt die Bewertung der Produktionsfirmen aus. Deren Innovations- und Risikobereitschaft halten 61% der Autoren/-innen für *niedrig* bzw. *sehr niedrig*, ein knappes Drittel der Befragten halten hier die Entwicklungsanforderungen für *wenig* oder *sehr wenig* nachvollziehbar.

Ist es Autoren/-innen ein ausgeprägtes Anliegen, gesellschaftlich relevante Themen aufzugreifen und geschlechtsuntypische Rollenmodelle zu kreieren, fällt das Urteil, welche Gestaltungsspielräume ihnen in ihrer täglichen Arbeit dazu gegeben sind, deutlich ernüchternder aus. Danach befragt, wie groß sie ihre persönlichen Gestaltungsspielräume wahrnehmen, geschlechtsuntypische Rollenmodelle zu kreieren, geben nur 25% der Autoren/-innen an, dass sie ihre Spielräume, geschlechtsuntypische Rollenmodelle zu kreieren, als *hoch* bzw. *sehr hoch* wahrnehmen.

Nur 21% der Befragten nehmen ihren Einfluss auf die Stoffentwicklung als *sehr hoch* bis *hoch* wahr. Gut 58% attestieren Sendern nicht nachvollziehbare Entwicklungsanforderungen und -prioritäten. Die Qualität deutscher Fernsehproduktionen wird entsprechend ebenfalls sehr kritisch bewertet. Nur knapp 4% der Autoren/-innen sind der Meinung, deutsche Fernsehserien seien qualitativ *hochwertig* (*sehr hochwertig*: 0%). Kaum besser wird die Qualität deutscher Fernsehfilme beurteilt: Nur 14% halten sie für *hoch* oder *sehr hoch*.

Gründe für ein verengtes Berufsspektrum und symbolische Nicht-Existenz von MINT und geschlechtsuntypischen Berufsrollenmodellen

Welche Gründe sind für die weit reichende symbolische Nicht-Existenz ausschlaggebend?

Die befragten Autoren/-innen wurden gebeten, den Grad ihrer Zustimmung zu vorgegebenen Antwortmöglichkeiten anzugeben.

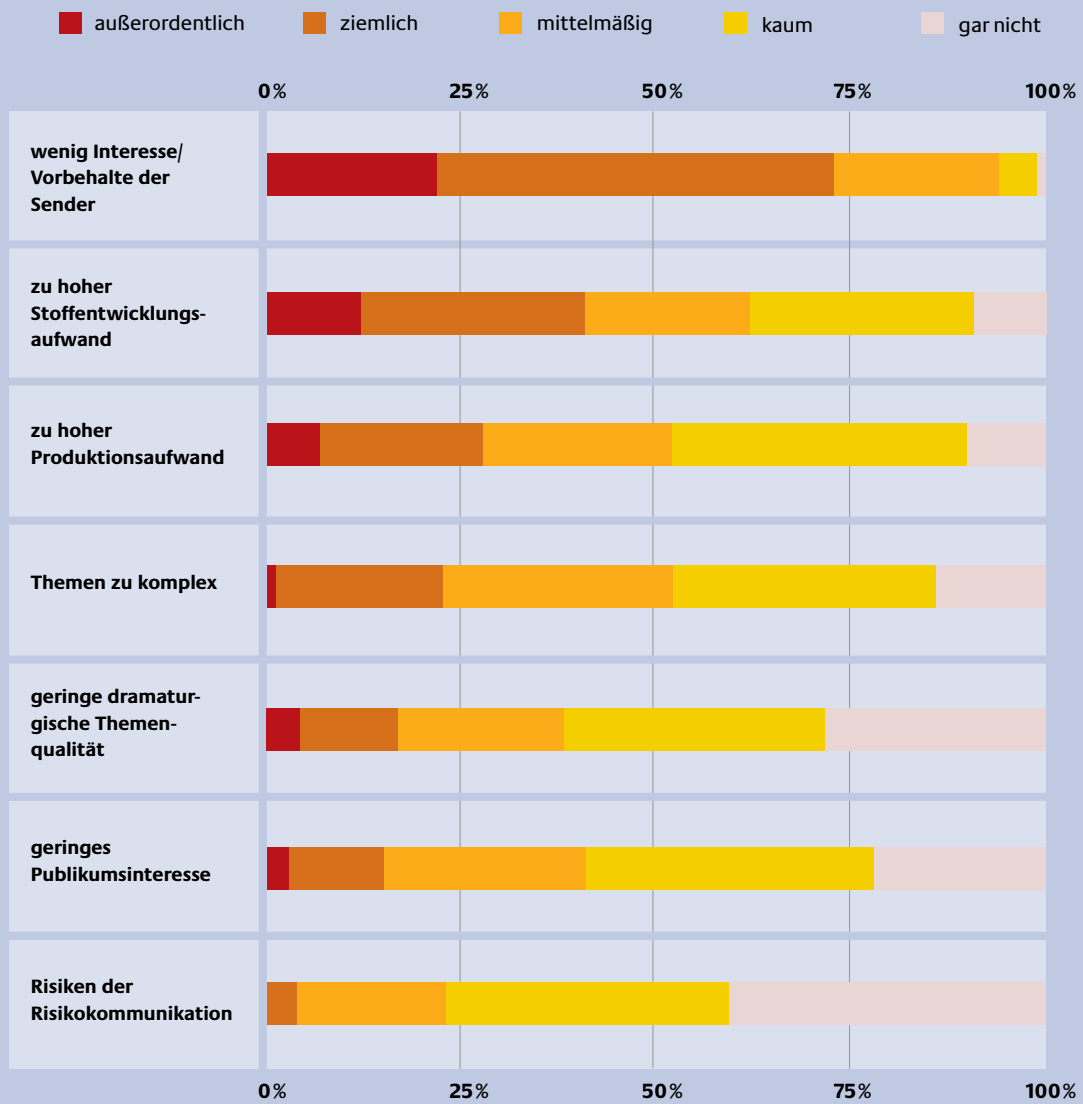
Autoren/-innen nehmen Vorbehalte der Sender als zentrale Barriere wahr

Die ganz überwiegende Mehrheit der Befragten ist der Überzeugung, dass das geringe Interesse bzw. Vorbehalte der Sender ausschlaggebend für die weitgehende symbolische Nicht-Existenz von MINT-Berufen sind. 71,8% stimmen dieser Aussage *eher* zu oder *außerordentlich* zu.

Weitaus geringer, aber dennoch vergleichsweise hoch fällt mit 37,7% der Zustimmungsgrad und -anteil zur Aussage aus, der zu hohe Stoffentwicklungsaufwand sei ein Grund für die Unterrepräsentanz. Der Aussage, dass das Publikumsinteresse für MINT in fiktionalen Formaten zu gering ist, stimmen nur 32,1% zu. Der weitaus größere Anteil von 50% der Befragten stimmt dem *gar nicht* bis *kaum*, 16% *mittelmäßig* zu. 27% stimmen der Aussage *sehr* bzw. *außerordentlich* zu, dass der zu hohe Produktionsaufwand ein wichtiger Grund ist.

Der zu hohen Themenkomplexität von MINT-Themen als Grund stimmen nur 23% *eher* bzw. *außerordentlich* zu. Noch weniger Zustimmungsgrad und -anteil finden mit 16,7% die Aussagen, dass die zu geringe dramaturgische Themenqualität und die Risiken der Kommunikation von MINT-Chancen und -Risiken sowie der schwierige Umgang mit Ängsten und Hoffnungen des Publikums ein Grund für die geringe Repräsentanz sein könnte.

Abb. 17: Gründe für verengtes Berufsspektrum und symbolische Nicht-Existenz von MINT- und geschlechtsuntypischen Berufsrollenmodellen aus Sicht der Autoren/-innen (Zustimmung, N=154, gültige Angaben in Prozent)



Vorbehalte in Redaktionen und Produktionen durchaus vorhanden

Die von den schriftlich befragten Autoren/-innen mehrheitlich wahrgenommenen Vorbehalte von Sendern gegenüber der MINT-Welt und MINT-Berufen werden im Rahmen der Interviews mit Vertretern/-innen der Sender und sendereigenen Produktionsfirmen durchaus bestätigt. So konstatierte der/die Projektentwickler/-in einer sendereigenen Produktionsfirma: „Es gibt ja bestimmte Be-

rufe in Serienformaten wie Juristen, Förster, Pastoren, Schauspieler, Ärzte, da geht es natürlich um Berufe, die in verschiedener Hinsicht als gesellschaftlich relevant oder vorbildhaft betrachtet werden. Das sind ethische Werte, die in der Gesellschaft fest verankert sind und die damit auch Rollenvorbilder ergeben, denen man gerne folgt.“

Vom gesellschaftlichen Nutzen von MINT-Berufen war der/die Befragte hingegen weitaus weniger überzeugt. Unter den befragten Redakteuren/

-innen waren aber nicht nur skeptische und klischeehafte Vorstellungen von MINT-Berufen und ein geringes Interesse an MINT-Themen anzutreffen, sondern auch die Überzeugung, dass MINT-Themen ein nur geringes Publikumsinteresse versprechen.

„Wissenschaft und Technologie, diese Wörter, das wirkt so kalt. Das wirkt auch für die meisten Zuschauer kalt... Ich will keinen Fernsehfilm machen zu einem wissenschaftlichen Thema und genau erklären, wie das alles zusammenhängt, weil, das würde niemanden interessieren, auch schon mich nicht. ... Kinderarmut ist ein Thema, das geht mir persönlich sehr viel näher, als wenn ich denke, da gibt es ein Defizit in den Wissenschaften.“ (Sendervertreter/-in)

Von einem/r anderen Programmentscheider/-in wird der hohe Anspruchsgehalt von Stoffen mit MINT im Zentrum für das Publikum und für die Stoffentwickler/-innen als Grund für die starke Unterrepräsentanz genannt. *„Wenn wir erzählen, dann tun wir auch gerne etwas, was zum Eskapismus taugt... Und mit allem, was Naturwissenschaft und Technik bedeutet, da muss man ein bisschen was lernen und verstehen. Wenn man darüber angemessen erzählen will, dann muss es auch in den Fakten stimmen. Und das tut ja auch ein bisschen, nun ja, nicht weh, aber das strengt ein bisschen an.“*

Einige der Befragten äußerte in diesem Zusammenhang zudem die Auffassung, dass sich insbesondere junge Frauen durch MINT-Themen und Frauenfiguren in MINT-Berufen nicht angesprochen fühlen würden, sondern hohes weibliches Publikumsinteresse nur durch „die Liebe“ zu erreichen sei.

„Es ist völlig wurscht, welche Frauenfigur man sich vornimmt, es muss eine große Liebesgeschichte dabei sein, Drama, es muss Tragik dabei sein.“ (Redakteur/-in)

Eine/r der befragten Redakteure/-innen bestätigt ausdrücklich, dass das Interesse an MINT-Themen in Spielfilm- und Serienredaktionen seiner/ihrer Beobachtung nach eher gering ausgeprägt ist und äußerte in diesem Zusammenhang auch die Überzeugung, dies sei auch Folge des hohen Frauenanteils in Redakteurs-Berufen: *„Die Stärke der Präsenz von Frauen in diesen Redakteurs-Berufen liegt genau in der Abwendung von z. B. Naturwissenschaften. Und sie reproduzieren das auch wieder.“*

Auf Vorbehalte und geringes Vorwissen zur MINT-Welt in deutschen Fiktionsredaktionen wird auch durch folgende Einschätzungen von Produzenten/-innen und Producer/-innen verwiesen: *„Angenommen, ich würde mir eine neue Figur überlegen, ein Konzept machen, und ich gehe damit zum Sender und sage, die neue Figur ist Biochemikerin, dann würden die wohl wortlos den Raum verlassen, weil die sich darunter nichts vorstellen können.“* (Daily-Soap-Producer/-in)

„Ich wette, wenn Sie mit einer Redaktionsleitung sprechen würden, die erste Antwort, die kommt, wäre: ‚Das ist unsexy‘.“ (Autor/-in, Produzent/-in)

„Die Schwierigkeit ist: Wie kann ich was zeigen? Ingenieure vorm Rechner sitzen zu sehen ist langweilig.“ (Produzent/-in)

„Wenn ich mir vorstelle, da geht jemand zur Arbeit, wenn der da mit jemandem redet, dann verstehe ich nicht, worüber er redet, oder er rührt in irgendwelchen Kolben oder so, das ist eben nicht wirklich bildhaft.“ (Daily-Soap-Producer/-in)

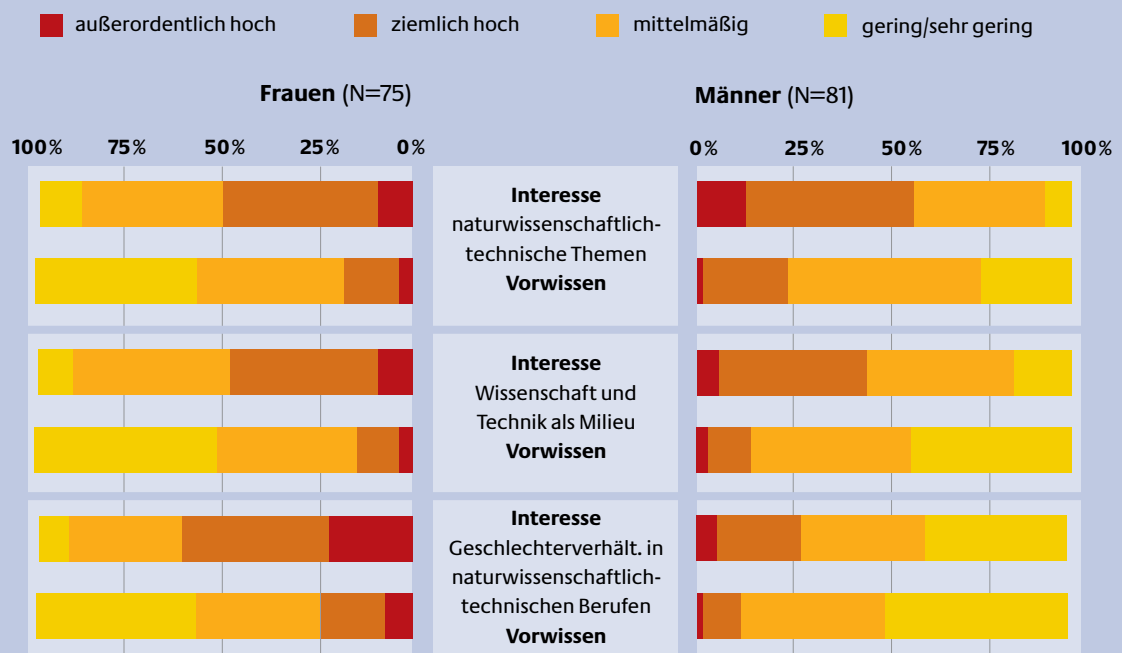
Geringes Vorwissen – aber durchaus hohes Interesse der Filmschaffenden

Auch wenn sich einige wenige der Befragten nicht nur skeptisch im Hinblick auf den gesellschaftlichen Nutzen von MINT-Berufen, sondern auch auf die Publikumsattraktivität von MINT-Welten und Frauen in MINT-Berufen zeigen, ist nach den Ergebnissen der Befragung die symbolische Nicht-Existenz von MINT-Berufen nicht in erster Linie das Resultat einer zielbewussten Auswahl-Entscheidung gegen MINT-Themen, -Milieus und -Berufe. Sie sind vielmehr das Resultat

- einer auf Ressourcenschonung abgestellten Programmpraxis, die z. B. in den Daily Soaps und Telenovelas darauf ausgerichtet ist, möglichst wenige Drehorte zu benötigen und viele Orte (vorzugsweise Restaurants und Cafés) zu kreieren, an denen Menschen sich begegnen können
- einer Ausrichtung am allgemein Bekannten, Vertrauten, gut Darstellbaren und Visualisierbaren
- einer Konzentration auf Berufsmilieus, in denen immer neue Fälle zu bearbeiten sind und die

Abb. 18: MINT und Chancengleichheit – Interesse und Vorwissen der Autoren/-innen

(N=155, gültige Angaben in Prozent)



damit gute Chancen zur Serialisierbarkeit bieten (Krankenhäuser, Kommissariate, Gerichte, Anwaltskanzleien)

- des geringen Vorwissens der vornehmlich kultur- und geisteswissenschaftlich ausgebildeten Filmschaffenden, das einhergeht mit z. T. klischeehaften und stereotypen Vorstellungen und einem unterstellten Mangel an Schauwerten, visueller Darstellungsattraktivität und Serialisierbarkeit von MINT-Berufen
- eines gering ausgeprägten Problembewusstseins für das verengte Berufsspektrum und die weitgehende symbolische Nicht-Existenz der MINT-Welt und deren unbeabsichtigten Nebenwirkungen auf die beruflichen Orientierungen von Jugendlichen.

In der überwiegenden Mehrheit haben sich die Befragten sehr interessiert gezeigt, mehr über die Welt von Naturwissenschaft und Technologie und über Fragen von Chancengleichheit in diesem Bereich zu erfahren. Dies gilt nicht nur für die interviewten Redakteure/-innen,

Programmentscheider/-innen und Produzenten/-innen, sondern auch für die Autoren/-innen. Auch hier zeigt sich, dass das Wissen zu MINT-Themen, -Milieus und Geschlechterkonstellationen bei Autoren/-innen eher gering ist – das Interesse daran aber dennoch hoch.

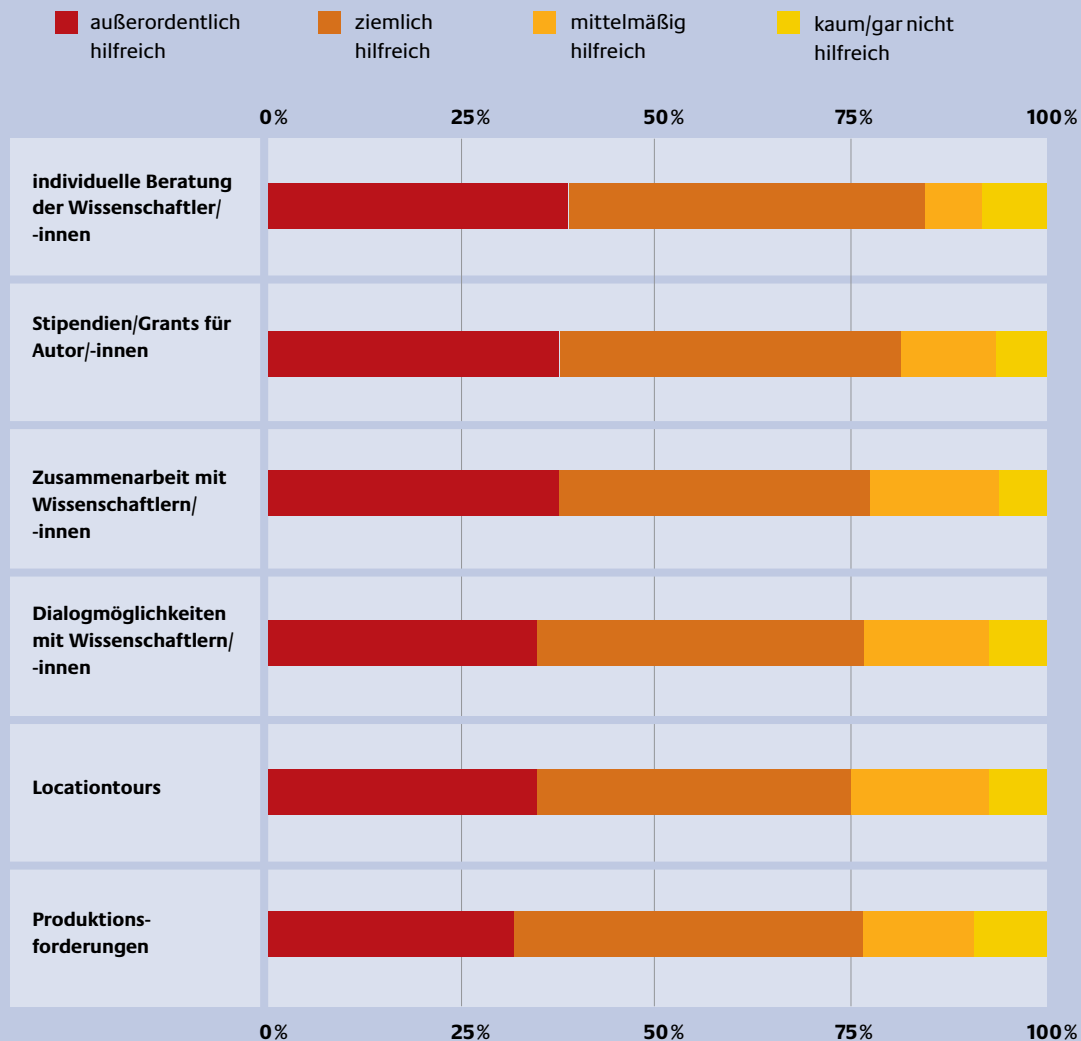
Mehr als die Hälfte (53,2%) der Befragten bekundet ein *ziemliches* bis *außerordentliches* Interesse an naturwissenschaftlich-technischen Themen. Lediglich 9,0% zeigen *gar kein* bzw. *kaum* Interesse. Gleichzeitig schätzen aber nur knapp 22% ihr Vorwissen als ziemlich hoch ein.

Knapp die Hälfte (47%) der Befragten interessiert sich für Wissenschaft und Technik als Milieu, fast ebenso hoch (45%) ist der Anteil derjenigen, die über kaum Vorwissen in diesem Bereich verfügen.

Interesse an Geschlechtsrollenkonstellationen in naturwissenschaftlich-technischen Berufen bekunden 44%, 45% haben hier *kaum* oder *gar kein* Vorwissen.

Abb. 19: Hilfreiche Maßnahmen für mehr MINT und Chancengleichheit

(N=155, gültige Angaben in Prozent)



Interesse an Chancengleichheitsfragen bei Autorinnen deutlicher ausgeprägt

Ist das Interesse der weiblichen Befragten an MINT-Themen nur geringfügig geringer und das Interesse an Wissenschaft als Milieu geringfügig höher als das ihrer männlichen Kollegen, unterscheidet sich das Interesse der männlichen und weiblichen Befragten an Geschlechterkonstellationen ganz erheblich: Geben knapp 60% der weiblichen Befragten ihr Interesse an Geschlechterkonstellationen als *ziemlich* und *außerordentlich hoch* an, zeigen sich

nur etwa 27% der männlichen Autoren *sehr* bzw. *außerordentlich* interessiert. 25% der Frauen und nur 12% der Männer stufen ihr Vorwissen in diesem Bereich als *eher* und *ziemlich hoch* ein.

Hilfreiche Maßnahmen für mehr MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Fernsehformaten

Dialog und Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern/-innen hoch erwünscht

Zu den Maßnahmen, die laut Meinung der Autoren/-innen hilfreich bzw. außerordentlich hilfreich sind, um die Entwicklung naturwissenschaftlich-technischer Themen und die Schaffung neuer weiblicher Rollenvorbilder für TV-Spielfilme, Mehrteiler und Serien zu unterstützen, gehören

- eine Vermittlungsstelle für individuelle Beratung durch einschlägige Wissenschaftler/-innen (85%)
- Stipendien/Grants für Autoren/-innen zur Recherche und Stoffentwicklung (81%)
- die Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern/-innen bei der Stoffentwicklung (77%)
- Produktionsförderungen (76%)
- Dialogmöglichkeiten mit Wissenschaftlern/-innen zu interessanten Forschungen (76%)
- Locationtours zu Forschungseinrichtungen und Unternehmen (75%)
- Workshops und Fortbildungsangebote (55%)
- Aufarbeitung und Diskussion von Best-Practice-Beispielen (52%).

Die skizzierten Befragungsergebnisse fordern Wissenschaftsorganisationen nachdrücklich dazu auf, für Filmschaffende Möglichkeiten zum Dialog mit Wissenschaftlern/-innen und zu Einblicken in die MINT-Welt zu bieten und so dem unterstellten Mangel an Schauwerten, visueller Darstellungsattractivität und Serialisierbarkeit von MINT-Berufen entgegenzutreten. Werden die journalistischen Programmbereiche von Wissenschaftlern/-innen und Wissenschaftsorganisationen zielgerichtet adressiert, fehlt es in Deutschland an der Schnittstelle von Science und Fiction an etablierten Dialogstrukturen und -kulturen. Die hohe Intransparenz des Wissen-

schaftssystems und fehlende Recherchezugänge für Autoren/-innen und Redakteure/-innen, die an die Spezifika fiktionaler Stoffentwicklung angepasst sind, erschweren den Zugang.

Dass unter diesen Umständen Wissenschaft und Technologie von Autoren/-innen eher gemieden werden, da es auch genügend andere interessante Geschichten und Handlungskontexte gibt, die ihnen leichter zugänglich sind und für die es Vorbilder und manifeste Anhaltspunkte für hohe Publikumsattraktivität und senderseitige Akzeptanz gibt, ist nachvollziehbar. Das unterstreicht, dass hier gezielt Anreize geschaffen werden müssen, um die Entwicklungsrisiken für Autoren/-innen zu minimieren und auch Sender durch geeignete Maßnahmen zu entsprechenden Programminnovationen zu motivieren.

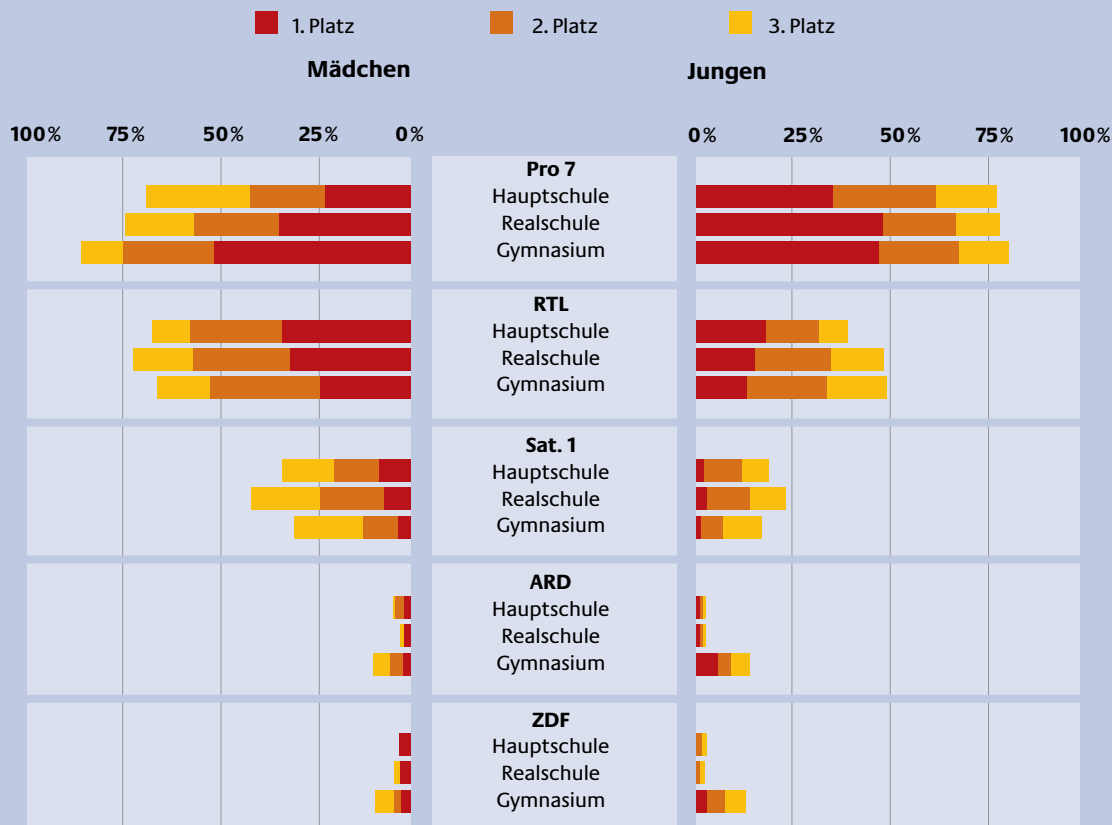
Die Ergebnisse der Befragung weisen in diesem Zusammenhang auch darauf hin, dass solange, wie die Qualität von fiktionalen Programmen primär an der Einschaltquote bemessen wird und sich ein hoher Anteil des älteren weiblichen Publikums etwa mit Rosamunde-Pilcher-Verfilmungen erreichen lässt, offenbar kein wirklicher Anreiz besteht, sich am Geschmack des jugendlichen Minderheitenpublikums auszurichten und in Programminnovationen und die Bildungsqualität von fiktionalen Programmen zu investieren.

Mit dem auch in öffentlich-rechtlichen Sendern fehlenden Bezug auf den Integrations- und Bildungsauftrag in den fiktionalen Programmbereichen fehlt es auch an systematischen Kriterien und Prioritäten für die Auswahl von Themen, Milieus und Berufs- bzw. Geschlechts-Rollenmodellen. Dies lädt dazu ein, die „gute Geschichte“ zum zentralen Auswahl Gesichtspunkt für die Programmpraxis zu machen und sich an persönlichen Geschmacksvorlieben und am unterstellten Publikumsgeschmack des überalterten Stammpublikums zu orientieren.

Entsprechend fällt nicht nur das Urteil der Autoren/-innen zur Innovationsbereitschaft der Sender und zur Qualität deutscher Serien und Spielfilme ernüchternd aus, sondern auch das Urteil von Jugendlichen.

Abb. 20: Lieblingssender: von Jugendlichen / Top 3

Angaben in %, differenziert nach Geschlecht und Schulzweig



Die in der Abbildung dargestellten Ergebnisse zu den Senderpräferenzen Jugendlicher zeigen, dass Jugendliche im Spektrum aller deutschen Sender die Privatsender gegenüber den öffentlich-rechtlichen Sendern ARD und ZDF deutlich bevorzugen. Nach ihren drei Lieblingssendern befragt, nimmt ProSieben insbesondere in der Gruppe der höher gebildeten männlichen und weiblichen Jugendlichen die Spitzenstellung ein. Demgegenüber liegen ARD und ZDF über alle Bildungsgruppen hinweg weit abgeschlagen auf den hinteren Rangplätzen. In Umkehrung traditioneller Annahmen, die den öffentlich-rechtlichen Anstalten ein höheres

Anspruchs- und Qualitätsniveau zuweisen und den privaten Sendern gern die Rolle als Fernsehen für bildungsferne Schichten zuschreiben, zeigen die Ergebnisse zu den jugendlichen Senderpräferenzen, dass sich in höheren Bildungsschichten – und insbesondere in der Gruppe der höher gebildeten jungen Frauen – mit ProSieben jener Privatsender der mit Abstand größten Publikumsgunst erfreut, der auch den mit Abstand geringsten Anteil an fiktionalen Eigenproduktionen aufweist und ganz überwiegend amerikanische Erfolgsserien und Spielfilmproduktionen ausstrahlt.

MINT und Chancengleichheit – Stoff für attraktive Fernsehformate?



CSI: Crime Scene Investigation – Wissenschaft und Gender im fiktionalen Krimi-Format

Dass eine Krimiserie die Absolventinnenzahlen eines Studienfachs in die Höhe schnellen lässt, passiert nicht sehr häufig. Die Fernsehserie „CSI: Crime Scene Investigation“, die am 6. Oktober 2000 erstmalig in den USA auf Sendung ging und inzwischen die erfolgreichste Forensik-Krimiserie weltweit ist, zeitigte diesen Effekt. In ihr spielen weibliche Gerichtsmedizinerinnen eine Hauptrolle – ein Umstand, der bei jungen Frauen nachweislich zu einem verstärkten Interesse am Studium der Forensik geführt hat.

„Wenn man das Glück hat, der breiten Masse seine Geschichten erzählen zu können, ist es essentiell wichtig, sein Bewusstsein wachzuhalten und diese Haltung auch bei der Arbeit nicht zu verlieren, selbst wenn diese Arbeit von kommerziellen Interessen dominiert wird... Die Tatsache, dass man jede Woche die gespannte Aufmerksamkeit von 30 Millionen Menschen auf sich zieht, verleiht ziemlich viel Macht. Dieser Macht muss man sich bewusst sein – und verantwortungsvoll mit ihr umgehen.“

Corinne Marrinan ist sich der Implikationen, die ihre Arbeit als Autorin der weltweit erfolgreichsten TV-Serie mit sich bringt, bewusst, verhehlt gleichzeitig aber nicht, dass der „positive CSI-Effekt“ ein zunächst unbeabsichtigter Nebeneffekt war. „Als jemand, der von Anfang an dabei war, werde ich nicht so tun, als sei die Serie mit dem Ziel angetreten, sich mit dem Thema ‚Gender‘ auseinanderzusetzen.“

Neben den akribischen gerichtsmedizinischen Untersuchungen waren bereits in der von Anthony E. Zuiker geschriebenen Pilotfolge der Serie Forensikerinnen ungewohnt stark präsent, Frauen also, „die sich auch mal dreckig machen, ihr Hirn nutzen und jede Menge Kriminelle zur Strecke bringen“. Dieses Konzept entsprach nicht dem, was man von Mainstream-Krimiserien gewohnt war.

In bis zu diesem Zeitpunkt existierenden Serien waren Forensiker Randfiguren, die nur gelegentlich auftauchten, um den Kommissaren Analysen mitzuteilen, die aus ihrer teilweise abstoßenden Tätigkeit resultierten. Eine Forensikerin war noch weitaus

seltener anzutreffen – was den Gegebenheiten in der realen Berufswelt, die überwiegend von Männern dominiert wurde, entsprach. Das wissenschaftliche Tun dieser Randfiguren erstmals zum Angelpunkt einer Serie zu machen und gleichzeitig starke weibliche Kommissarinnen in Hauptrollen zu präsentieren erschien als sehr ungewöhnlich. „Die allgemeine Einschätzung war: So etwas will im Fernsehen niemand sehen.“ Ungewöhnlich war darüber hinaus, dass in „CSI“ anfänglich so gut wie gar nichts über das Privatleben der Protagonisten/-innen erzählt wurde. Es ging zunächst ausschließlich um den jeweiligen Kriminalfall, abgesehen von gelegentlichen Andeutungen, wurde alles Private ganz bewusst vermieden. Nach zahlreichen Rückschlägen stieg schließlich der amerikanische Sender CBS, wenn auch nur zögerlich, in die Produktion von „CSI“ ein, sendete den Piloten aber auf einem wenig attraktiven Sendeplatz.

Allen Erwartungen zum Trotz reagierte das Publikum derart positiv auf die Pilotfolge, dass die Verantwortlichen bei CBS zunächst der Meinung waren, die Auswertung der Einschaltquoten müsse fehlerhaft sein. Eine noch größere Überraschung war der Umstand, dass insbesondere Frauen zwischen 25 und 45 Jahren extrem starkes Interesse



Corinne Marrinan arbeitete zehn Jahre lang als „Associate Producer“ und Autorin für die amerikanische Erfolgsserie CSI. Sie produziert darüber hinaus Dokumentarfilme. Für den Film „A Note Of Triumph: The Golden Age Of Norman Corwin“ erhielt sie im Jahr 2006 einen Oscar.



an der Serie zeigten. „Damit hatte“, so Corinne Marrinan, „die Serie ihr Publikum gefunden. Die Charaktere Sara Sidle und Catherine Willows waren unglaublich beliebt. Offenbar war das Publikum gerne bereit, nicht-traditionelle Rollen für Frauen an diesem speziellen Arbeitsplatz zu akzeptieren.“

Von Anfang an wurden die Kreativen professionell geschult und beraten, bereits in der ersten Staffel war mit Elizabeth Devine ein ehemaliges Mitglied eines echten Spurensicherungsteams als Beraterin Teil des Entwicklungsteams. Die meisten Autorinnen und Autoren der Serie nahmen als Teil ihrer Vorbereitung an einer Leichenschau teil, um die realen Abläufe kennenzulernen. Kontinuierlich klären Berater/-innen aus unterschiedlichen Gebieten über aktuelle Entwicklungen hinsichtlich der Untersuchungsmethoden und -technik auf. Nahezu alle genutzten Technologien existieren laut Corinne Marrinan im Wesentlichen tatsächlich, „allerdings gibt es in den USA kein Labor, abgesehen wahrscheinlich von dem des FBI in Quantico, das derart mit ausgeklügelter Hochtechnologie vollgestopft

und entsprechend finanziell ausgestattet ist, wie das CSI-Labor in Halle 24 der Universal Studios.“

Bei der Entwicklung der einzelnen Episoden wird versucht, die Fakten so akkurat wie möglich darzustellen. Dennoch gibt es zwangsläufig Punkte, an denen von der Realität aufgrund dramaturgischer Notwendigkeiten abgewichen werden muss, speziell in Bezug auf bestimmte Zeitabläufe. „Die Führung eines komplexen Beweises aufgrund einer DNA-Analyse etwa kann in Wirklichkeit Wochen und Monate dauern, damit man am Ende ein belastbares Ergebnis vorweisen kann. Das kann in einer 44-Minuten-Episode natürlich nicht funktionieren.“ Aus solchen Verkürzungen resultiert mitunter auch ein „negativer CSI-Effekt“, wenn etwa „Jurys in Gerichtsverhandlungen dieselben Untersuchungstechnologien und Effizienzgrade erwarten, die sie aus dem Fernsehen kennen“.

Ebenso wichtig wie die Darstellung möglichst korrekter Arbeitsweisen ist für Corinne Marrinan die Entwicklung der weiblichen Frauenfiguren in

der Serie, denn sie ist überzeugt davon, „dass viele junge Frauen nach positiven Rollenvorbildern geradezu hungern und solche Figuren brauchen, um sich an ihnen zu orientieren und ihnen in ihrer eigenen Zukunft nachzueifern.“ Daher geht es nicht darum, unrealistische Superheldinnen zu kreieren, denn „Figuren, die keine Fehler oder Probleme haben, sind nicht so furchtbar interessant. Die Autoren und Autorinnen wollten in der Lage sein, auch die Verletzlichkeiten der weiblichen Figuren zu zeigen, ohne ihre Integrität dadurch infrage zu stellen.“

Besonders in diesem Zusammenhang nahmen die Kreativen anfangs die Hilfe von Elizabeth Devine in Anspruch, die Erfahrungen aus ihrem eigenen Berufsleben einbrachte. So konnte etwa die Figur der Sarah Sidle, der Anfängerin im CSI-Team, „mit charakteristischen Merkmalen und Gefühlsregungen ausgestattet werden, die typisch für eine Anfängerin sind, die sich in diesem Beruf zurechtfinden muss, der durchaus traumatisch und psychisch sehr belastend sein kann.“ Die Figur der Catherine Willows, eines erfahrenen Mitglieds im Team, wurde so ebenfalls mit sehr realistischen Charakterzügen versehen. „In beiden fiktionalen Charakteren ist also jeweils ein Anteil der echten Elizabeth Devine enthalten.“

Wenn bei den weiblichen Hauptfiguren in der Serie Verletzlichkeiten thematisiert werden, passiert dies laut Corinne Marrinan „nahezu ausschließlich im Zusammenhang mit ihren Geschlechterrollen. Dass derlei Themen direkt angesprochen werden, garantiert den Figuren aber eine Unabhängigkeit von stereotypen Rollen... Sowohl Sarah wie auch Catherine versuchen immer wieder ganz bewusst, ausgetretene Pfade zu verlassen. Dasselbe lässt sich von den Schauspielerinnen sagen, die diese Rollen verkörpern, von den Autoren und Autorinnen, die sie erfinden, und von den Regisseuren, die sie inszenieren.“ Dass dadurch etwa das ‚althergebrachte‘ Ideal, ein Ermittler müsse sich dem Opfer immer unparteiisch und unemotional nähern, durchbrochen wird, ist gewollt und veranlasst Corinne Marrinan zu einer Vermutung: „Da emotionales Schubladendenken als Wesenszug mehr mit dickhäutigen Männern assoziiert wird, zeigt vielleicht gerade der Umstand, dass zunehmend Frauen sich diesem Berufsfeld zuwenden, dass etwas Mitgefühl genau so nützlich sein kann wie emotional unbeteiligt zu sein.“

Neben den spannend erzählten Fällen ist das Figurenensemble in „CSI“ ein entscheidender Faktor für den weltweit überragenden Erfolg. Der Effekt dieses Erfolgs bestand in den Jahren nach der Erstausstrahlung nicht nur in der Entwicklung und Etablierung der zwei parallel laufenden Spin-Offs „CSI Miami“ und „CSI New York“ – deren verantwortliche Showrunner allesamt Frauen sind. Bis heute zeigt sich der CSI-Effekt darin, dass die Forensik als spezielles Fachgebiet in den USA sehr stark ins öffentliche – und weibliche – Bewusstsein gerückt ist. Highschools bieten hier inzwischen Forensikkurse an, „in denen häufig praxisnahe Pseudountersuchungen stattfinden, die von örtlichen Vollzugsbeamten geleitet werden“, und amerikanische Pfadfinderorganisationen veranstalten „Finde den Beweis“-Wettbewerbe.

Besonders auffällig ist der CSI-Effekt im Bereich der professionellen Gerichtsmedizin und deren Ausbildung. Laut Corinne Marrinan sind es „in den USA heute zu 75 % Frauen, die die forensischen Studiengänge an den Universitäten absolvieren. Seit dem Jahr 2000 bedeutet das einen Zuwachs von 64 %. Frauen haben aktuell mehr als 60 % der Arbeitsplätze in den forensischen Laboren inne... Es muss einen Zusammenhang geben zwischen dem, was Mädchen und junge Frauen in dieser Serie gesehen haben, und dem Ansteigen des Interesses von Frauen an einer Karriere im Bereich Forensik. Vielleicht glauben sogar einige tatsächlich, dass sie, wenn sie nur erst einmal Forensikerinnen geworden sind, in Stöckelschuhen und Prada-Klamotten am Tatort erscheinen, dass ihr Haar und ihr Make-up nach einer Doppelschicht immer noch fantastisch aussehen – aber die meisten wissen wohl doch ganz genau, dass das nur Hollywood-Magie ist.“

Wenngleich Corinne Marrinan zugibt, dass die meisten Mordopfer bei „CSI“ aus Gründen der Fernsehtauglichkeit immer noch „attraktive junge Frauen in Unterwäsche“ sind, konstatiert sie dennoch: „Heute stellen wir fest, dass attraktive Frauenfiguren weitaus mehr sind als eine dekorative Zutat oder die Angebetete für die männliche Hauptrolle.“ Sie ist davon überzeugt, „dass die Entwicklung starker weiblicher Figuren in der fiktionalen Fernsehserie ‚CSI‘ die Möglichkeiten für Wissenschaftlerinnen in der Realität positiv beeinflusst hat. In der fiktionalen Welt von CSI hat die Zukunft für weibliche Wissenschaftler schon begonnen.“

Der Knick im Spiegel. Realität und Rollen

In den 80ern hätte man jeden Film, jede Talkrunde, jede Dokumentation und jede Unterhaltungsshow aus einer feministischen Perspektive kritisieren können. Ich selbst beließ es als Fernsehkritikerin bei gelegentlichen Seitenhieben, weil ich damals noch Anhängerin der Spiegel-Theorie war, derzufolge die Realität von einem Medium wie dem Fernsehen gespiegelt wird, es also nichts dafür kann, wenn Frauen nicht aufsteigen, und es auch nicht seine Aufgabe ist, dafür zu werben.

Natürlich wusste ich, dass die Sache mit der Spiegeltheorie nicht vollkommen wörtlich zu nehmen war, aber einiges hatte sie doch an sich, und vom Fernsehen zu verlangen, Frauen so zu zeigen, wie sie womöglich in zwanzig Jahren sein würden, erschien mir als unangemessen. Das bedeutete aber nicht, dass ich die Charakterisierung von Frauen als Heimchen, z. B. in einer Serie, unkommentiert lassen würde. Aber es bedeutete den Verzicht auf Zumessung einer Avantgarde-Funktion des Mediums bei Rollenentwürfen für Frauen.

Bis ich eines Tages in einem Laden einen Spiegel mit einem Knick entdeckte. In der unteren Hälfte war eine Art Keil aus Spiegelglas eingearbeitet. Dieser Knick in der Optik des Spiegels reflektierte nicht, was vor ihm lag, sondern was sich neben und unter ihm abzeichnete, oder – um die Metapher für unsere Zwecke zu differenzieren: die noch oder schon verborgene Realität der Zukunft oder der Vergangenheit. Für den Versuch, das Verhältnis von Medien und Realität zu beschreiben, scheint mir dieser Spiegel sehr viel besser geeignet als ein herkömmlicher. Medien können eben doch vorausschauen, reanimieren, in den Zeiten springen, und sie haben die Möglichkeit – in ihrem Knickbereich sozusagen – die Utopie aufblitzen zu lassen. Also darf man sie auch härter kritisieren, wenn sie das über lange Fristen konstant verweigern.

Wir sprechen hier über die Möglichkeit, die Fernsehredaktionen haben, Stoffe zu entwickeln, in denen Frauen sich in neuen Tätigkeitsfeldern beweisen. Die MINT-Fächer (Mathematik, Infor-

matik, Naturwissenschaft und Technik) und die Berufsperspektiven, die sich daraus ergeben, sind ein solches Feld, das als frauenfern gilt und deshalb auch relativ selten zum Bezugsfeld weiblichen Ehrgeizes wird. Das deutsche Fernsehen spiegelt diesen Zustand sozusagen knick-frei, es zeigt uns in Serien und Spielfilmen vorwiegend Frauen, die von Beruf Galeristinnen, Designerinnen, Journalistinnen usw. oder in klassischen Frauenberufen wie Lehramt, Medizin oder Gastwirtschaft tätig sind. Kommissarinnen sind hier eine Ausnahme.

Wenn wir uns unter Gender-Aspekten die Lebenswirklichkeit in unserer Welt ansehen, können wir vereinfacht erkennen:

These 1: Frauen sind auf Männer bezogen.

These 2: Männer sind auf die Welt bezogen.

Differenzierung von These 1: Frauen sind auch auf Familie im weiteren Sinn und auf die damit verbundene Alltäglichkeit bezogen sowie auf wachsende Ausschnitte von Welt in den letzten Dekaden.

Differenzierung von These 2: In der Welt, auf die Männer bezogen sind, kommen auch Frauen vor.



Barbara Sichtermann ist Schriftstellerin und Publizistin und arbeitet als freie Autorin für den Rundfunk und verschiedene Printmedien. Bekannt wurde sie als Fernsehkritikerin der „Zeit“.

Eine einfache Interpretation lautet: Das Lebensthema von Frauen ist der Mann bzw. die Liebe. Das Lebensthema von Männern ist die äußere Welt bzw. die Auseinandersetzung mit anderen Männern. Im Leben von Frauen kommt auch Welt vor, es wird sogar zunehmend welthaltiger, aber die Bezogenheit auf den Mann bleibt zentral. Im Leben von Männern kommt zunehmend auch Familie vor. Sie brauchen dafür aber die Unterstützung einer Frau. Was folgt aus diesem Szenario für das fiktionale und das unterhaltende Fernsehprogramm?

Wenn Fernsehen vom Knick her spiegeln, also auch zukunftssträchtige Frauenrollen zeigen will, so muss es die wachsende Welthaltigkeit weiblicher Lebensentwürfe im Blick behalten und die Bezogenheit auf den Mann lockern. Von daher fällt kein gutes Licht auf Telenovelas die „Anna und die Liebe“ oder „Hannah – folge deinem Herzen“ heißen, oder auf Filme nach Rosamunde Pilcher und Co., bei denen Frauen zwar öfter interessante Berufe haben, aber nicht von ihren beruflichen Tätigkeiten her inszeniert werden, sondern fade und wenig abenteuerlich von ihrer Bezogenheit auf den Mann und die Liebe her. Doch es seien nicht nur die zutiefst kitschigen Liebesdramen und -komödien verdammt, sondern auch all jene aufwendigen Show-Wettbewerbe, in denen Frauen als Trägerinnen von Sex-Appeal im Mittelpunkt stehen, bis sich herausstellt, wer die Schönste ist. Die Schönste aber ist nicht einfach nur die Schönste, sondern sie bekommt den Prinzen. Darum geht es.

Dass Casting-Shows wie „Germanys Next Top Model“ eine gigantische Inszenierung der Bezogenheit von Frauen auf den Mann darstellen, wird bei aller „normalen“ Kritik daran nicht gesehen. In letzter Instanz geht es um die Freude des Mannes beim Anblick der weiblichen Schönheit und um seine Bereitschaft, sich den Genuss etwas kosten zu lassen – und sei es ein Jawort. Der Mann als Begutachter jener erotischen Valeurs, die ihn an Frauen vor allem interessieren, führt in sehr vielen Unterhaltungsprogrammen, auch in den auf dieser Konferenz diskutierten und von mir sehr geschätzten Serien wie *CSI*, insgeheim die Regie.

Wenn man heraus will aus der Mann-Bezogenheits-Falle, muss man auch den überinszenierten weiblichen Sex-Appeal in Fernsehshows und -serien ansprechen – der allerdings nur dann wirklich bedenklich wird, wenn er Dreh- und Angelpunkt des



weiblichen Vorhandenseins ist, wie in den Casting-Shows. Bei *CSI* kann man etwas Nachsicht walten lassen. Bei den erwähnten Shows eher nicht.

Der unbedingt anti-emanzipative Effekt der unehrlich-kitschigen Liebesfilme lässt sich sehr gut festmachen an einer Analyse der zu den liebenden Frauen gehörenden Männerfiguren. Fast immer sind diese klischiert, konturlos und lebensfern. Grund dafür ist die zugrunde liegende Basis-Lüge: „Das Wichtigste im Leben eines Mannes ist die (,richtige‘) Frau.“ Denn das Wichtigste im Leben eines Mannes sind die anderen Männer, mit denen er bei seinem Kampf um Posten oder auch ums Überleben zu tun hat. Wenn er eine Frau in diesem Szenario unterbringen kann – umso besser für ihn. Aber sie hat nicht den zentralen Platz inne. Für sie selbst sieht oder sah es anders aus: ohne Mann keine glückliche Frau. Der Liebesfilm täuscht aber eine Gleichheit der Lebensziele vor – was dann zu

verunglückten Männerfiguren führt wie dem Galan im Liebesfilm. Selbst bessere und teure Kinofilme hinterlassen das schale Gefühl eines Mangels an Wahrhaftigkeit. Und schließlich: Wer würde eine Serie einschalten, gar produzieren, die „Karsten – folge deinem Herzen“ hieße, oder: „Erwin und die Liebe?“ Die Absurdität solcher Titel macht das ganze Elend klar.

Es ist nützlich, sich bei der Betrachtung von Rollen und Realität und den Fragen nach dem Zuschnitt von Frauenlaufbahnen auf dem komplexen Feld der Männer, umzusehen, z.B. bei Kathryn Bigelow's Oscar-prämiertem Film „The Hurt Locker“. Der Film zeigt in quasi-dokumentarischer Manier einen Trupp amerikanischer Soldaten, der im Irak Bomben entschärft. Protagonist James erlebt alle mörderischen Schrecken, die denkbar sind, kehrt gleichwohl nach dem Ende seiner Dienstzeit und einem Heimaufenthalt bei Frau und Kind zurück an diesen Ort seiner Bewährung und seiner Kameraden – trotz Lebensgefahr. Nur hier kann er sein, der er sein will.

James kennt sich mit Sprengstoff aus und mit Elektronik, er ist, kurz gesagt, ein MINT-Mann. Der gesamte MINT-Bereich, um dessen Eroberung durch Frauen auch auf dem Weg des Rollenvorbildes es ja bei der MINTiFF-Konferenz geht, ist männlich konnotiert, und die Konsequenzen dieser Tatsache sind ein viel stärkerer Hinderungsgrund für Frauen auf diesen Feldern als eine angebliche Minderbegabung. Männer sind in den meisten Zusammenhängen gerne unter sich, und sie mögen es nicht, wenn Frauen sich gleichberechtigt in einer ureigenen männlichen Domäne aufhalten. Das gilt nicht für alle Informatiker, Ingenieure und Bombenentschärfer, aber die Grundstimmung ist auf weiten Strecken noch so. Dieser Gender-Aspekt wirkt auch auf die Entwickler von Stoffen in den Redaktionen der Fernsehsender. Hier ist die Grundstimmung wichtig, und sie macht sich perfiderweise oft geltend, ohne dass die Beteiligten wüssten, ob und wie.

Zudem sind MINT-Fächer als trocken verschrien. Die US-Serien *CSI* und *Crossing Jordan* haben hierauf schon eine positive Antwort gefunden. Die Idee war,

einen Krimi von der Pathologie und der Spurenanalyse her zu erzählen, die Protagonisten sind ausgestattet mit weißen Kitteln und Pinzetten. Und überall sind Frauen dabei – kompetent, erfahren, gleichberechtigt. Diese Drehung – weg von der Straße, hinein ins Labor – war genial, sie hat MINT als moderne Technik in den Krimi, und sie hat Frauen nicht immer bloß als Opfer, sondern als Ermittlerinnen in den Krimi gebracht.

Aber die unterstellte Trockenheit ist es gewiss, die Mädchen heute vom Studium der MINT-Fächer abhält, und mit Verweis darauf haben die Kreativen in den Redaktionsstuben, die einen Stoff mit einer

„Wer würde eine Serie einschalten, gar produzieren, die ‚Carsten – folge deinem Herzen‘ hieße, oder: ‚Erwin und die Liebe‘?“

Mathematikerin als Heldin ablehnen, wiederum gute Argumente. Das Fernsehen als Programm-Maschine operiert in diesen Fragen mit einem Spiegel ohne Knick. Es nimmt nicht wahr, was sich anbahnt oder was bald Realität sein

könnte. Es würde im Knick-Bereich Mädchen entdecken, die Mathematik-Spitzenleistungen erbringen, Computerprogramme entwickeln, die Physikerin geworden sind und dann noch Bundeskanzlerin, Mädchen, die schon vor 150 Jahren für ein Medizinstudium ihre Familie verlassen haben. Wenn das kein dramatischer Stoff ist!



Diesen Mädchen stehen Zuschauerinnen gegenüber, die sich gern mit einer Frau im weißen Kittel statt im aufreizendem Outfit identifizieren; sogar Männer finden es dann wieder spannend, wenn Frauen etwas können, anstatt bloß etwas herzuzeigen. Die neuen Umriss, die der Knick im Spiegel zeigt, die Frau mit dem Mikroskop anstatt mit der Apfeltorte, sie fasziniert gleichermaßen, von ihr würde man gern mehr erfahren. Und sich dabei gut unterhalten.

MINT und Chancengleichheit – (Kein) Stoff für deutsche Fernsehformate?

Eine Diskussion mit Christian Balz, Ivo-Alexander Beck, Orkun Ertener, Gebhard Henke und Hannah Hollinger.

Wie beurteilen Filmschaffende das bildungspolitische Potenzial von Fernsehfilmen und -serien und die Innovationskraft im deutschen Fernsehen? Welche Gründe sind ausschlaggebend dafür, dass die ausgeprägte deutsche MINT-Kultur bisher wenig Eingang in das fiktionale Erzählen in Deutschland gefunden hat? Wie bewerten Filmschaffende Gestaltungsspielräume für mehr MINT und weibliche Rollenmodelle in geschlechtsuntypischen Berufen?

In ihrer Anmoderation zur Podiumsdiskussion stellte Barbara Sichtermann die Frage: Wo ist die verborgene Innovationskraft, die unter anderem dazu gebraucht wird, mehr MINT ins Fernsehen zu bringen?

Gebhard Henke weist den pauschalen Vorwurf der mangelnden Innovationsbereitschaft öffentlich-rechtlicher Sender zurück. Für ihn sind entscheidende Fragen: „Inwiefern sind Medien für Eskapismus wichtig?“ und

„Wie komme ich zu qualitätsvollen Filmen?“ Für qualitätsvolle Filme ist MINT seines Erachtens zwar ein wichtiges, aber nur eines unter anderen wichtigen Themen, die diverse gesellschaftliche Gruppierungen an ihn herantragen. Durch solche Anstöße von außen entstehen für ihn durchaus interessante Gespräche und Gedankengänge über Themen, die vorher nicht in seinem Fokus waren. Gleichzeitig sieht er aber auch

„Ich bin fest davon überzeugt, dass schlechte Filme die Menschen dumm machen und dass gute Filme irgendetwas bewirken. Wenn ich daran nicht glauben würde, könnte ich meinen Beruf nicht ausüben.“

Gebhard Henke

die Autorenschaft in der Pflicht: „Wir sind ja auch nur so gut wie die Autoren und Autorinnen, die für uns schreiben oder Vorschläge machen.“

Dass auch das Bewährte nicht zugunsten zwingender Innovation vernachlässigt werden darf, ist ein weiterer Aspekt. Mit zweifellos vorhandenen Bedürfnissen auch junger Menschen nach Formaten wie „Verbotene Liebe“ oder „Sturm der Liebe“ „muss man sich als jemand, der Massenpublikum bedient, auseinandersetzen“ – ohne dass dies gleichzusetzen ist mit der Aufgabe des eigenständigen Denkens.

Hinter all dem steckt für Gebhard Henke durchaus „Sendungsbewusstsein“ im besten Sinne: „Ich bin fest davon überzeugt, dass schlechte Filme die Menschen dumm machen und dass gute Filme irgendetwas bewirken. Wenn ich daran nicht glauben würde, könnte ich meinen Beruf nicht ausüben. Aber ich kann es im Gegensatz zu anderen nicht wissenschaftlich beweisen.“ Dass es auch ohne Anstoß von außen zur Präsenz von Wissenschaft in fiktionalen Formaten und innovativen Erzählformen kommen kann, macht Gebhard Henke anhand des Beispiels der starken Rolle, die die Pathologie im „Münster-Tatort“ spielt, deutlich. Sie wurde aufgrund einer normalen Recherche vor Ort wesentlicher Bestandteil der Reihe – für ihn ein gelungenes Beispiel des Credo „More of the same, but different“ in einem Format, das seit vierzig Jahren existiert. Er bezweifelt, dass man allein durch die Entdeckung neuer Forschungsmethoden oder Input aus der Wissenschaft zwangsläufig zu etwas Neuem kommt. „Es ist leicht, ein Thema zu finden, es



Prof. Gebhard Henke ist Leiter des Programmbereichs Fernsehfilm, Kino und Serie des WDR, ARD-Tatort-Koordinator und Mitglied der Gemeinschaftsredaktion ARD-Hauptabendserien. Seit 2001 ist er außerdem Professor für „Kreatives Produzieren“ an der Kölner Kunsthochschule für Medien.

ist sehr schwer, eine gute Geschichte zu erzählen.“ Er konzediert, „dass Wissenschaft nicht nur trocken sein muss, sondern ungeheuer ergiebig und kreativ sein kann.“ Dennoch sind komplexe und abstrakte Themen wie MINT – ähnlich wie Wirtschaftskriminalität – seiner Ansicht nach sehr schwierig zu erzählen und deshalb nur bedingt für die Verarbeitung in fiktionalen Formaten geeignet. Es muss für ihn durch einen entscheidenden Mehrwert gerechtfertigt sein, solche Themen in fiktionalen

„Wenn man die Wissenschaftlerin heutzutage in den Vordergrund stellt, dann muss es eine Frauenfigur sein, die einen zentralen Part erfüllt, und dieser Part ist vielseitiger als nur der weiße Kittel. Da kann unter dem Kittel eben das enge T-Shirt sein. Das kann sein, muss aber nicht sein.“

Hannah Hollinger

Formaten zu behandeln. Wo dies nicht gegeben ist, lautet seine Empfehlung, sollte aus Kosten- und Qualitätsgründen lieber ein Dokumentarfilm gedreht werden. Gleichwohl sieht auch

Gebhard Henke das spezifische Potenzial fiktionalen Erzählens darin, „dass man im Fiktionalen doch auch einen großen Teil von Aufklärung leisten kann, weil ein Thema in einer Differenziertheit vorkommt, die man vorher nicht hatte, egal, ob es ein einzelner Film ist oder ein Tatort, also ein Krimi-format“.

Nach Gebhard Henke ist die ARD in diesem Zusammenhang auch bestrebt, andere Geschlechterrollenmodelle zu erzählen und Gleichstellungsfragen aufzugreifen: „Die Überforderung von Frauen in der Gesellschaft – man muss schön sein, erfolgreich sein, sich um Kinder kümmern –, das sind so viele Themen, die vor der Haustür liegen. Das sind allein noch keine guten Geschichten, aber darüber zu reden und das zu machen, das versuchen und tun wir.“

Mit Blick auf die Frage nach der Zuschauerakzeptanz erläutert Gebhard Henke, dass es auch bei solchen Themen nie allein um die Quote geht. Sie ist dennoch für ihn eine Währung, die, da sie überall in der Gesellschaft fest verankert ist, selbstverständlich auch für öffentlich-rechtliche Sender Relevanz besitzen muss. Dass die Einschaltquote bei den öf-

fentlich-rechtlichen Sendern vor allem mit älteren Zuschauern/-innen erzielt wird, ist für ihn zwar einerseits bedauerlich, andererseits entspricht es ein Stück weit den demographischen Gegebenheiten und trägt auch dem Anspruch Rechnung, den sich die ältere Zielgruppe allein schon aufgrund der Tatsache erworben hat, dass sie Rundfunkgebühren bezahlt. Nichtsdestotrotz ist es auch für ihn ein großes Problem der öffentlich-rechtlichen Sender, „dass der Generationsfaden so abgerissen ist“.

Für Hannah Hollinger ist zukünftig eine stärkere Implementierung von Wissenschaft in fiktionale Formate notwendig, schon weil sich darin neue Themen und Stoffe verbergen, die die Film- und Fernsehbranche so dringend benötigt. MINT-Themen können für sie auch im deutschen Fernsehen durchaus auch von neuen Frauenfiguren getragen werden. Ihrer Ansicht nach unterscheidet sich der Frauentypus, wie er etwa in CSI dargestellt wird, nicht so sehr von jenen Frauenfiguren, die sie selbst in ihren Stoffen erzählt. Ihr ist aber wichtig, dass solche Figuren mit all ihren Facetten, zeitgemäß und auch in ihrer Weiblichkeit dargestellt werden – nicht infolge ihrer Bezogenheit auf männliche Protagonisten, sondern aufgrund ihres Selbstbewusstseins als Ausdruck eines ästhetischen Bezugs zu sich selbst. „Wenn man die Wissenschaftlerin heutzutage in den Vordergrund stellt dann muss es eine Frauenfigur sein, die einen zentralen Part erfüllt, und dieser Part ist vielseitiger als nur der weiße Kittel. Da kann unter dem Kittel eben das enge T-Shirt sein. Das kann sein, muss aber nicht sein. Die Mischung zwischen einem Thema wie den MINT-Themen und der persönlichen Entwicklung von Frauen heutzutage muss stimmen.“



Hannah Hollinger schreibt als freie Drehbuchautorin vorrangig Fernsehspiele. Zuvor schrieb sie Konzepte und Drehbücher für diverse Serien und adaptierte Romane unter anderem von Friedrich Ani und Christine Grän. Sie ist u.a. Preisträgerin der Goldenen Kamera und des Bayerischen Fernsehpreises.

Hannah Hollinger geht es darum, „in allen Bereichen innovativer vorzugehen“, also auch hinsichtlich der Art des Erzählens angesichts des Mediums Fernsehen, das sich in Zukunft nicht nur thematisch wandeln wird. Von daher bedauert sie, dass „das Durchhaltevermögen des Fernsehens nicht besonders stabil ist“, wenn neue, innovative oder ungewöhnliche Formate „ganz schnell wieder ad acta gelegte werden“. Was serielle Unterhaltungsformate angeht, glaubt sie, dass „Vieles verbesserbar und veränderbar“ ist, die Qualität deutscher Fernsehspiele hingegen beurteilt sie als „enorm hoch“. Damit wendet sie sich explizit gegen das Ergebnis der MINTiFF-Befragung, in der die befragten Drehbuchautorinnen und -autoren sowohl deutschen Serien als auch Fernsehfilmen eine mangelhafte Qualität bescheinigen. Natürlich sind für Hannah Hollinger nicht alle heimischen Produktionen gut, dennoch: „Fernsehen bedeutet heute ein andere Auseinandersetzung mit dem Medium als noch vor 15 Jahren, wo man einfach einschaltete, und dann war das in gewisser Weise Qualität, so sagte man. Heutzutage muss man sich auseinandersetzen, aber dann findet man die Qualität auch.“

Auch in einem weiteren Punkt sieht sich Hannah Hollinger im Gegensatz zu vielen befragten Drehbuchautoren/-innen, denen zufolge die eigenen Einflussmöglichkeiten bei Stoffauswahl und -entwicklung eher gering sind. Sie selbst hat „relativ viele Einflussmöglichkeiten“ und führt das auf ihre langjährige Erfahrung zurück sowie darauf, dass sie sich „durch die Niederungen“ gearbeitet und dadurch ein entsprechendes Standing erworben hat. Sie unterscheidet zwischen der puren Unterhaltung, wie sie etwa formatierte Serien und Daily Soaps liefern, die geringe Einflussmöglichkeiten zulassen, und dem Fernseh-



Christian Balz leitete bei ProSieben von 2004 bis April 2010 die Abteilung Deutsche Fiction. Seit Mai 2010 ist er dort Vice President Deutsche Fiction.

spiel, in dem die Themen und Figuren von ihr selbst kommen und ihr persönlicher Spielraum hoch ist. In jedem Fall hängen ihrer Meinung nach die entsprechenden Möglichkeiten nicht vom jeweiligen Sender oder der Produktion, sondern auch von der Persönlichkeit des/der Autors/-in ab – und damit, ob die jeweilige ökonomische Situation Verhandlungsspielraum zulässt. Letztlich lautet Hannah Hollingers Resümee sowohl zum Thema „Mehr MINT im TV“ als auch zu Frage nach entsprechenden Frauenfiguren: „Wir müssen Innovationen im Fernsehen

finden und zulassen und uns dafür einsetzen. Und das versuchen wir.“

„Wir müssen auch eine Zukunft für das Fernsehen schaffen, und das bedeutet nicht nur, dass wir die Frauenthematik in Berufen und Positionen stärken müssen, sondern auch neue Dramaturgien finden.“

Christian Balz

Auch für Christian Balz steht hinsichtlich der Einflussmöglichkeiten,

die Drehbuchautoren und -autorinnen auf die Stoffentwicklung haben, fest, dass dies je nach Einzelfall unterschiedlich ist. Seiner Ansicht nach „findet man keinen guten Autoren, der gegen seinen Willen etwas schreibt“. Dennoch: „Bucharbeit ist immer Teamarbeit.“ Christian Balz vertritt mit ProSieben einen Sender, der an Rundfunkgebühren nicht partizipiert und als Aktienunternehmen einem hohen Kostendruck unterworfen ist. Die Frage, ob für ihn Rollenvorbilder und MINT-Themen beim Kampf um die jugendliche Zielgruppe, bei der ProSieben sehr beliebt ist, eine Rolle spielen, bejaht er ausdrücklich. Als Beleg führt er diverse erfolgreiche Katastrophenfilme an, in denen immer auch eine wissenschaftliche Expertin oder ein Experte zu den Protagonisten gehören. Abgesehen davon, dass er persönlich gerne Filme macht, die in MINT-Milieus spielen, ist für ihn aber die bedeutsamste Frage: „Was wollen junge Menschen?“ Auf diesem Hintergrund ist MINT für ihn – wie für Gebhard Henke – „vielleicht ein Faktor unter vielen, aber nicht der alles entscheidende“. Die Ansprache älterer Publikumsschichten steht für Christian Balz nicht im Fokus, da die Zielgruppe, die ProSieben erreichen will, im Alter von „14 bis 29, maximal bis 39“ liegt. Ältere Zuschauer/-innen erreicht der Sender nur dann, „wenn sich auch die bei uns jung fühlen können“.



Ivo-Alexander Beck war von 2003–2009 geschäftsführender Gesellschafter der Janus Film GmbH. Seit 2009 ist er Geschäftsführer und Hauptgesellschafter der Ninety-Minute Film GmbH in Berlin.

Bei allen Diskussionen um neue Themen darf man laut Christian Balz nicht vergessen, dass Fernsehen ein optisches Medium ist. Die Schauwerte müssen nicht nur bei der Themenwahl berücksichtigt werden, sondern auch bei der Besetzung. Insofern spielt das Äußere von Frauenfiguren in einem ProSieben-Film durchaus eine Rolle, aber definitiv nicht die Hauptrolle. „Eine

nur hübsche Darstellerin verpufft relativ schnell“, so Christian Balz, weshalb auch Absolventinnen der ProSieben Show „Germany’s Next Topmodel“ in fiktionalen Produktionen nur dann eine Chance bekommen, wenn sie auch in einem reinen Schauspiel-Casting überzeugen. Genauso wenig ist es seiner Ansicht nach möglich, heutzutage erfolgreich irgendein fiktionales Format zu etablieren, in dem die Protagonistin ohne Facetten dargestellt ist und „einseitig nur der Begehrlichkeit der Männerwelt unterliegt“. Ein Beispiel wie die Daily Soap „Verliebt in Berlin“ hat gezeigt, dass der Erfolg sich in dem Moment einstellte, in dem die Protagonistin selbstbewusst an ihrer Karriere zu arbeiten begann.

Dass der stimmigen Ausarbeitung von Figuren und Stoffen auch aus Produzentensicht besondere Bedeutung zukommt, bestätigt Ivo-Alexander Beck. Er beklagt aber gleichzeitig: „Das sorgsame Arbeiten, das Voraussetzung ist für einen guten Film, gerät aus meiner Sicht immer stärker ins Hintertreffen.“ Mit dieser Aussage stimmt er der überwiegenden Ansicht der befragten Drehbuchautoren/-innen zu, dass in Deutschland viel zu wenig in die Entwicklung von Film- und Fernsehstoffen investiert wird – auch wenn er selbst als Produzent in diesem Bereich nach eigener Aussage „relativ viel Geld“ investiert. Den Grund für das fehlende Investment vieler Produzentenkollegen/-innen und der Sender sieht er vor allem in dem Umstand, dass sich die Abläufe im Fernsehgeschäft von der Idee

bis zur fertigen Produktion in den letzten Jahren stark beschleunigt haben, der Produktionsdruck entsprechend hoch ist und für eine sorgfältige Stoffentwicklung daher – von Ausnahmen abgesehen – nicht genügend Zeit bleibt. Gleichzeitig fehlt es auch an Geld, da die Sender ca. zwanzig Prozent weniger für einen einzelnen Film bezahlen als noch vor wenigen Jahren. Einsparungen sind unausweichlich „und an der Stoffentwicklung wird eben sehr gerne gespart“, nicht zuletzt, weil „viele Produzenten denken, ‚das kann ich eh besser‘“. Ivo-Alexander Becks Plädoyer in diesem Zusammenhang ist eindeutig: „Man müsste viel mehr ausgeben. Man müsste eigentlich sagen, zehn Prozent des Umsatzes halte ich mir für Stoffentwicklung zurück.“ Die möglichen Themen, die entwickelt werden können, sind vielfältig, dabei gilt für ihn: „MINT im Film als Selbstzweck macht sicherlich keinen Sinn. Aber wenn man ein spannendes und gutes Thema findet, ist überhaupt nichts dagegen einzuwenden, dass die Heldin Ingenieurin oder Ähnliches ist.“ Generell ist, was Frauenfiguren in fiktionalen Formaten angeht, Ivo-Alexander Beck der Überzeugung, dass gerade bei den Privatsendern die Heldinnen in der Überzahl sind. Den Grund dafür vermutet er in dem Umstand, dass die über sechzig Prozent Frauen im Publikum keine „Weibchen“ sehen wollen. Frauenfiguren in seinen Filmen sind solche, die „in Anführungs-

„Grundsätzlich müssen wir viel angstfreier und innovativer werden. Fernsehen ist wahrlich nicht mehr das innovative Medium, das es vielleicht einmal war, und wenn wir dahin nicht zurückfinden, werden auch die Zuschauer wegbleiben.“

Ivo-Alexander Beck

strichen ihren Mann stehen, die nicht Objekt sind, sondern die sich rausarbeiten, raus wollen aus ihrem Dilemma... Frauen, die wir zusammen mit Autorinnen und Auto-

ren entwerfen, sind sicher emanzipierte Frauen.“ Ivo-Alexander Becks abschließendes Fazit, auch in Bezug auf mehr MINT-Themen und moderne Frauenfiguren im Fernsehen, lautet: „Grundsätzlich müssen wir viel angstfreier und innovativer werden. Fernsehen ist wahrlich nicht mehr das innovative Medium, das es vielleicht einmal war, und wenn wir dahin nicht zurückfinden, werden auch die Zuschauer wegbleiben“ – mit entsprechenden Folgen für alle Beteiligten.

Orkun Ertener glaubt nicht, dass es in den Sendern Entscheider/-innen gibt, die bewusst etwa weibliche Rollenklischees perpetuieren wollen. Er vermutet, „dass wir alle versuchen, an bestimmten Sendeplätzen für ein bestimmtes Publikum bestimmte Geschichten immer wieder zu erzählen – same, but different.“ Insofern wird auch die Krimiserie CSI – als Vorbild für eine gelungene Integration weiblicher Protagonisten – durch ihre Ansiedlung in einem Spannungskontext vor allem den „Erfordernissen des Fernsehens“ gerecht. Diese spezifischen Erfordernisse sind wichtig, ganz gleich, welche Themen verarbeitet werden sollen. Eine der wesentlichen Fragen im Zusammenhang mit Überlegungen zu Themensetzung und Stoffentwicklung lautet für Orkun Ertener: „Haben wir ein Fernsehen, auch ein öffentlich-rechtliches Fernsehen, das ganz differenziert und regelmäßig verschiedene Dinge ausprobiert? Oder reduzieren wir uns?“

Wenn es darum geht, Neues auszuprobieren und zu wagen, warnt Orkun Ertener davor, die Diskussion dadurch zu überfrachten, dass gleichzeitig über MINT-Themen, über MINT-Themen verkörpernde Frauenfiguren und die Erfordernisse des Fernsehens geredet wird. Er sieht die Gefahr, dadurch unrealistische Erwartungen zu schüren, aus denen dann entsprechend unrealistische Frauenfiguren resul-

tieren. In diesem Zusammenhang stellt sich für ihn die Frage: „Haben wir in Deutschland eine Tradition, realistisch zu erzählen, wie in den USA? Was ist erfolgreich in Deutschland, und wie viel Realitätsgehalt haben unsere Stoffe?“ Er bezweifelt, dass in den Redaktionen über Dinge wie positive Rollenvorbilder wirklich nachgedacht wird, sondern mutmaßt, dort gehe es vor allem darum, was Erfolg verspricht. Seiner Ansicht nach bedarf

es, unabhängig von der Frauenthematik, einer Diskussion darüber, wie man ganz konkret mehr MINT ins Fernsehen bekommen kann. Grundbedingung

„Man muss sich bei solchen Dingen auch das Scheitern erlauben, das heißt: Jede Innovation ist mit der Möglichkeit des Scheiterns verbunden, und das bedeutet, man muss auch Risikokapital einsetzen.“

Orkun Ertener

dafür ist seines Erachtens der Mut, ein Risiko einzugehen und dieses auch zu finanzieren: „Man muss sich bei solchen Dingen auch das Scheitern erlauben, das

heißt: Jede Innovation ist mit der Möglichkeit des Scheiterns verbunden, und das bedeutet, man muss auch Risikokapital einsetzen.“



Orkun Ertener arbeitet seit 1994 als freier Autor, Drehbuchautor und Creative Producer. Er schreibt u.a. Fernsehspiele, Reihen und Serien, ist Lehrbeauftragter an diversen Filmhochschulen und unter anderem Träger des Civis-Medienpreises und des Grimme-Preises.

Soaps, Telenovelas und Serien als Impulsgeber gesellschaftlichen Wandels



Die Telenovela – Ein Motor für sozialen Wandel

Die Telenovela ist als lang laufendes, tägliches Fernsehformat bereits seit dem Ende der 50er Jahre integraler Bestandteil aller lateinamerikanischen, besonders der mexikanischen und brasilianischen Fernsehprogramme. Schon früh machte sich ihr gesellschaftlicher Einfluss bemerkbar, z. B. in den Bereichen Gesundheitsaufklärung, Frauenemanzipation, Erwachsenenbildung und Geburtenkontrolle. Diese Effekte waren zunächst Zufallsprodukte, bis Miguel Sabido mit der „Entertainment-Education-Theory“ eine fundierte Grundlage erarbeitete und praktisch umsetzte.

Ende der 60er Jahre war Miguel Sabido erfolgreicher Regisseur, Autor und Produzent in Mexiko, als er beschloss, eine ungewöhnliche Idee in die Tat umzusetzen: Er wollte die Art und Weise verändern, in der dem Publikum Botschaften durch bekannte Unterhaltungsformate in Radio, Fernsehen und Printmedien vermittelt wurden. Grund dafür war seine Erkenntnis, „dass populäre Kommunikationsformen wie Cartoons, Fernseh- oder Rundfunkserien erstaunliche Reichweiten erzielen“. Es schien ihm von daher nahe zu liegen, entspre-

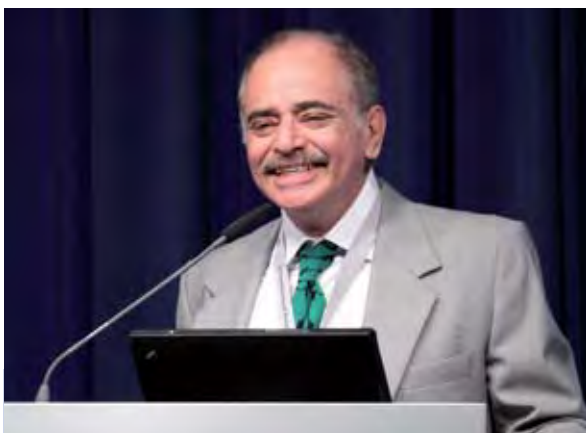
chende Botschaften in die Handlungsabläufe von Unterhaltungsformaten zu integrieren.

Den Anfang machten Comics, die wöchentlich in einer Boulevardzeitschrift erschienen und die mit Informationen über die Arbeit des staatlichen „Instituts für Soziale Sicherheit“ (Instituto Mexicano de Seguro Social) angereichert wurden. Der Effekt: „Nach nur drei Ausgaben der Zeitschrift ergab eine Untersuchung, dass das Vertrauen der Leserschaft in die Leistungen des Instituts dramatisch gewachsen war.“

Durch dieses Resultat ermutigt, regte Sabido die Produktion einer TV-Telenovela an, deren Ziel es sein sollte, den „Stolz auf das Vaterland“ als sozialen Wert zu stärken. Daraufhin entstand im Jahr 1967 mit „La Tormenta“ („Der Sturm“) die erste historische Telenovela in der Geschichte des mexikanischen Fernsehens.

In der Folgezeit verfeinerte Miguel Sabido seine Theorie. 1974 entwickelte er auf dieser Grundlage zusammen mit der bekannten Drehbuchautorin Celia Alcántara („Simplemente Maria“) die Telenovela „Ven conmigo“ („Komm mit mir“). Dies war die weltweit erste kommerzielle Telenovela, die sich dezidiert mit einem gesellschaftlichen Problem – dem der Erwachsenenbildung – und dessen positiver Beeinflussung auseinandersetzte. „Ven conmigo“ lief acht Monate lang und hatte mit 32 % einen hohen durchschnittlichen Zuschauer/-innenanteil. In der Folge schrieben sich über eine halbe Million Erwachsene in das „Nationale Programm für Erwachsenenbildung“ ein, das vom mexikanischen Erziehungsministerium ins Leben gerufen worden war.

Bestätigt durch diesen erneuten Erfolg erweiterte Miguel Sabido seine theoretische Basis um Albert Banduras Theorie des „Sozialen Lernens“ und wandte sich danach einem der schwerwiegendsten Probleme zu, unter denen Mexiko zur damaligen Zeit litt: dem Problem der Überbevölkerung. Entwickelt wurden in diesem Zusammenhang drei Telenovelas gleichzeitig, die täglich nacheinander gesendet wurden: „Acompáñame“ („Begleite mich“), „Vamos Juntos“ („Lasst uns zusammen gehen“) und „Caminemos“ („Gehen wir“).



Dr. Miguel Sabido ist Autor, Regisseur, Produzent, Forscher und Gründungspräsident des Mexican Institute for Communication Studies. Er gilt als Vater des Entertainment-Education-Konzeptes.

„Einer Dokumentation des PCI zufolge“, so Sabido „waren diese Telenovelas der entscheidende Faktor für jene Entwicklung, die die UN später als das „mexikanische Demographiewunder“ bezeichnete und in deren Verlauf die Bevölkerungszunahme von 3,7% auf 2,4% sank. Dies geschah in genau jenem Fünf-Jahres-Zeitraum, in dem die genannten Telenovelas gesendet wurden.“

Aufgrund der positiven Erfahrungen steht für Miguel Sabido fest, „dass die Telenovela nicht nur Unterhaltung ist, sondern ein Faktor, der sozialen Wandel unterstützen kann. Das ist auch nur natürlich. Denken Sie etwa an Werbefilme, die nichts anderes tun wollen, als dem Publikum ein bestimmtes Verhalten beizubringen: ‚Lerne, Cola zu trinken‘ oder ‚Lerne, dieses oder jenes Waschmittel zu benutzen.‘ Und das Publikum lernt es.“

Von dieser Überlegung her war es nur ein kleiner Schritt zu der Frage: „Wenn das Publikum durch Werbesendungen, in denen Vorbilder zur Identifikation einladen, ein bestimmtes Verhalten lernt,

warum sollte es dann damit aufhören, während es sich Telenovelas anschaut, sofern diese ebenfalls auf Vorbildern aufgebaut sind, mit denen sich das Publikum identifizieren kann?“

Diese Frage markierte den Auftakt zur Entwicklung jener Methode, die später von Patrick Coleman und Everett Rogers „Entertainment Education“ genannt wurde. Dabei ist „Entertainment Education“ quasi eine Kurzform dessen, was ursprünglich als ‚der nachgewiesene gesellschaftliche Nutzen von Massenmedien‘ bezeichnet wurde.“

Dass dieser Nutzen nachgewiesen ist, ist für Miguel Sabido ein zentraler Punkt, denn die genannten Produktionen wurden im kommerziellen mexikanischen Fernsehen nur unter zwei Voraussetzungen produziert: zum einen mussten sie auf ihrem angestammten Sendeplatz die gewohnten Quoten erzielen, zum anderen musste nachweisbar sein, dass es möglich war, den angestrebten gesellschaftlichen Effekt tatsächlich zu erzeugen, indem

man eine intellektuelle Botschaft durch eine intensive dramatische Tonalität anreichert und täglich über sechs oder sieben Monate wiederholt. „Diese angereicherte Botschaft“, so Miguel Sabido „gibt dem Publikum die Möglichkeit, ein für die Gesellschaft nützliches Verhalten in einem behutsamen Prozess zu erlernen.“

Ausgehend von einer Hypothese wie „Es ist möglich, dass die Zielgruppe für ein Erwachsenenbildungsprogramm, die wir innerhalb des Telenovela-Publikums vorfinden, sich in ein solches Programm einschreibt“, entwarf Miguel Sabido seine eigene theoretische Basis, die ihrerseits vier Theorien vereint:

- Albert Banduras „Theorie des sozialen Lernens“. „Sie liefert die Schritte, die eine Person beim Lernen angesichts der stellvertretenden Erfahrung eines anderen durchläuft.“
- Wilbur Schramms Kommunikationstheorie in Kombination mit Sabidos eigenem Modell des „doppelten Kommunikationskreislaufs“. „Diese Theorie lässt uns bestimmen, wer Sender und wer Empfänger ist, um welches Medium es sich handelt und welche Tonalität sinnvollerweise eingesetzt wird, um die bestmögliche Kommunikation mit dem Publikum sicherzustellen.“
- Miguel Sabidos eigene Theorie der Tonalität. „Sie erlaubt, den ‚intellektuellen Ton‘ einer Botschaft in einen ‚emotionalen Ton‘ umzuwandeln.“
- Eine Liste physiologischer Archetypen, die Sabidos „Theorie der Tonalität“ entstammt. „Sie ermöglicht, anhand jener Mitglieder der Zielgruppe, von denen wir das Erlernen eines gesellschaftlich nützlichen Verhaltens erwarten, Telenovela-Charaktere zu entwickeln.“

Im Zuge der Entwicklung einer Telenovela werden also auf der Basis der skizzierten Theorie zunächst Charaktere kreiert. Auf diese Charaktere wird dann einer der Telenovela-Handlungssträn-

„Wenn das Publikum durch Werbesendungen, in denen Vorbilder zur Identifikation einladen, ein bestimmtes Verhalten lernt, warum sollte es dann damit aufhören, während es sich Telenovelas anschaut?“

ge speziell zugeschnitten, in den schließlich die Botschaft implementiert werden kann, die es zu vermitteln gilt. „Außerordentlich wichtig ist dabei“, so Miguel Sabido, „dass es sich wirklich um den dritten Handlungsstrang handelt, da dadurch das populäre Format der Telenovela garantiert nicht beschädigt wird. Es ist weder der Hauptstrang noch der zweite Strang, von dem hier die Rede ist.“ Absolut essenziell ist darüber hinaus, „dass eine solche Telenovela als ein uneingeschränkt kommerzielles Produkt konzipiert, geschrieben, inszeniert und produziert wird, damit sie die höchsten Quoten erreichen und somit auch die stärkste Wirkung entfalten kann. Sie darf auf keinen Fall langweilig, belehrend oder wertend sein.“

Miguel Sabido plädiert dafür, von Anfang an mit speziell entworfenen Testanordnungen zu arbeiten, um eine Nachweismöglichkeit für den Effekt der E-E-Strategie zu haben. Diese Tests sollten „Zuschauer und Nicht-Zuschauer kontrastieren. Sie sollten auch Testpersonen, die den gewünschten sozialen Wert zuvor bereits verinnerlicht hatten, solchen gegenüberstellen, denen besagter Wert erst nahegebracht werden sollte.“

Entscheidend für das Erreichen eines nachhaltigen Effektes bzw. eines sozialen Wandels ist für Miguel Sabido die Existenz einer entsprechenden Infrastruktur. So muss etwa im Falle einer angestrebten Verbesserung der Erwachsenenbildung im gesamten Ausstrahlungsgebiet der Telenovela auch tatsächlich ein passendes Programm existieren, damit Interessenten/-innen sich auch in der Praxis dorthin wenden können. Der Grund dafür ist einfach: „Gibt es eine solche Infrastruktur nicht, könnte der Effekt exakt das Gegenteil von dem sein, was man erreichen will. Das Resultat wäre sinnlos, und im schlimmsten Fall würde das Publikum sogar gegen die Botschaft immunisiert werden.“

Miguel Sabidos Methode ruht mithin auf drei Grundpfeilern:

- Kommunikationstheoretiker/-innen und Wissenschaftler/-innen entwerfen die notwendige Vorgehensweise.
- Professionelle Radio- und Fernsehproduzenten/-innen kreieren ein erfolgreiches Publikumsformat.

- Forscher/-innen weisen die Resultate der Maßnahme qualitativ und quantitativ nach.

„Fehlt einer dieser Grundpfeiler“, so Miguel Sabido, „ist meine Entertainment-Education-Methode unvollständig. Existiert keine Hypothese, die es zu beweisen gilt, können wir nicht wissen, was wir beim Publikum erreichen wollen; ist die Produktion nicht professionell, riskieren wir einen Flop bei der Ausstrahlung. Und werden die Resultate keiner forschenden Begutachtung unterzogen, werden wir nicht erfahren, ob wir unser Ziel erreicht haben.“

- Dass Telenovelas definitiv ein Motor für soziale Veränderungen sind, ergibt sich für Miguel Sabido auch „aus ihrer natürlichen Anziehungskraft für ein Massenpublikum, aus ihrer Popularität und vor allem aus der Tatsache, dass sie ein gewohntes Format sind, ein Teil des täglichen Lebens“. Sein abschließendes Plädoyer fällt daher eindeutig aus: „Wir sollten die Telenovela nicht als bloß geistlos abstempeln, sondern begreifen, dass sie das beste Format sind, um jene breite Masse der Fernsehzuschauer/-innen zu erreichen, die dringender denn je eines radikalen sozialen Wandels bedürfen.“

Vorbilder für die Zukunft ? – Wie Mädchen mit Daily Soaps umgehen

Das „Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)“ ist Teil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Sein Auftrag ist, durch Forschung, Dokumentation, Publikationen und Veranstaltungen die Qualität im Kinder-, Jugend- und Bildungsfernsehen zu fördern und zur Diskussion über den Bildungsauftrag beizutragen. Studien beschäftigen sich mit der Wirkung, die diverse Aspekte des Fernsehens auf Kinder und Jugendliche haben.

In ihrem Vortrag kombinierte Maya Götz Ergebnisse und Erkenntnisse aus mehreren Studien, die am IZI unter anderem in den Jahren 2001 und 2010 durchgeführt wurden.

So stellte sich im Rahmen der Studie „Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen“ zunächst klar heraus, dass tägliche Serien insbesondere für viele Mädchen eine zentrale Rolle in ihrem Leben spielen, nachdem sie vornehmlich durch ihre Eltern oder später durch ihre Peer Group an entsprechende Formate herangeführt worden sind.

Laut Maya Götz suchen Mädchen „ganz gezielt nach Fernsehfiguren, an die sie sich anschließen können.“ Daher entsteht zu Seriencharakteren häufig „eine tiefe emotionale Bindung, die sich Erwachsene kaum vorstellen können“.

Daily Soaps bieten sich für Mädchen aus mehreren Gründen als Anschlussformate an. Während es in anderen fiktionalen Fernsehformaten weltweit in der Regel eine Überzahl an männlichen Helden gibt, verfügen Daily Soaps überwiegend über ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis. Nähere Analysen zeigen, dass hinsichtlich der Sprechrollen und der handlungstreibenden Momente weibliche Charaktere sogar den stärkeren Anteil haben. „Für die Mädchen bietet sich damit ein Fenster zu ihrem zukünftigen Dasein als Frau, und das ist es, was sie suchen.“

Darüber hinaus geht es in Daily Soaps oft um Liebe, um Komplikationen, um die große Hoffnung,

den Richtigen zu finden, „der mich so anerkennt, wie ich wirklich bin“. Es geht mithin um ganz zentrale Themen für junge Mädchen. Diese Themen werden „in Beziehungen erzählt“ und immer wieder aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet – eine Erzählweise, die einen weiteren zentralen Punkt trifft, denn laut Maya Götz ist „die große Stärke der weiblichen Sozialisierung, dass immer aus verschiedenen Perspektiven gedacht wird. Das wird Mädchen von Anfang an beigebracht – und genau das findet auch in der täglichen Serie statt.“

Wichtig ist auch, dass in der Daily Soap viele Dinge ausgesprochen und Emotionen und Gedanken häufig verbalisiert werden. Auf diese Weise wird Komplexes verstehbar gemacht, „was in der Pubertät, in der so vieles unverständlich ist, für die Mädchen sehr attraktiv ist... Die tägliche Serie ist tatsächlich eine Art Sozialisationsprogramm und wird auch von den Mädchen so begriffen. Sie verstehen zwar, dass sie im Fernsehen nur eine gespielte Realität sehen, aber sie haben das Gefühl, dass ihnen etwas erklärt wird und dass das bewusst passiert.“

Tägliche Serien sind für Maya Götz deshalb so wirksam, weil sie emotional zutiefst bewegen. „In der Daily Soap ist es nie nur Schnupfen, es ist immer



Dr. Maya Götz ist Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk und des PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL. Ihr Hauptarbeitsfeld ist die Forschung im Bereich „Kinder/ Jugendliche und Fernsehen“.

mindestens Krebs. Harmonie ist nur der kurze Moment zwischen zwei Katastrophen. Dies entspricht ein Stück weit auch der Lebens- und Gefühlswelt junger Mädchen.“

Ein sehr gutes Beispiel ist die Serie „Verliebt in Berlin“, die zu ihrer Zeit (2005 bis 2007) zu einer der beliebtesten Daily Soap in Deutschland gehörte. Der Grund dafür liegt für Maya Götz vor allem in Lisa, der Protagonistin der Serie. Sie symbolisiert „eine typische Erfahrung von Frauen“: das Gefühl, nicht ausreichend zu sein, keine Anerkennung zu finden, nicht wahrgenommen zu werden in ihrer eigentlichen inneren Schönheit. Dennoch kämpft Lisa, gibt nicht auf und strebt nach der Verwirklichung ihres großen Traums. All das verbindet sie mit ihren jungen Zuschauerinnen.

„Eine richtig gute Serie bietet eine Symbolisierung von typischen Lebenssituationen, Erfahrungen und Wünschen. Das Entscheidende dabei ist nicht das Motiv, etwa Liebe, sondern der Kern, der darunter sitzt, die Tiefenstruktur. Mit welchem Motiv diese umgesetzt wird, bleibt den Machern/-innen überlassen. Es kann Liebe und die Werbeagentur sein oder auch MINT.“

Angesichts der Veränderungen im Fernsehprogramm, die insbesondere der Boom der Castingformate mit sich brachte, stellt Maya Götz die Frage, ob die dargelegten Erkenntnisse auch in der jetzigen Situation noch Gültigkeit haben.

Tatsächlich stellt sich das Bild aufgrund einer aktuellen Studie, die sich qualitativ und auf repräsentativem Niveau quantitativ speziell mit Castingformaten beschäftigt, anders dar. Zwar werden Daily Soaps und Telenovelas von jungen Zuschauerinnen immer noch konsumiert, aber die Nummer eins der Fernsehformate ist bei den 12-17-jährigen Mädchen nicht mehr, wie noch vor zehn Jahren, die Daily Soap „Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“. Auf den ersten 50 Plätzen der Hitliste finden sich aktuell ausschließlich die Casting-Formate „Germany’s Next Topmodel“ und „Deutschland sucht den Superstar“.

Maya Götz ist daher der Frage nachgegangen, ob sich in diesem Befund bislang unbeachtete Perspektiven verbergen bzw. was eine Castingshow über-



haupt erfolgreich macht. Ihrer Ansicht nach ist für den Erfolg dieser Formate ein „gesamtgesellschaftlicher Trend, ein Wertewandel“ hin zu einer eher konservativen Grundhaltung verantwortlich. Dessen tiefere Ursache wiederum ist „Zukunftsangst. Die große Angst, keinen Job zu bekommen. Sich den Status nicht erhalten zu können... Castingshows sind in dieser Hinsicht ein Lehrprogramm. Wenn man fragt, was die Jugendlichen aus diesen

Shows mitnehmen, stellt man fest, dass sie quasi Wegweiser daraus mitnehmen. Wie lerne ich, Kritik zu ertragen? Man muss kämpfen für

sein Ziel! Man muss ehrgeizig sein!“

„Open the mind‘ heißt vor allem: ‚Open up the Gender Blindness‘!“

Für Mädchen ist hier „Germany’s Next Topmodel“ faszinierend. Abgesehen davon, dass hier der ästhetische Genuss, die Betonung der Wahrnehmung des Schönen wichtig ist, ist der entscheidende Punkt aber derselbe wie bei den Daily Soaps: Die Castingshows bieten jungen Mädchen Anschlussfiguren, anhand derer sie sich selbst positionieren können, wobei Bewunderung und Abgrenzung gleichermaßen eine Rolle spielen. Die Zuschauerinnen werden gedanklich mit Grenzbereichen und Situationen konfrontiert, mit denen sie sich auseinandersetzen können, als wären sie selbst betroffen. „Mädchen nehmen bestimmte Formen

der Selbstinszenierung aus ‚Germany’s Next Topmodel‘ mit. Der Blick für den weiblichen Körper wird professionalisiert. Der Blick der Modeindustrie.“

Laut Maya Götz findet in der Auseinandersetzung mit dem Gesehenen – auch bezogen auf Daily Soaps – „Identitätsarbeit“ statt, die sich auch in der Kommunikation mit der Außenwelt, etwa im Mutter-Tochter-Gespräch, fortsetzt. Dieses Gespräch ist ein ganz entscheidendes Element, da es einen „symbolischen Freiraum“ eröffnet, der es erlaubt, stellvertretend über eigene, wesentliche Probleme zu reden.

Im Freundeskreis ist der Austausch über das Gesehene Thema Nummer eins: 75 % der Befragten sagen aus, dass sie auf dem Schulhof über die Sendung des Vortages sprechen. Auf dem Schulhof oder auf Kindergeburtstagen wird „Germany’s Next Topmodel“ nachgespielt, woraus nicht zuletzt für viele Mädchen ein Berufswunsch resultiert: „63 % der 9-11-jährigen Mädchen sagt, sie könnten sich Model als Beruf für sich vorstellen.“

Beim Thema Berufe verweist Maya Götz auf das immer noch eingeschränkte Spektrum, das sich in Daily Soaps findet. „Die Berufswelten in den täglichen Serien sind beschränkt auf Gastronomie, Journalismus, Lebensmittel, Mode, Gesundheit, Erotik, Werbung. MINT kommt nicht vor.“

Es hat sich im Laufe der Geschichte der Daily Soaps wenig geändert. Für Maya Götz liegt der Grund dafür darin, dass Entscheidungen im Fernsehgeschäft oft auf Vorannahmen basieren, die festlegen, was und wie etwas funktioniert bzw. „was richtig, wichtig und gut ist“. Diese Vorannahmen orientieren sich aber nicht unbedingt an der Realität, sondern beruhen auf „inneren Bildern“, die ihrerseits häufig wieder der Sphäre des Fernsehens selbst entstammen, wo sie sich als wirkungsvoll erwiesen haben.

Ein Beispiel für ein solches inneres Bild ist etwa die bei vielen Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen verbreitete Vorstellung, bei einer traditionellen kirchlichen Hochzeit in Deutschland geleite der Vater die Braut zum Altar. Tatsächlich geht, anders als in angelsächsischen Ländern, in Deutschland bereits seit Jahrhunderten der Bräutigam neben seiner zukünftigen Frau. Das Bild des Vaters, der neben seiner Tochter geht, entstammt zahlreichen

Hollywoodfilmen und ist ausschließlich durch sie in die hiesige Vorstellungswelt eingeflossen.

Der Effekt dieser mächtigen inneren Bilder, derer sich auch die Fernsehmacher/-innen häufig nicht bewusst sein dürften, ist, dass sich beispielsweise bei der Beurteilung neuer Stoffideen Bekanntes leichter durchsetzt als Neues. „Das ist der Grund, warum sich so wenig verändert. Wenn Fernsehen danach gemacht wird, was bisher gut funktioniert hat, dann werden diese funktionierenden Bilder immer wieder reproduziert. Und je höher der Produktionsdruck ist, umso mehr wird das Bilderspektrum verengt auf das, was bereits funktioniert hat.“ Aus diesem Grund sehen sich etwa auch die weiblichen Hauptfiguren der Daily Soaps und Telenovelas, von wenigen Ausnahmen abgesehen, ausgesprochen ähnlich.

Was für Stoffideen gilt, gilt laut Maya Götz auch für Genderbilder. Jede/-r Redakteur/-in wird die eigenen Männer- und Frauenbilder in die Arbeit einfließen lassen und von daher eher zu bekannten Stereotypen neigen. Dies aufzulösen ist schwierig, weil diese Bilder sehr tief sitzen. Dennoch: „Man kann sie erweitern, aber diese Erweiterung muss von außen kommen... Sowohl die Fernsehproduzenten wie auch die Redakteure sind interessiert. Sie wollen Zuschauer binden. Über diese Interessen kann man sie erreichen.“

Deutsche Soaps und Serien im Spannungsfeld zwischen Verantwortung, Eskapismus und Produktionszwängen

Eine Diskussion mit Bernhard Gleim, Monika Schmid, Marcus Seibert, Barbara Thielen und Rainer Wemcken

Wie stark spielt bei Fernsehmacherinnen und -machern der Gedanke an ihre gesellschaftliche Verantwortung eine Rolle, wenn sie Stoffe entwickeln und produzieren, die potenziell ein Millionenpublikum erreichen? Wird bereits im Vorfeld über die Darstellung von Figuren und ihre Funktion als Rollenvorbilder oder über unbeabsichtigte Nebenwirkungen bei der Themenwahl nachgedacht?

Rainer Wemcken, Produzent eines großen Teils der deutschen Daily Soaps, bekennt sich zu seiner gesellschaftlichen Verantwortung als Fernsehmacher. „Es ist bei uns in allen Soaps durchgängig der Fall, dass wir auch bestimmte Werte vermitteln



Rainer Wemcken ist Geschäftsführer der Grundy UFA TV Produktions GmbH und verantwortet als Produzent die Daily Soaps „Gute Zeiten – Schlechte Zeiten“, „Unter Uns“, „Verbotene Liebe“ und „Alles was zählt“ sowie die Etablierung des Genres Telenovela in Deutschland.

wollen.“ Die „tägliche“ Behandlung von Themen wie etwa Toleranz gegenüber gleichgeschlechtlicher sexueller Orientierung oder Überwindung von Drogenmissbrauch sieht er auf dem Hintergrund seines Credos, möglichst auch „wertorientiert“ zu erzählen. Für ihn existieren keine Themen oder Berufsbilder, die per se abzulehnen wären. Allerdings muss die Optik stimmen, die gezeigten Bilder und Szenarien dürfen für das Publikum keines-

falls langweilig sein, insofern kann eine realistische Darstellung von Arbeitsplätzen und Berufsbildern, wenn überhaupt, nur sehr bedingt ein Gradmesser sein. Zu erzählen, dass ein wissenschaftlicher Beruf interessant ist, erscheint ihm wesentlich schwieriger, als etwa den Anwalts- oder einen Dienstleistungsberuf, gleichzeitig fehlen ihm aber auch entsprechende Angebote vonseiten der Autorenschaft.



Marcus Seibert studierte Philosophie, Kunstgeschichte und Germanistik und arbeitet hauptberuflich als Drehbuchautor hauptsächlich für wöchentliche und tägliche Serienformate. Seit 2006 ist er Mitglied im Autorenteam der „Lindenstraße“.

Auch für Marcus Seibert ist klar, dass er insbesondere als Autor der „Lindenstraße“ „sozial anspruchsvolle Geschichten“ erzählt, auch, weil die Serie von Anfang an auf diese Art von Anspruch ausgerichtet war und dies als Markenzeichen

„Recherche kostet sehr viel Zeit, und die kriegt man üblicherweise, wenn man in der Vorbereitung beispielsweise eines Serienkonzeptes ist, in Deutschland einfach nicht bezahlt.“

Marcus Seibert

fünfundzwanzig Jahre lang durchgehalten hat. Von den Fans, mit denen die Produktion in sehr engem Austausch steht, wird sogar gelegentlich der Vorwurf laut, es gebe zu viel soziale Problematik, obwohl die gleichzeitig wiederum erwartet wird. Auch manchen Produktionen im Daily-Bereich attestiert Marcus Seibert, dass zumindest in deren Grundanlage der Gedanke an die Behandlung eines gesellschaftlich relevanten Themas eine Rolle spielte. Der

Unterschied zwischen diesen Formaten und der Lindenstraße besteht dennoch darin, dass hier der ausdrückliche Wunsch besteht, schwierigere Themen zu erzählen und dies vonseiten des WDR und der Produktion unterstützt wird. Um speziell MINT-Themen in fiktionale Formate zu integrieren, bedarf es für ihn vor allem einer guten Beratung, denn sie ermöglicht ihm, sich als Fachmann für „Figuren

„Wie treffen wir die Rezipienten? Wir sehen sie, wir sprechen direkt mit ihnen. Was sagen sie dazu? Und was sagt meine Mutter dazu? Ich unterhalte mich sehr gerne mit meiner Mutter darüber und kann das nur jedem in diesem Feld Arbeitenden empfehlen. Ein direktes Gespräch bringt genau so viel wie irgendein Test.“

Monika Schmid

Autoren/-innen-Recherche „in Deutschland einfach nicht bezahlt wird“, ein anderes, dass MINT-Themen für Sender und Produktionsfirmen als problematisch und schwer gelten.

Sich Gedanken um die Rollenmodelle und Frauenbilder zu machen, die den Zuschauerinnen in den



Monika Schmid ist Redakteurin und Autorin. Seit 2009 ist sie in der ZDF-Hauptredaktion Unterhaltung-Wort als Koordinatorin der Telenovela-Redaktion tätig.

und Figuren mit Brüchen“ in bisher unbekannte Milieus zu begeben. Insofern begrüßt er das Projekt MINTiFF und die zugehörigen Maßnahmen sehr. Ein Problem ist für ihn dennoch der Umstand, dass

ZDF-Telenovelas präsentiert werden, bezeichnet Monika Schmid als ihr „täglich Brot“. Für sie erfassen die Begriffe „Gender Blindness“ und „Vorannahmen“ den „essenziellen Kern“ des Problems „Frauen in MINT-Berufen“. Sie konstatiert, dass sie noch immer gegen ein überkommen-traditionelles Frauenbild ankämpfen muss, das ihr Autorinnen und Autoren präsentieren, und

sie empfindet es als schwer, dieses Bild, den „nachhängenden Lady-Di-Effekt, den Blick von unten nach oben zum Mann“, aufzubrechen. Bei der ZDF Telenovela „Lena – Liebe meines Lebens“, der Adaption eines argentinischen Formats, zeigte sich, dass gerade die Auseinandersetzung mit dem traditionellen argentinischen Frauenbild im Rahmen der Anpassungsarbeit

ausgesprochen stark ausgeprägt war – unter anderem anhand der Frage: „Was ist ein Macho hier in Deutschland?“ Hinsichtlich der Beruflichkeit hielt man sich bei der Adaptation dennoch an das Original, in dem es keine Frauen in MINT-Berufen oder Ähnliches gibt: „Die Heldin ist zunächst Fensterputzerin. Das ist natürlich ein toller Einstieg, das gibt es natürlich bei uns gar nicht. Sie wird aber ganz schnell Gesellschafterin, nur das bleibt sie nicht, sondern sie wird dann Sängerin, sie macht eine Musikkarriere.“ Trotzdem sieht Monika Schmid Möglichkeiten, Frauen auch in anderen als den sogenannten „Beziehungsberufen“ zu zeigen, „so die Autoren/-innen die Zeit haben, entsprechend zu recherchieren, weil das natürlich ein Mehraufwand ist, den sie leisten müssen“. Sie dankt deswegen der MINTiFF-Initiative dafür, dass sie Recherche-Unterstützung anbietet. Selbstverständlich ist für Monika Schmid, dass die Entscheidungen und Konzeptionsüberlegungen aller am Entwicklungsprozess Beteiligten subjektiv gefärbt sind. „Man muss sich nichts vormachen. Natürlich gibt es keinerlei Objektivität in diesem Bereich, weder in dem des Schreibens, noch des Rezipierens, noch des Beurteilens.“ Kontakte mit ihrem Publikum, aber auch Gespräche im privaten Umfeld, etwa mit ihrer Mutter, bringen daher für Monika Schmid für die Beurteilung „genauso viel wie irgendein Test“.

Barbara Thielen antwortet auf die Frage, ob für RTL bei der Konzeptionierung von Prime-Time-Se-



Barbara Thielen ist Bereichsleiterin der Abteilung Fiction bei RTL und Mitglied des Förderausschusses der Filmstiftung NRW sowie des FilmFernseh-Fonds Bayern (FFF) und der Filmförderungsanstalt (FFA).

rien die gesellschaftliche Verantwortung eine Rolle spielt, dass selbstverständlich darüber nachgedacht wird, welche Berufsgruppen eine Rolle spielen sollen. Sie sieht in diesem Zusammenhang keinen Unterschied zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern. Ihrer Meinung nach darf man bei allen Überlegungen zu MINT-Berufen in fiktionalen Formaten nicht vergessen: „Man muss irgendwo die Zuschauer erreichen. Das heißt, ich muss in erster Linie das Ganze unterhaltend verpacken. Dazu braucht man auch eine Quote, denn sonst wird sich auch kein Berufsbild festsetzen.“ Für Barbara Thielen ist die Mischung zwischen dem Bewährten, das das Publikum kennt, und neuen Produktionen, in die auch MINT-Berufe gut integriert werden können, wichtig, wobei eine entscheidende Bedeutung für sie dem Unterhaltungsaspekt zukommt. Einem Thema, das derlei nicht berücksichtigt, billigt sie wenig Erfolgsaussichten zu. Wichtig ist auch: „Wie erzähle ich es? Und mit welchen Helden erzähle ich es?“ Auch eine fiktionale Überhöhung in der Darstellung gleich welchen Berufes ist für sie unabdingbar, „denn auch ein Kriminalkommissar findet in der Realität nicht jede Woche eine Leiche“. Für Barbara Thielen ist klar, „dass man seine eigene Erlebenswelt immer mit sich herumträgt“, wenn man Stoffe und Figuren beurteilt und entwickelt. Dennoch sagt sie angesichts so unterschiedlicher



Dr. Bernhard Gleim ist Leiter der Serienredaktion beim NDR in Hamburg, einer der vier sogenannten „Executive Producer“ des ARD-Vorabendprogramms (Gemeinschaftsredaktion Serien der ARD) sowie Präsidiumsmitglied der Filmförderungsanstalt (FFA).

Figuren wie Kampfmonchen und Klinikärztinnen: „Es ist das Format, das die Figuren prägt. Und der Anspruch an die Figuren wiederum hat Auswirkungen darauf, wie ein Krimi- oder Medical-Plot sich erzählt.“ Die Erweiterung des fiktionalen Themenspektrums speziell durch die MINTiFF-Science-Events begrüßt sie ausdrücklich, nicht zuletzt, weil einer dieser Events zu einer konkreten Stoffentwicklung bei RTL geführt hat.

Für Bernhard Gleim ist gesellschaftliche Verantwortung als Anliegen Teil der Tradition in den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten. Wesentlich ist für ihn: „Man muss das Programm und die Bedürfnisse, die das Programm befriedigt, sehr gut begreifen.“ Während in der „Lindenstraße“ beispielsweise „Probleme als Teil von Normalität“ betrachtet werden und dadurch ein „Normalisierungsprozess“ stattfindet, geht es in der Daily Soap „Verbotene Liebe“ um „Identitätsbilder“

„Wir haben in unserem Programm der ARD eine getrennte Welt zwischen einem realistischen, deutschen, gegenwartsbezogenen Film, beispielsweise beim Tatort, und für die ältere Zielgruppe – letzten Endes sehr stark aus der Tradition des deutschen Heimatfilms stammende – Entlastungs- und Kompensationsformate.“

Bernhard Gleim

und „Fragen der Identitätsbildung“. Nur auf dieser jeweils unterschiedlichen Grundlage können sich die Macher/-innen der Produktionen Gedanken machen, wie etwa Gender-Stereotypen aufgebrochen

oder bestimmte Varianten eingeführt werden können. „Entscheidend ist für mich die Komplexität des Erzählens. Die könnten wir steigern! Etwa, wenn man auf die Qualität unserer Dialoge blickt, um nur ein Beispiel herauszugreifen. Qualitätsfernsehen, das ist die öffentlich-rechtliche Aufgabe, da könnte ich auch viel Selbstkritisches sagen. Misstrauisch bin ich dann, wenn es darum gehen soll, gesellschaftlich erwünschte Ziele über entsprechend wohlmeinend getrimmte Programme erreichen zu wollen. Diesem Ansatz bin ich persönlich sehr misstrauisch gegenüber: Das kann wenig gelingen, glaube ich.“ Bernhard Gleim sieht den Weg, mehr Themen aus dem MINT-Bereich in fiktionale Formate zu integrieren, im Entwurf entsprechend komplexer und vielfältiger Figuren und Lebenswelten, in denen Technik und Wissenschaft eine große Rolle spielen. Er warnt vor „äußeren Lösungen“, die darin bestehen, etwa wissenschaftlich-technische Kulissen aufzubauen, die dann als bloßes Accessoire dienen, aber tatsächlich zum Thema nichts beitragen. Für ihn käme es darauf an, „mit Autoren/-innen solche Räume zu öffnen für eine Imagination, in der zum Beispiel die Realitäten des wissenschaftlichen Lebens oder unsere Abhängigkeiten von Wissenschaft oder unsere Chancen durch Wissenschaft eine stärkere Rolle spielen“.

Auf dem Weg zu MINT-Entertainment-Education-Excellence – Vorbildliche Praktiken



Die „Alfred P. Sloan Foundation“ – Brücken zwischen Kultur und Wissenschaften schlagen

Die im Jahr 1934 gegründete „Alfred P. Sloan Foundation“ mit Sitz in New York ist eine der wichtigsten Stiftungen in den USA. Aktuell ausgestattet mit einem Kapital von 1,7 Milliarden Dollar, liegen ihre Programm- und Förderschwerpunkte in den Bereichen Wissenschaft, Technologie, Ingenieurwesen, Mathematik, Bildung, Forschung und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit. Das Programm „Public Understanding of Science and Technology“ zielt speziell auf die Förderung kultureller Maßnahmen im Entertainment-Bereich, die dazu geeignet sind, das Bewusstsein und Verständnis für Wissenschaft und Technologie in der amerikanischen Öffentlichkeit zu verbreitern.

Die „Alfred P. Sloan Foundation“ setzt nicht nur im Bereich Grundlagenforschung Maßstäbe: Mit dem „Sloan Digital Sky Survey“ betreibt die Stiftung z. B. ein hochmodernes Teleskop in New Mexiko. Das Projekt „Census of Marine Life“ hingegen verfolgt unter Beteiligung von 2500 Wissenschaftlern/-innen aus 80 Ländern das Ziel, in einem Zeitraum von zehn Jahren erstmals umfassend alle Lebewesen der Weltmeere zu katalogisieren. Darüber hinaus vergibt die Sloan Foundation eine Vielzahl von Stipendien für Wissenschaftler/-innen. 38 Sloan-Fellows ist im weiteren Verlauf ihrer Karriere ein Nobelpreis verliehen worden.

Einzigartig ist auch das Sloan-Programm „Public Understanding of Science and Technology“, das sich als Brückenschlag zwischen Kultur und Wissenschaften versteht und ein breites Spektrum an Kultur- und Wissenschaftsbereichen anspricht. Nach Doron Weber ist es das Ziel, „eine gemeinsame Sprache zu entwickeln und dafür zu sorgen, dass die Vertreter/-innen beider Bereiche sich besser verstehen lernen“. Damit soll aufseiten der Kulturschaffenden einerseits „ein besseres Verständnis für die immer stärker zunehmende Präsenz von Wissenschaft und Technologie in unserem Alltag geschaffen werden“, zum anderen soll vermittelt werden, „welcher Nutzen und welche Herausforderungen mit wissenschaftlichen und technolo-

gischen Unternehmungen verbunden sind und wie das Leben derjenigen Frauen und Männer aussieht, die sich diesen Herausforderungen stellen“.

Charakteristisch für den Förderansatz der Sloan Foundation ist, dass er – anders als Förderansätze hierzulande – nicht nur auf traditionelle journalistische Medien und Bildungsprogramme ausgerichtet ist, sondern auch auf Unterhaltungsmedien, auf Literatur, Theater, Film, Oper und auf Neue Medien.

Wichtig ist für Doron Weber, sich nicht allein auf Film oder Fernsehen zu konzentrieren, sondern den Blick auch für andere Kulturbereiche zu weiten, da sie sich gegenseitig in ihren Effekten verstärken können. Folgerichtig liegt das Engagement von „Public Understanding of Science and Technology“ in den Bereichen Literatur, Radio, öffentliches und privates Fernsehen, Film, Theater, Oper und Neue Medien. Die Foundation unterhält eine eigene Buchreihe unter dem Titel „The Sloan Technology Book Series“, fördert Sendungen im nationalen und internationalen Radio, gehört zu den größten Unterstützern und Förderern des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in den USA und ist der größte Einzelförderer von Wikipedia. Im Rahmen des Engagements für das Theater gibt die Foundation jedes Jahr mehrere Stücke in Auftrag und fördert deren Produktion. Dabei lässt Doron Weber die eingereichten Manuskripte nicht nur lesen, sondern



Doron Weber ist „Vice President Programs“ bei der Alfred P. Sloan Stiftung in New York und alleinverantwortlich für den Bereich „Public Understanding of Science and Technology“.



liest sämtliches Material auch selbst, um kompetent urteilen zu können. Selbst diverse „Wissenschafts“-Opern („Dr. Atomic“, „Kepler“, „Tesla“ u. a.) wurden bereits gefördert.

Facebook, YouTube und Twitter betrachtet Doron Weber als wichtige Instrumente im Bereich der Neuen Medien: „Wenn man daran interessiert ist, junge Leute zu erreichen, sollte man alle diese Medien ebenfalls in Betracht ziehen und einsetzen, selbst wenn man für das Fernsehen arbeitet... Viele Menschen nutzen sie nebeneinander, und sie verstärken sich oft in ihren Effekten.“

Alle genannten Kulturbereiche formen ein einziges zusammenhängendes Ganzes, eine „kulturelle Matrix“, in die die Menschen eingebettet sind. Auch darum ist es wichtig, die Aufmerksamkeit der schaffenden Künstler/-innen, seien es Literaten/-innen, Drehbuch- oder Theaterautoren/-innen, Librettisten/-innen oder sogar Cartoonisten/-innen auf Wissenschaft, Technologie oder allgemein auf die MINT-Fächer zu lenken. Nicht zuletzt ist damit auch für die Künstler/-innen „eine Art Pipeline

gelegt, durch die quasi konstant Materialien und Themen fließen“.

Interessant und wichtig dabei ist, dass die unterschiedlichen kulturellen Bereiche sich häufig gegenseitig beeinflussen. „Sobald eine wissenschaftliche Thematik oder eine Figur aus dieser Sphäre in irgendeiner Form dramatisch umgesetzt, also in einem wiedererkennbaren Medium bewusst gemacht worden ist, ist es wesentlich wahrschein-

licher, dass sie auch in anderen Formen umgesetzt wird und auf diese Weise ein integraler Bestandteil unserer Sprache, unserer Vorstellungswelt und des allgemeinen Verständnisses wird.“ So geschehen etwa mit dem Buch über John Nash („A Beautiful Mind“) von Sylvia Nasser. Als das Buch auf dem Markt war, machte Ron Howard daraus den gleichnamigen und sehr erfolgreichen Film, die Sloan Foundation drehte gleichzeitig einen Dokumentarfilm über John Nash. Diese Filme wiederum verhalfen dem Buch zu zahlreichen neuen Lesern/-innen.

Das Engagement der Sloan Foundation im Bereich Film konzentriert sich auf die sechs großen

„Für mich hat Unterhaltung einen sehr, sehr hohen Stellenwert. Sie ist ein enormes Werkzeug.“

Filmschulen in den USA (American Film Institute, Carnegie Mellon School of Drama, Colombia University School of the Arts, NYU Tish School of the Arts, UCLA School Theatre, Film, and Television, USC School of Cinema Arts) sowie auf die drei Filmfestivals „Hamptons“, „Tribeca“ und „Sundance“.

Für Doron Weber ist die Arbeit mit den verschiedenen Filmschulen, auf deren spezielle Bedürfnisse das Programm jeweils zugeschnitten wird, mit Blick auf die Zukunft wichtig, „denn ein sehr hoher Prozentsatz derjenigen, die später in der Film- und Fernsehindustrie arbeiten werden, kommt aus diesen Schulen. Die Idee war daher, diese Filmschaffenden möglichst früh in ihrem Werdegang mit den Themenkreisen vertraut zu machen, die wir zu bieten haben.“

Ein wesentliches Element dieses Programms sind die finanziell attraktiven „Cash Awards“, die die Sloan Foundation vergibt und die zu den bestdotierten gehören. Dazu kommen mindestens einmal im Jahr Meetings, bei denen die Filmstudierenden Wissenschaftler/-innen und Ingenieure/-innen persönlich treffen, um über ihre Arbeit zu berichten. Ein Grund dafür ist die einfache Erkenntnis, dass Autoren/-innen nicht über Themen arbeiten können, die sie nicht kennen, und dass viele von ihnen normalerweise keinerlei Kontakt zu Wissenschaftlern/-innen und Ingenieuren/-innen haben.

Die Begutachtung von Stoffen und Ideen hinsichtlich ihrer Relevanz, der wissenschaftlichen Korrektheit und der Plausibilität übernehmen „science mentors“. Dennoch, so Doron Weber, dürfe man nicht vergessen, dass die letzte Entscheidung darüber, inwieweit sie den Beratungen der Mentoren/-innen folgen, bei den Filmschaffenden liegt, „denn wir versuchen, gute Filme zu machen. Und ein Film muss als solcher funktionieren... Wir müssen die Filmschaffenden dazu ermuntern, das Material, das wir ihnen bieten, zu nutzen, etwa das Rohmaterial aus dem Bereich MINT. Aber sie müssen es mit ihren eigenen Mitteln verarbeiten. Man kann ihnen nicht vorschreiben, was sie tun sollen... Wir müssen der Filmindustrie helfen, das, was sie tut, besser zu tun, wir müssen sie mit mehr Wissenschaftlern/-innen und Ingenieuren/-innen zusammenbringen.“ Vertrauen müssen sich beide Seiten in jedem Fall entgegenbringen: „Wenn sie mit Leuten aus der Unterhaltungsindustrie arbeiten, dann lassen sie

sie tun, was sie am besten können, sobald sie davon überzeugt sind, dass sie ihre Interessen und ihre Mission verstanden haben.“

Alle drei Jahre veranstaltet die Stiftung ein „Gipfeltreffen der Filmschulen“, um den Austausch zu fördern. Da die Schulen miteinander konkurrieren, ist dies eine der seltenen Möglichkeiten, neue Netzwerke untereinander zu etablieren – die mit Blick auf die zukünftigen Führungspositionen in Hollywood wichtig werden können. Die ca. 50 Kurzfilme, die unter Beteiligung der Stiftung von Filmstudierenden bislang produziert wurden, sind im „Museum of the Moving Image“ (<http://scienceandfilm.org>) abrufbar. Diese Webseite hat sich inzwischen zu einem wichtigen Markt entwickelt: Häufig wird sie von Agenturen und Produktionsfirmen gezielt dazu genutzt, die Talente unter den kommenden Filmemachern/-innen ausfindig zu machen.

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit den Filmfestivals – von denen das „Tribeca Festival“ schon bei seiner Gründung von der Sloan Stiftung unterstützt wurde – werden Seminare und Podiumsdiskussionen mit berühmten Filmschaffenden und Wissenschaftlern/-innen veranstaltet. Auch bei der Auslobung von Drehbuchwettbewerben und der Entwicklung von Drehbüchern ist die Stiftung beteiligt. Teil des „Sundance Film Festivals“, des führenden Independent-Festivals in den USA, ist seit 2003 die Verleihung des mit 20.000 Dollar dotierten „Alfred P. Sloan Prize“ für den besten Spielfilm, der sich mit Wissenschaft und Technologie auseinandersetzt. Ein entsprechender Preis, der mit 25.000 Dollar dotiert ist, wird auch auf dem „Hamptons International Film Festival“ verliehen. Preisträger/-innen sind sowohl bekannte Filmschaffende, wie z. B. Werner Herzog oder Darren Aronofsky, als auch völlig unbekannte Newcomer – von denen man hofft, dass sie zukünftig zu den Großen gehören werden.

Zentral ist für Doron Weber, immer wieder zu betonen, dass die Hinwendung zu wissenschaftlichen Themen, wie z. B. den MINT-Professionen, in keiner Weise einschränkt, sondern das genaue Gegenteil der Fall ist: „Wenn Künstler/-innen solche Themen erforschen, eröffnen sich ihnen außergewöhnliche Möglichkeiten, von denen sie vorher nie geträumt haben... Hier verbergen sich unendlich viele Geschichten.“

„Hollywood Health & Society“ – Ein Projekt des „Norman Lear Center“ in Los Angeles

Das im Jahr 2000 gegründete „Norman Lear Center“ in Los Angeles ist als Forschungs- und Innovationszentrum Teil der „USC Annenberg School for Communication & Journalism“, die ihrerseits an der „University of Southern California“ beheimatet ist. Aufgabe des Centers ist, die Beeinflussung der Gesellschaft durch Entertainment zu erforschen und zu gestalten. Entertainment wird dabei nicht nur als Freizeitphänomen verstanden, sondern als eine Art und Weise, in der Botschaften „Aufmerksamkeit erregen und erhalten“. Insofern wird Entertainment nicht nur als Teil der Ökonomie, sondern als treibende Kraft – vielleicht als *die* treibende Kraft – des täglichen Lebens erforscht.

Journalismus, Politik, Bildung, Religion, Wirtschaft, Kunst: Für Martin Kaplan existiert heutzutage kaum noch ein Bereich des Lebens, der nicht vom Kampf um Aufmerksamkeit beeinflusst wäre, vom Diktat des Amusements, dem Bedürfnis nach Stimulation, nach Nervenkitzel, nach guten Geschichten und nach spielerischer Beschäftigung. Die Rolle, die derlei in der Gesellschaft spielt, hält er für enorm.

Das „Norman Lear Center“ verfolgt seinen Auftrag anhand von über zwölf Projekten mit großer Bandbreite. Eines untersucht beispielsweise die Frage, welchen Einfluss Urheberrecht und digitale Technologie auf den kreativen Prozess in Bereichen wie Musik, Film und TV, Mode oder wissenschaftlicher Forschung haben. Ein weiteres Projekt versucht, die Qualität der politischen Berichterstattung im Lokalfernsehen zu verbessern – laut Aussage vieler Amerikaner beziehen sie bevorzugt aus dieser Quelle Informationen über Politik und öffentliche Belange, wenngleich der Inhalt dieser Sendungen darauf angelegt ist, das Publikum zu unterhalten, nicht Bürgern Informationen zu liefern.

Auf den Einfluss von „Entertainment“ auf den Gesundheitsbereich richtet das NLC seine besondere Aufmerksamkeit. Unterhaltende Prime-Time-Fernsehserien bilden in den USA mittlerweile eine Art „inoffiziellen Bildungsplan“. Martin Kaplan

zitierte eine Studie, derzufolge sechs von zehn Amerikanern/-innen regelmäßig zur Prime-Time fernsehen. 60 Prozent dieser Gruppe wiederum lernten nach eigenen Angaben durch Fernsehen Neues aus dem Bereich „Gesundheit“. Von diesen gaben 30 Prozent an, dieser Lerneffekt habe zu einer Veränderung des eigenen Verhaltens geführt. Fazit: Unterhaltungsangebote können tatsächlich das Verhalten des Publikums beeinflussen.

Diese Erkenntnisse führten zu einem der ersten Projekte des Norman Lear Center mit dem Titel „Hollywood Health & Society“. Es versorgt Professionals aus der Film- und Fernsehbranche mit korrekten und aktuellen Informationen, aus denen Storylines zum Thema Gesundheit entstehen können. Finanziert wird es unter anderem durch staatliche Stellen wie die „Centers for Disease Control and Prevention“ oder „The National Institutes of Health“, aber auch von privaten Geldgebern wie etwa „California Endowment“ oder „Bill & Melinda Gates Foundation“. „Hollywood Health & Society“ erkennt damit den tiefgreifenden Einfluss an, den Unterhaltungsmedien auf individuelles Wissen und Verhalten haben.

Mithilfe verschiedener Maßnahmen werden Autoren/-innen und Produzenten/-innen mit korrekten Informationen aus dem Gesundheitsbe-



Prof. Dr. Martin Kaplan ist Gründungsdirektor des „Norman Lear Center“ und Inhaber der Forschungsprofessur für „Entertainment, Media & Society“ an der „USC Annenberg School for Communication & Journalism“ in Los Angeles.

reich versorgt. Zum Einsatz kommen individuelle Beratungen, Tipp-Sheets, Vorträge, eine technische Hotline, Diskussionen in den Räumen der „Writers Guild of America West“ (WGA), ein Newsletter und Weblinks zu Gesundheitsinformationen und öffentlichen Verlautbarungen. Darüber hinaus werden im Rahmen des Projekts Inhalt und Einfluss von Storylines im TV untersucht, und es werden jährlich die „Sentinel for Health Awards“ verliehen.

Im Gegensatz zu vergleichbaren Gruppierungen in Hollywood, die sich für Fernsehformate im Bereich der öffentlichen Gesundheitsvorsorge engagieren, ist das Engagement von „Hollywood Health & Society“ umfassender. Anstatt sich einseitig um bestimmte Themen – etwa die Bekämpfung von Nierenerkrankungen, Krebs oder Diabetes – zu kümmern, beschäftigt sich das Projekt mit über hundert Gesundheits-Themenbereichen. Darüber hinaus existiert keine wie auch immer geartete Beeinflussungsagenda. Ebenso wie die Initiative „Science & Entertainment Exchange“ versteht HH&S sich als Ressource, die Expertise im Bereich „Gesundheitsthemen“ anbietet, es aber den Autoren/-innen überlässt, ob und auf welche Weise sie dieses Angebot nutzen.

HH&S arbeitet eng mit der „Writers Guild of America“ zusammen, der alle aktiven Drehbuchautoren/-innen und Produzenten/-innen in Hollywood angehören. So ist der Präsident der „WGA“ Vizepräsident des Beirates. Weitere Mitglieder sind – neben Akademiker/-innen und Gesundheitsexperten/-innen – Entscheider/-innen aus Sendern, Autoren/-innen und Produzenten/-innen. „Hollywood Health & Society“ ist bestrebt, nicht nur die Kreativen in der Unterhaltungsindustrie zu erreichen, sondern die gesamte Gesellschaft, dies speziell durch das Internet.

HH&S nutzt sechs unterschiedliche Maßnahmen, um eine große Breitenwirkung zu erzielen.

1. Angeboten wird kostenlose Beratung und Information durch medizinische Experten/-innen,

zu denen auf Anfrage hin Kontakt hergestellt wird. Die betreffenden Experten/-innen werden erst nach einem Coaching zum Umgang mit Fernsehschaffenden in die umfangreiche Datenbank aufgenommen. Zu den Produktionen, mit denen gearbeitet wurde, zählen „Grey’s Anatomy“, „Dr. House“, „Law & Order – Special Victims Unit“, „CSI“, „Brothers and Sisters“ und „One Life to Live“.

2. Zu relevanten Gesundheitsthemen, auf die Autoren/-innen und Filmschaffende aufmerksam gemacht werden sollen, finden regelmäßig Podiumsdiskussionen in den Räumen der WGA statt. Als Referenten/-innen werden hochkarätige Experten/-innen eingeladen, aber auch Patienten, deren Familien und Politiker/-innen.

3. Die „Hollywood Health & Society“-Website (www.learcenter.org/html/projects/?cm=hhs) ist aktuell, sehr informativ und wird von der Branche seit Jahren rege frequentiert.

4. Wesentlicher Bestandteil der Website sind die mehr als 120 Tipp-Sheets, die für Autoren/-innen knapp, aber umfassend diverse Krankheitsbilder erschließen. Die Korrektheit der Informationen garantieren die „Centers for Disease Control and Prevention“.

5. Ergänzend zu den Tipp-Sheets wird viermal im Jahr der Newsletter „Real to Reel“ an 700 aktive Autoren/-innen versandt, wodurch der Großteil derer, die in Hollywood für das Fernsehen arbeiten, erreicht wird.
6. „Hollywood Health & Society“ vergibt eine Reihe von Auszeichnungen unter dem Titel „Sentinel for Health Awards“ für Storylines von Fernsehproduktionen, die durch eine korrekte Darstellung herausragen.

HH&S erreicht auch die Gesellschaft jenseits der Unterhaltungsindustrie. Dies geschieht ebenfalls transmedial.

„Wir begreifen uns als ausgesprochen freundliche, aber auch ein bisschen herausfordernde Ressource, die versucht, die Entwicklung von korrekten Storylines für Autoren/-innen einfach zu machen.“



1. Durch die Ausstrahlung der Episoden, an denen „Hollywood Health & Society“ mitgearbeitet hat, wird regelmäßig ein Millionenpublikum erreicht. So sahen 12.6 Millionen Zuschauer/-innen eine Folge der Serie „Grey’s Anatomy“, in der das Thema Nierentransplantation und Organspende eine entscheidende Rolle spielte.
2. Da jeder Sender für seine Serien eigene Fan-Webseiten unterhält, integriert „Hollywood Health & Society“ auf diesen Seiten Weblinks, die zu entsprechenden Informationsangeboten führen. Die enge Zusammenarbeit mit Sendern und Produktionsfirmen stellt sicher, dass die gelieferten Informationen akkurat sind.
3. Wo es sich anbietet, schaltet HH&S informative Clips, die auf Telefonhotlines und Weblinks zum Thema verweisen. So wurde im Falle einer Episode der Serie „90210“ das Thema „manisch-depressive Erkrankungen bei Jugendlichen“ behandelt und direkt im Anschluss an ihre Ausstrahlung ein entsprechender Clip gesendet. Dieser Clip wurde auch auf der offiziellen

Fan-Webseite der Serie sowie auf der Webseite der Beratungsstelle untergebracht. Die spätere Auswertung der Internet-Statistiken wies eindeutig nach, dass die Zahl der Besucher/-innen auf der Webseite der Beratungsstelle nach Ausstrahlung des Clips stark gestiegen war.

4. Mit Erfolg nutzt „Hollywood Health & Society“ vermehrt auch soziale Netzwerke und virale Botschaften, in denen Episoden von jungen Publikumsschichten diskutiert werden. Auch hier werden Links zu informativen Webseiten oder Hotlines integriert.
5. Politische Entscheidungsträger/-innen erreicht „Hollywood Health & Society“ insbesondere im Rahmen der Zusammenarbeit mit der Gates-Foundation. Ein Beispiel dafür war laut Martin Kaplan ein Meeting in Washington unter dem Titel „Global Health In Lights“, bei dem unter anderem Mariska Hargitay, Hauptdarstellerin der Serie „Law & Order: SVU“, über ein globales Gesundheitsthema referierte.

Größter Wert wird, so Martin Kaplan, auf Forschung und Evaluation der angewandten Maßnahmen gelegt. Hier unterscheidet „Hollywood Health & Society“ zwei Bereiche: zum einen die Inhaltsanalyse und Zuschauerdemografie, in deren Rahmen unter anderem untersucht wird, welche Zusammensetzung das Publikum hat und was überhaupt gesendet wird. Zum anderen wird mit dem „audience impact“ evaluiert, welche Wirkung die Maßnahmen auf das Publikum gehabt haben. Gemessen werden hier etwa Internet-Traffic, Anrufe bei Hotlines, Verbesserung von Wissensgrundlagen, Änderung von Vorsätzen und Verhalten. Analysiert wird darüber hinaus, welche Gesundheitsthemen im amerikanischen Prime-Time-Fernsehen eine Rolle gespielt haben und wie deren prozentuale Verteilung ist.

Besonders wichtig ist für Martin Kaplan, dass die Ergebnisse der Forschungsaktivitäten und Evaluationen regelmäßig in diversen „Peer-Reviewed-Journals“ veröffentlicht und auf Fachtagungen vorgetragen werden – auch dies ein Umstand, der „Hollywood Health & Society“ von vergleichbaren Projekten abhebt.

„Science Meets Hollywood“ – The Science & Entertainment Exchange in Los Angeles

Die „National Academy of Sciences“, eines der wichtigsten Beratungsgremien der amerikanischen Regierung in Wissenschaftsfragen betreibt mit dem „Science & Entertainment Exchange“ in Hollywood ein Programm, das unter anderem Kontakte zwischen Entertainment-Professionals, Top-Wissenschaftlern/-innen und Ingenieuren/-innen herstellt. Ziel ist, die Aktualität und Faszination von Wissenschaft für kreative und engagierte Geschichten in Film und Fernsehen fruchtbar zu machen. Sean Gesell berichtete in seinem Vortrag aus der Insiderperspektive über den Exchange.

Viele Filmgeschichten, nicht nur in Hollywood, leben von den darin agierenden Protagonisten und Antagonisten, vom Kampf des Guten gegen das Böse. Nicht selten spielen dabei Wissenschaftler/-innen, Techniker/-innen und auch Ingenieure/-innen eine zentrale Rolle – als Helden/-innen oder als Bösewichter.

Sean Gesell leitete daher seinen Vortrag mit einem Kurzüberblick ein: Wissenschaftler/-innen als Bösewichter gibt es seit den Anfängen des Films. Bereits 1927 begegnet man Rotwang, dem irren Erfinder aus „Metropolis“, wenig später Dr. Henry „Frankenstein“ im gleichnamigen Film. Weitere Beispiele sind etwa Dr. No in „James Bond jagt Dr. No“, Peter Sellers in „Dr. Seltsam“ oder auch Dr. Octopus in „Spider Man 2“ – um nur einige zu nennen.

Heldinnen und Helden stehen dagegen, so z. B. Ellen Ripley in „Alien“, Dr. Henry Jones in den „Indiana-Jones“-Filmen, der Ölbohr-Ingenieur Harry Stamper in „Armageddon“, Tony Stark in „Iron Man“ oder zuletzt Dr. Grace Augustine in „Avatar“.

Obwohl in Film und Fernsehen also auch positiv gezeichnete Wissenschaftler/-innen, Techniker/-innen oder Ingenieure/-innen agieren, denkt, laut Gesell, zumindest das amerikanische Publikum auf Nachfrage in aller Regel spontan an den „verrückten Professor“ oder den „irren Wissen-

schaftler“. Ein Grund dafür ist sicherlich, dass das Publikum Spannung und Gefahr liebt und es für die Macher/-innen sehr einfach ist, niederträchtige und verrückte Wissenschaftler/-innen zu erfinden, die entweder schauerliche Wissenschaft betreiben oder positive Wissenschaft für schauerliche Zwecke einsetzen wollen. Will man den Umgang damit verändern, besteht die große Herausforderung für die Unterhaltungsindustrie darin, Wissenschaftler/-innen als Helden/-innen glamouröser als bisher zu machen.

Wenn die Wissenschaft Macher/-innen aus der Entertainment-Industrie fragt, warum sie nicht in der Lage seien, wissenschaftliches Geschehen in Film und Fernsehen korrekter abzubilden, dann ist für Sean Gesell der Grund für diese Frage der vorherrschende Eindruck, der Unterhaltungsindustrie gehe es nur um Geld. „Aber dieser Eindruck ist unzutreffend, obwohl es wichtig ist, Geld zu verdienen. Ein Großteil der Macher/-innen in der Hollywood-Industrie fühlt sich der Gesellschaft verpflichtet und ist aus diesem Grund beispielsweise an einer korrekten Darstellung wissenschaftlicher Zusammenhänge ebenso interessiert wie die Wissenschaftler/-innen selbst.“ Für eine korrekte Darstellung aber braucht es zuvor korrekte Informationen.



Sean Gesell ist Vizepräsident der Produktionsfirma „Zuckerproductions“ in Los Angeles und Mitglied im Beirat des Programms „Science & Entertainment Exchange“, an dessen Gründung er als Entertainment-Berater der „National Academy of Sciences“ maßgeblich beteiligt war.



Es waren unter anderem Überlegungen wie diese, die zur Etablierung des „Science & Entertainment Exchange“ in Los Angeles führten. Maßgebliche Mitinitiatoren waren die Filmproduzenten Janet und Jerry Zucker, die sich aus privaten Gründen über mehrere Jahre nahezu ausschließlich mit den Möglichkeiten der Stammzellenforschung auseinandersetzten und sich amerikaweit politisch und finanziell für dieses Thema engagierten. Durch Vermittlung von Sean Gesell gelang es, Ralph Cicerone, den Präsidenten der „National Academy of Sciences“ mit den Zuckers zusammenzubringen. Dabei wurde der Grundstein für den „Science & Entertainment Exchange“ gelegt.

Im Jahr 2007 beschloss die „Academy“, auf den Umstand zu reagieren, dass Wissenschaft in den USA bereits seit längerer Zeit angefeindet wurde. Gleichzeitig war deutlich geworden, dass die Zahl junger Absolventen – und speziell junger Frauen – im wissenschaftlichen Bereich immer weiter zurückging. Der „National Academy of Sciences“ war daher daran gelegen, die Botschaft davon, was Wissenschaft tatsächlich ausmachte, möglichst wirkungsvoll zu verbreiten und sie so einer breiten Öffentlichkeit zu vermitteln.

In der Auseinandersetzung um die Stammzellenforschung hatten Janet und Jerry Zucker gezeigt,

wie man positive Botschaften über Parteigrenzen hinweg erfolgreich kommuniziert. Die „Academy“ war auf der Suche nach einflussreichen Partnern in Hollywood und schlug eine Zusammenarbeit vor. Erklärtes Ziel: eine positivere Darstellung von Wissenschaft zu etablieren und die Hollywoodgemeinde thematisch zu inspirieren.

Es gelang in kürzester Zeit, eine Reihe teils sehr prominenter Unterstützer zu gewinnen, darunter Hollywood-Legenden wie Dustin Hoffman, Lawrence Kasdan (Autor von „Star Wars“ und „Indiana Jones“ u. a.), Seth McFarlane (Schöpfer von „Family Guy“) und andere, die zusammen mit Experten/-innen aus Wissenschaft und Medien zu Mitgliedern im Beirat des „Science & Entertainment Exchange“ wurden – ein Gremium, das für Sean Gesell nicht nur ein wesentlicher Bestandteil bei der Entwicklung der Initiative selbst, sondern auch bei der Entstehung der Programme und der Etablierung eines echten Dialogs mit der Wissenschaftscommunity war und ist.

Von Anfang an ging es nicht darum, Wissenschaftler/-innen Vorträge vor Autoren/-innen und Regisseuren/-innen halten zu lassen, sondern es sollte ein Austausch entstehen, der den Filmmachern/-innen korrekte Informationen lieferte, die sie dann im kreativen Prozess verarbeiten

konnten, ohne „wissenschaftliche Handschellen“ angelegt zu bekommen.

Der Öffentlichkeit vorgestellt wurde diese Idee im Rahmen eines Symposiums vor 350 Gästen, zu dem sich nicht nur prominente Vertreter/-innen der Entertainment-Industrie einfanden, sondern auch bekannte Wissenschaftler/-innen wie V.S. Ramachandran (Direktor des „Center for Brain and Cognition“ an der University of California), die Molekularbiologin Bonnie Bassler, Craig Venter, Steve Chu (Staatssekretär im amerikanischen Energieministerium und Experte für Klimawandel) und andere.

Der „Science & Entertainment Exchange“ arbeitet mit allen großen Filmschaffenden-Guilds zusammen („Writer’s Guild“, „Director’s Guild“, „Producer’s Guild“) und versteht sich selbst als Ressource für die Hollywood-Unterhaltungsindustrie. Auf Anfragen hin wird ein Kontakt zu genau denjenigen Experten/-innen hergestellt, die benötigt werden, ohne dass Kosten entstehen. Nicht nur arrierte und prominente Filmemacher/-innen können diesen Service in Anspruch nehmen, sondern er steht jedem offen, ganz gleich, in welchem Entwicklungsstadium sich ein Projekt befindet. Dabei kann es sich um Film- oder um Fernsehprojekte handeln – die Bandbreite reicht aktuell von Filmen wie „Tron Legacy“ bis hin zu Blockbuster-Fernsehserien wie „Fringe“ oder „Lost“.

Laut Sean Gesell sollte man analog zum „Method Acting“ auch von „Method Directing“, „Method Writing“ oder „Method Productiondesigning“ sprechen, da jene, die in diesen Bereichen kreativ tätig sind, wie Schauspieler/-innen bestrebt sind, in die Welt einzutauchen, an deren stimmiger Kreation sie arbeiten. Der durch den „Science & Entertainment Exchange“ ermöglichte Austausch ist auch ein kultureller Austausch, eine gegenseitige Inspiration, denn Wissenschaftler/-innen können genauso kreativ wie Filmschaffende sein. Das zeigen reale Entwicklungen wie etwa medizinische Nanobots, die durch Filme inspiriert wurden.

Für Sean Gesell ist es kein Zufall, dass viele Wissenschaftler/-innen große Fans von Science Fiction sind, denn auch in erdachten Welten muss man sich innerhalb eines vorgegebenen Regelwerks, quasi wissenschaftlich korrekt bewegen. Für einen

Filmschaffenden ist die Geschichte und deren innere Stringenz mit das Wichtigste – insofern ist es nur natürlich, hier stimmige und positive Wissenschaft einfließen zu lassen. Dabei muss es nicht immer um den Hauptplot gehen. In der Serie „Big Bang Theory“ etwa geht es um einfallsreiche Figuren und witzige Geschichten – dass es auch um Wissenschaft und Wissenschaftler geht, ist vielleicht eher Zufall. Abgesehen davon gibt es für Sean Gesell viele Geschichten, in denen Wissenschaft zwar eine Rolle spielt, das Publikum das aber schlicht vergisst, etwa im Falle einer Rennfahrerstory, bei der der Protagonist sich permanent mit der Physik des Luftwiderstands und der Fliehkräfte beschäftigt. Als Filmemacher/-in muss man nur einen Weg finden, Wissenschaft organisch in eine Geschichte einzubinden und sie entsprechend darzustellen.

„Truth
is stranger
than fiction“

Der „Science & Entertainment Exchange“ vermittelt nicht nur Beratungen und Kontakte – wie z. B. im Falle von „Tron Legacy“, „Watchmen“, „Iron Man 2“, „Thor“ oder „Spiderman 4“, um nur einige Großproduktionen zu nennen –, sondern es werden z. B. auch Salons veranstaltet, die bei Mitgliedern des Beirats privat stattfinden und bei denen sich fruchtbare Dialoge zwischen Wissenschafts- und Filmbranche in einer Weise entspinnen, die für Hollywood bis dato nicht üblich war. Auch Screenings sind Bestandteil des Programms, bei denen die wissenschaftlichen Aspekte des jeweiligen Themas gegebenenfalls auf eine völlig andere Weise als erwartet diskutiert werden – so etwa im Falle des Films „Survival of the Dead“ von George Romero anhand des Themas „Zombieismus“.

Für Sean Gesell bleibt festzuhalten, dass nicht nur das Interesse der Wissenschaftscommunity, sondern auch das Engagement der Hollywood-Unterhaltungsindustrie in Bezug auf den „Science & Entertainment Exchange“ ausgesprochen groß ist. Viele Filmemacher/-innen betätigen sich leidenschaftlich gern als Botschafter/-innen, und sie wissen, dass es sinnvoll ist, sich zu den Quellen des wahren Lebens zu begeben, wenn sie fesselnde Geschichten erzählen wollen. Wissenschaft ist definitiv eine dieser Quellen – nicht umsonst heißt es: „Truth is stranger than fiction“.

„Entertainment Education“ – Der niederländische Ansatz

Das „Centrum Media & Gezondheid“ in Gouda ist das führende Entertainment-Education-Institut der Niederlande und spezialisiert auf die strategische Anwendung crossmedialer Formate mit dem Zweck, sozialen Wandel herbeizuführen. Es entwickelt Medienprojekte auf der Basis von Forschung, Strategie und Praxis, um speziell im Hinblick auf Gesundheit und Lebensqualität zu einer positiven gesellschaftlichen Entwicklung beizutragen. Besonderer Wert wird auf die Überführung der entwickelten Theorien in die Praxis und auf die Evaluation der entsprechenden Prozesse gelegt, da auf diese Weise permanent neue theoretische Annahmen entstehen und überprüft werden können.

Für Martine Bouman begann die Beschäftigung mit Entertainment-Education Ende der 80er-Jahre, als sie für die „Niederländische Herzstiftung“ tätig war und es im Rahmen ihrer Arbeit zur Zusammenarbeit mit Endemol, der größten niederländischen TV-Produktionsfirma, kam. Das erste Aufeinandertreffen mit Produzenten/-innen und Drehbuchautoren/-innen war für beide Seiten gewöhnungsbedürftig, denn die jeweiligen professio-

nellen Hintergründe waren höchst unterschiedlich: Auf der einen Seite die ausgebildete Wissenschaftlerin, die es gewohnt war, rational und logisch an Projekte heranzugehen, auf der anderen Seite kreative TV-Macher/-innen, für die Intuition, Spontaneität und Emotionalität ganz wesentliche Faktoren ihrer Arbeit waren.

„Dies war“, so Martine Bouman, „meine erste Einführung in die Subtilitäten bzw. die Art und Weise, in der man die Balance finden muss zwischen dem Modus der linken Gehirnhälfte, die mehr für Kognition, für Linearität, für Daten und Fakten zuständig ist, und dem der rechten Gehirnhälfte, die den Bereich der Intuition und Kreativität abdeckt. [...] Meiner Überzeugung nach muss man als jemand, der sich mit Entertainment-Education beschäftigt, in der Lage sein, zwischen diesen beiden Modi sehr einfach hin- und herzuschalten.“ Ideal ist also, wenn bei entsprechenden Projekten eine Person dabei ist, „die sich in dem betreffenden Schnittpunkt bewegt und deswegen beide Welten versteht, denn das kann die Zusammenarbeit ausgesprochen erleichtern“.

Bis auf einige wenige Arbeiten von Everett Rogers und Arvind Singhal gab es zur damaligen Zeit so gut wie keine Veröffentlichungen zu Entertainment-Education, und die darin angeführten Beispiele entstammten sämtlich dem nicht-westlichen Kulturkreis. Für Martine Bouman war bald klar, dass es unmöglich war, die zugrunde liegenden Konzepte einfach in das westliche Umfeld zu übertragen, ohne sie umzugestalten. Die Frage war: „Wie geht unsere mediengesättigte Kultur mit derlei Themen um? Was können wir überhaupt im Fernsehen zeigen, das etwas mit unserer Kultur zu tun hat, mit den hiesigen Werten und der Art und Weise, wie die Menschen hier leben?“ Denn im Gegensatz zur „kollektiven Gesellschaft“ im nicht-westlichen Umfeld, in der auch Fernsehprogramme gemeinsam konsumiert wurden, findet man im westlichen Umfeld häufig einen stark individualisierten Medienkonsum vor, „was eine andere Form von Austausch nach sich zieht“.

In den folgenden Jahren beschäftigte sich Martine Bouman intensiv mit Entertainment-Education und arbeitete an der Umsetzung mehrerer niederländischer Fernseh- und Internetprojekte mit,



Dr. Martine Bouman ist Gründerin und Direktorin des „Centrum Media & Gezondheid“ in Gouda und „Associate Professor“ an der Fakultät für Verhaltenswissenschaften der Universität Twente.

die sich vornehmlich an Jugendliche und junge Erwachsene richteten und im Bereich der Gesundheitsvorsorge bzw. -prävention angesiedelt waren.

Darunter befand sich beispielsweise „Costa“, eine sehr erfolgreiche Fernsehserie über eine Gruppe junger Leute. Diese Serie entstand als Spin Off eines ebenfalls sehr erfolgreichen Kinofilms mit demselben Titel. Martine Bouman und die niederländische STD-Stiftung hatten festgestellt, dass in diesem Film zwar die sexuellen Beziehungen der Protagonisten eine große Rolle spielten, dass das Thema „Safer Sex“ aber nicht thematisiert wurde. Als dann die Drehbücher für die Serie „Costa“ verfasst wurden, beriet Martine Bouman die beteiligten Autoren/-innen. Dabei entstanden Storylines, in denen unter anderem thematisiert wurde, dass der Gebrauch von Kondomen kein Tabu darstellt und es vollkommen normal ist, sich darüber auszutauschen – was gleichzeitig einen Role-Modeling-Effekt hatte, da gemäß dem Modell der „liking heuristic“ sehr attraktive und bekannte Schauspielerinnen und Schauspieler besetzt wurden. Im Verlauf der Entwicklung weiterer Storylines zeigte sich überdies, dass die „Safer Sex“-Thematik nicht nur ein Nebenbei-Produkt war, sondern zu einem wesentlichen Punkt wurde, der die gesamte Geschichte anreicherte und spannender machte.

Als Teil des niederländischen Multimedia-Projekts „Prima Donna“ entstand die TV-Serie „Buskruit“, deren Ausgangspunkt die Frage war, wie man Mädchen und junge Frauen zu einem technischen Studium ermuntern kann. Hierbei kooperierte Martine Bouman mit diversen Stakeholdern, wobei besonders wichtig war, dass ein Programm von jungen Leuten, in diesem Fall Studierenden der Film-Akademie, für junge Leute gemacht wurde. Das Ergebnis zeigte, „dass es absolut nicht langweilig ist, in einem technischen Umfeld oder Beruf zu arbeiten, dass man dafür sozialkompatibel und teamfähig sein muss und dass man Dinge erarbeiten kann, deren Entwicklung der Gesellschaft nützt“.

Eine reine Internet-Produktion war im Jahr 2008 die fiktionale Entertainment-Education-Serie „Sound“. Die neun „Webisodes“ waren Teil einer crossmedialen Gesundheits-Kampagne zur Vermeidung von lärminduzierten Gehörschäden – ein Problem, das jährlich in den Niederlanden ca. 20.000 Jugendliche, die regelmäßig Diskotheken



und Konzerte besuchen, betrifft. Um Jugendliche zu erreichen, die sich laut Martine Bouman „nicht spontan für dieses Thema interessierten und auch nicht damit auseinandersetzen wollten“, wurde ein Format mit bekannten Schauspielern/-innen kreiert. Zwei Wochen vor dem eigentlichen Start der Serie wurde ein Trailer von „Sound“ auf YouTube platziert. Dies löste einen Hype aus, der sich auch in Blogs und social communities niederschlagen sollte. Auch bei dieser Serie ging es darum, positives Verhalten zu zeigen, ohne es direkt anzusprechen – man sieht einfach, dass coole junge Leute beim „Clubbing“ in Diskotheken oder Konzerten Ohrstöpsel tragen und dass das ganz normal ist. (Unter www.sound-soap.nl ist diese Serie im Internet zu finden.)

Aufgrund der Erfahrungen mit diesen und weiteren Produktionen sowie staatlich geförderten Forschungsvorhaben wie dem Projekt „Gesundheit auf dem Bildschirm“ analysiert und beschreibt Martine Bouman, welche Merkmale für eine erfolgreiche Entertainment-Education-Zusammenarbeit unabdingbar sind: „Es ist extrem wichtig, dass wir wirklich in unsere Partner investieren. Investieren heißt hier, eine gemeinsame Grundlage zu schaffen, eine Art gemeinsame Chemie. [...] Was wir brauchen ist ein gemeinsamer Referenzrahmen.“

Mit Referenzrahmen ist hier etwa eine Sprachregelung gemeint, die eventuell unterschiedliche Konnotationen berücksichtigt. So ist beispielsweise der Begriff „Education“ bzw. „Erziehung“ für Drehbuchautoren/-innen abschreckend, wenn er ohne umfassende Erläuterung des Entertainment-Education-Konzepts im Zusammenhang mit fiktionalen Erzählen verwendet wird. Autoren/-innen verstehen sich als „Geschichtenerzähler“, nicht als „Erzieher“. Hingegen ist beispielsweise die Idee, gesellschaftlich relevante Themen in die Entwicklung fiktionaler Fernsehstoffe einfließen zu lassen und damit ggf. auch Aufklärungsarbeit zu leisten, unproblematisch, da sie im Selbstverständnis der meisten Autoren/-innen bereits fest verankert ist. Sie sind offen für eine Zusammenarbeit auf der Basis von Entertainment-Education, solange sie dadurch nicht in ihrer kreativen Freiheit eingeschränkt werden.

Martine Bouman stellte im Rahmen von „Gesundheit auf dem Bildschirm“ fest, dass Drehbuchautorinnen und -autoren in ihren Büchern zum Teil bereits theoretische Ansätze verwirklichten, wie sie auch in der Gesundheitskommunikation formuliert werden, ohne sich der zugrunde liegenden Theorien bewusst zu sein. Sie für die Idee der Entertainment-Education zu gewinnen war nicht schwierig, da man ihnen anhand von Beispielen ihrer eigenen Arbeit zeigen konnte, dass sie gleichsam bereits Entertainment-Education betrieben. Die Herangehensweise bzw. die Vorstellungen davon, wie bestimmte Themen zu verarbeiten seien, erwiesen sich dennoch als unterschiedlich. Als Wissenschaftlerin neigte Martine Bouman zunächst eher zu der Haltung: „Nicht übertreiben! Nicht überspitzen!“, erkannte dann aber bald: „Aus der Perspektive von Autoren und Autorinnen ist es schlicht langweilig, irgendwelche Informationen über Gesundheitsvorsorge oder Ähnliches zu vermitteln. Solche Informationen müssen dramatisiert werden.“

Ebenso wichtig wie die Arbeit mit Filmschaffenden an konkreten Projekten ist für Bouman das „capacity building“, also einer größeren Öffentlichkeit „Informationen und Erkenntnisse zugänglich zu machen, sie zu verbreiten und so eine

gemeinsame Wissensgrundlage zu schaffen“. Dies geschieht etwa durch Events wie den jährlichen „Day of the Soap“, bei dem sich Fachleute und Gäste aus den Niederlanden wie auch aus dem Ausland zum Erfahrungsaustausch über neue Wege des „Storytelling“ zusammenfinden. Darüber hinaus entwickelt das CMG „Entertainment-Education-Lehrmodule und Maßnahmen für diverse Universitäten, Hochschulen und Postgraduierte, um junge Professionals sowohl aus der Wissenschafts-Community wie auch aus der Filmbranche im Hinblick auf eine spätere Zusammenarbeit zu trainieren“. Hierbei wird sowohl in die Lehrpläne der Medien- und Kommunikationsstudiengänge wie auch in die Drehbuchausbildung investiert, um zukünftig in den Schlüsselbereichen, die im Zusammenhang mit Entertainment-Education wichtig sind, auf professionell ausgebildete Fachleute zurückgreifen zu können.

„Es ist wichtig, in ‚capacity building‘ zu investieren, also Informationen und Erkenntnisse zugänglich zu machen und zu verbreiten und eine gemeinsame Wissensgrundlage zu schaffen.“

Alle beschriebenen Interventionen, Prozesse und die daraus resultierenden Effekte werden evaluiert und einer formativen Forschung unterzogen mit dem Ziel,

neue Theorien und Interventionsstrategien zu entwickeln. Für Martine Bouman ist es dabei essenziell, „dass man innovativ und kreativ sein, dass man auch an seine Grenzen gehen können muss. Man muss etwas wagen und kann nicht darauf warten, dass andere mit einer Idee daherkommen, sondern man kann durchaus seine eigenen Entertainment-Education-Formate kreieren. Gerade heutzutage erschließt sich mit den Neuen Medien und neuen Technologien eine eigene Welt. Normalerweise muss man auf die Zustimmung eines Senders warten oder auf den richtigen Programmplatz, aber heute kann man sein eigenes fiktionales Format im Internet kreieren und realisieren. Der Zugang zu diesem Medium ist frei und offen. Wir leben in einer Gesellschaft mit zahlreichen Möglichkeiten. Ich glaube, dass das für den Bereich Entertainment-Education eine große Herausforderung ist.“

Von Stereotypen zu Typen – Medienkompetenz erforschen, Medienpraxis verbessern

Das an der britischen Open University beheimatete Projekt, an dem Elizabeth Whitelegg, Richard Holliman und Jennifer Carr fünf Jahre lang arbeiteten, untersuchte TV-Kindersendungen, die Wissenschaft beinhalten. Die Frage dabei war, ob die wissenschaftlichen Inhalte das Verständnis der Kinder und ihren Eindruck von Wissenschaft, Technologie, Ingenieurwesen und Mathematik beeinflussen und inwieweit Kinder einen Beitrag bei der Entwicklung solcher Sendungen – und speziell des wissenschaftlichen Anteils darin – leisten können.

Elizabeth Whitelegg engagiert sich seit mehreren Jahren in Forschungsprojekten, in denen es um Fragen zum Thema „Kinder, Jugendliche, Gender und Wissenschaft“ geht. So war sie an einem vom britischen „Institute of Physics“ beauftragten Projekt beteiligt, das klären sollte, warum so wenige Mädchen sich in ihrer späteren Ausbildung für Physik interessierten bzw. das Interesse an diesem Fach nach der Schule verloren. Gemeinsam mit ihrer Kollegin Patricia Murphy stellte sie fest, „dass speziell Mädchen für sich selbst in ihrer Zukunft keinen Platz im Physik-Wissenschaftsbetrieb sehen konnten. Ihre

Selbstwirksamkeitsüberzeugungen, ihr Glaube in die eigene Kompetenz im Hinblick auf Physik, nahm im Laufe ihrer Teenager-Jahre ab.“ Da beide Faktoren, speziell aber das Selbst-Konzept, im Prozess der Identitätsfindung wesentlich sind, ist erklärbar, warum insbesondere Schülerinnen sich wenig für eine wissenschaftliche Karriere interessieren.

Nach der Untersuchung der innerschulischen Einflüsse im Zusammenhang mit dem Interesse an MINT-Professionen lag es nahe, jene Einflüsse in den Blick zu nehmen, denen Schüler/-innen außerhalb des Klassenzimmers ausgesetzt sind. Finanziert vom „UK Resources Center for Woman in Science, Engineering and Technology“ entstand im Jahr 2005 das Projekt „(In)visible Witnesses“, an dem Elizabeth Whitelegg gemeinsam mit Rick Holliman und Jennifer Carr arbeitete. Der Projekttitle wurde in Analogie zur erfolgreichen britischen BBC-TV-Serie „Silent Witnesses“ gewählt, deren Ausstrahlung als Auslöser für die gestiegene Anzahl weiblicher Studierender im Bereich der forensischen Wissenschaften gilt.

In der ersten Phase des Projekts, der „Content-Phase“, wurden bekannte Stereotype von Wissenschaftlern/-innen bzw. Mädchen im MINT-Bereich in TV-Kindersendungen untersucht, und das Vorkommen entsprechender Beispiele wurde



Elizabeth Whitelegg ist „Senior Lecturer“ im Fachbereich Wissenschaftspädagogik an der Open University. Sie forscht über das Interesse speziell junger Mädchen an Wissenschaft innerhalb und außerhalb der Schule.



Dr. Richard Holliman ist „Senior Lecturer“ im Fachbereich Wissenschaftskommunikation an der Open University in Milton Keynes, UK. Er forscht über die Art und Weise, in der (Technik-)Wissenschaften mittels diverser Medien und Genres vermittelt werden.



erfasst und analysiert. Festgehalten wurde auch, wenn es Beispiele gab, die über die bekannten Stereotype hinausgingen.

Die zweite Phase bestand aus einer Rezeptionsstudie mit Kindern zwischen 10 und 16 Jahren als aktiven Studienteilnehmern/-innen. Ziel war hier, ausgehend von der Frage, wie Kinder Darstellungen aus dem MINT-Bereich im Fernsehen interpretieren und kontextualisieren, ihre Medienkompetenz zu untersuchen – die für Elizabeth Whitelegg „in der heutigen Zeit am Ende genau so wichtig ist wie es vor vielen Jahren die Lese- und Schreibkompetenz war“. Im Rahmen der Rezeptionsstudie wurden die Kinder mit unterschiedlichen, auch kreativen, Aufgaben konfrontiert. Sie reichten vom Ausfüllen standardisierter Fragebögen über das Visualisieren eigener Vorstellungen beim „Zeichne eine/-n Wissenschaftler/-in“-Test und Erläuterungen zu bestimmten TV-Inhalten bis zum Entwurf einer eigenen Sendung inkl. Zielgruppe. Schlussendlich wurden die Probanden/-innen gebeten, aufzuschreiben, wie sie selbst sich in der Zukunft sehen würden, wenn sie einen MINT-Beruf ergreifen würden, wie und wo sie sich also innerhalb der Wissenschaftsbranche ansiedeln würden.

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigten:

- Kinder im Alter von zehn bis sechzehn Jahren sind sehr medienkompetent.
- Sie verstehen die Rolle der unterschiedlichen Sender (privat oder öffentlich-rechtlich).

- Sie sind sich der Notwendigkeit bewusst, dass Fernsehsendungen Elemente von Bildung enthalten.
- Sie wollen, dass Fernsehsendungen unterhaltsam sind, sind aber auch der Meinung, dass sie eine erzieherische Rolle spielen sollten.
- Sie verstehen, dass Fernsehprogramme altersgerecht sein müssen.
- Sie sind sich der Möglichkeiten bewusst, die interaktive und Multiplattform-Programme bieten.

Für Elizabeth Whitelegg steht fest, dass die gewählte „kreative Vorgehensweise“ bei der Untersuchung einen weitaus umfassenderen Einblick ermöglicht hat. „So können wir den Kindern helfen, im Fernsehen jene Informationen über den MINT-Bereich zu bekommen, von denen wir der Meinung sind, dass es sinnvoll ist, sie zu bekommen.“

„Man verliert gar nichts, wenn man die Stereotypen hinter sich lässt, sondern im Gegenteil: Man macht die Darstellungen werthaltiger.“

Richard Holliman hat sich im Rahmen von „(In)visible Witnesses“ unter anderem mit der Frage beschäftigt, „inwiefern Kinder und Jugendliche wertvolle Beiträge beim Entwurf von Figuren für Fernsehsendungen liefern können, die Wissenschaft enthalten“. Die Basis für seine

Überlegungen bildeten teilweise die Arbeiten von Soziologen wie Stuart Hall, der etwa das Vorkommen von Rasse und ethnischer Zugehörigkeit im Fernsehen untersucht hat und hier eine starke Stereotypisierung feststellte. Richard Holliman übertrug Halls Lösungsansatz, „die Stereotypen in Typen zu verwandeln“, auf seine Arbeit im Hinblick auf die Themenkreise „Geschlechterrollen“ und „Geschlecht und Wissenschaft“.

Während ein Stereotyp jedoch eine Figur auf eine geringe Anzahl grundsätzlicher, vereinfachter Charakteristiken reduziert und festgelegt – und das in einer geschlossenen Typologie –, erlauben es laut Richard Holliman „dramatische Figuren“, mit einer offenen Typologie zu arbeiten. Das wiederum gestattet uns, uns völlig verschiedene Dinge vorzustellen. Fiktionale Figuren eröffnen neue Mög-

lichkeiten, sie lassen sich im Rahmen einer offenen Typisierung beliebig positionieren.“

Erstaunlicherweise haben die Wissenschaftlerinnen Margaret Mead und Rhoda Métraux schon im Jahr 1957 das „Stereotyp eines Wissenschaftlers“ identifiziert – ohne dass es bis heute an Gültigkeit verloren hätte, im Hinblick etwa auf die Darstellung in Comics. Für Richard Holliman ist der entscheidende Punkt: „Wir können diese Liste von Eigenschaften auf unterschiedliche Typen herunterbrechen.“ Dazu gilt es, einige Fragen zu klären:

- Durch welche äußerlichen Merkmale – positive wie negative – kann eine Person als Wissenschaftler/-in codiert werden? (z. B. Halbglatze, Bart, Brille, Labormantel etc.)
- Durch welche Charaktereigenschaften – positive wie negative – kann eine entsprechende Codierung erfolgen? (z. B. intelligent, geduldig, aufgeschlossen, aber auch unterschätzt, überarbeitet, einsam etc.)
- Durch welche Locations lässt sich ein wissenschaftlicher Arbeitsplatz darstellen? (Das klassische Bild: das geheime unterirdische Labor)
- Welche Art von Experimenten in welcher Ausstattung wird dargestellt?
- Wie viele Darstellungsmerkmale braucht man, um eine Figur auf dem Bildschirm als Wissenschaftler/-in zu identifizieren?

Laut Richard Holliman zeigte sich, „dass gar nicht so viele Eigenschaften notwendig sind, um dem Publikum klarzumachen, dass im Fernsehen von Wissenschaft die Rede ist“. Ein Beispiel aus dem BBC-Kinderfernsehen für die Zielgruppe unter fünf Jahren ist etwa die Sendung „Nina and the Neurons“, bei der Kinder per Anruf oder Mail Fragen zum Thema Wissenschaft stellen können. Die Moderatorin Nina stellt mit Kindern im Studio entsprechende Experimente an und führt, unterstützt von fünf „Neuronen“, die ihre fünf Sinne darstellen, vor, wie etwas funktioniert. Das einzige Merkmal, welches zeigt, dass es sich bei dieser Sendung um eine Art klassische Wissenschafts-Show handelt, ist der weiße Labormantel mit ein paar Applikationen, den die Moderatorin trägt. Ein Gegenbeispiel bietet eine Slapstick-Comedy-Sketch-Show für Vorschul-

kinder namens „Gigglebiz“. Eine der Figuren dieser Show ist Professor Muddles (Professor Durcheinander). Muddles ist ungeschickt, zerzaust, macht viele Fehler – ein klassisches 50er-Jahre-Stereotyp eines Wissenschaftlers.

Ein aktuelles Beispiel für eine ältere Zielgruppe, das weltweit Furore macht, ist Lisa aus der Cartoon-Serie „Die Simpsons“. „Lisa Simpson“, so Richard Holliman, „sieht nicht wie eine Wissenschaftlerin aus, sie zeigt keine einzige der gewohnten charakteristischen Darstellungen, die man mit einer Wissenschaftlerin assoziieren würde. Aber wenn man ihre Charaktereigenschaften betrachtet, Intelligenz, Ehrlichkeit, Neugier, dann ist sie eine wunderbare Vertreterin von Wissenschaft. Mit ihr im Mittelpunkt gibt es viele Storylines, in denen Wissenschaft im Mittelpunkt steht.“

Für Richard Holliman ist das „genau der Punkt: Um uns herum existiert so viel Wissenschaft, man braucht nicht ständig jemanden, der in einem weißen Kittel irgendwo herumsteht und mitteilt, dass es jetzt um Wissenschaft geht“. Gleichzeitig existiert in den „Simpsons“ aber mit John Frink jr. eine Figur, die wiederum das klassische 50er-Jahre-Stereotyp des Wissenschaftlers repräsentiert. „Er trägt eine dicke Brille, hat zerzaustes Haar, hat einen weißen Kittel an, ist total zerstreut und macht natürlich auch jede Menge falsch – eine ganz klassische Darstellung.“

Es ist mithin sinnvoll, „so wenige dieser Codes wie möglich zu benutzen, damit zum Beispiel entsprechende Figuren stärker auf Kinder und Jugendliche wirken... Man verliert gar nichts, wenn man die Stereotypen hinter sich lässt, sondern im Gegenteil: Man macht die Darstellungen werthaltiger. Und das Publikum kann damit etwas anfangen.“

Wenn es darum geht, interessantere und weniger stereotype Darstellungen von Wissenschaftlern/-innen im Kinderfernsehen zu kreieren, hat Richard Holliman eine klare Empfehlung an die Erfinder/-innen: „Ich denke, Drehbuchautoren/-innen tun gut daran – besonders im Bereich von Animation und Cartoons, wo wir eine Menge negativer Darstellungen gefunden haben –, Kinder und Jugendliche in den Entwicklungsprozess zu integrieren. Sie haben Interessantes beizutragen, sie haben gute Ideen, und sie sind auch kreativ.“

Entertainment Education – Ein Instrument gesellschaftlicher Veränderungen

Eine der Fragen, die sich für Arvind Singhal bei der Beschäftigung mit Entertainment Education unter anderem stellen, lautet: „Was ist nötig, um einen Traum wahr werden zu lassen?“ Gemeint ist in diesem Zusammenhang der Traum von der Schaffung einer positiveren Gesellschaft durch den Wandel bestehender sozialer Normen. Entertainment Education ist dabei ein Instrument, mit dem Brücken geschlagen oder Hindernisse, die einem solchen Wandel entgegenstehen, überwunden werden können.

Arvind Singhal bezeichnet seinen Beitrag zum Thema „Entertainment Education“ zunächst augenzwinkernd als „inneren Monolog, Dialog oder Triolog“, verhehlt aber dennoch nicht sein ernsthaftes Anliegen. Ausgehend von der ungewöhnlichen Frage „Wie hoch ist der gesellschaftliche Wert eines Traums?“ schlägt er einen Bogen, der von Ronald Reagan und Michail Gorbatschow über Martin Luther King, Abraham Lincoln, Nelson Mandela und Mutter Teresa bis zu Mahatma Gandhi reicht. Ihnen allen gemeinsam war der Wunsch und die Vision, die gesellschaftlichen Verhältnisse zu verbessern, und dies verbindet die Genannten mit jenen, die heute ebenfalls nach Möglichkeiten suchen, sozialen Wandel zu initiieren und zu unterstützen. Der Wert von Entertainment Education für die Gesellschaft fußt auf diesem Bestreben und kann in vollkommen unterschiedlichen Anwendungskontexten Verwendung finden.

Aufgrund seiner eigenen Kindheitserfahrungen, in denen sein Großvater als Vorbild für ihn eine große Rolle spielte, besteht für Arvind Singhal kein Zweifel daran, dass Lernen überall im Alltag auf sehr unterhaltsame Weise stattfinden kann – ganz gleich, ob der Satz des Pythagoras sich anhand der Teilung eines Sandwichs gleichsam von selbst erklärt, ob das Geheimnis der hexagonalen Form eines Bleistifts spielerisch gelöst wird oder ob die Einteilung einer Tafel Schokolade beiläufig zur Erläuterung von Flächen- und Volumenmaßen dient.

Die wissenschaftliche Grundlage, auf der das Entertainment-Education-Konzept beruht, lieferte

der Sozialpsychologe Prof. Dr. Albert Bandura in den frühen 60er-Jahren an der Stanford University mit seinem als „Bobo-Doll-Experiment“ bekannt gewordenen Versuch – für Arvind Singhal in diesem Feld „vielleicht das bedeutendste Experiment, das je im Bereich Massenmedien und Entertainment Education durchgeführt wurde“.

Bandura ließ Vorschulkinder eine reale Situation beobachten, in der eine Person sich aggressiv gegenüber mannshohen Gummipuppen (so genannten „Bobo Dolls“) verhielt. Als die Kinder im Anschluss an diese Demonstration ebenfalls mit den ihnen bis dahin unbekannten Puppen konfrontiert wurden, imitierten sie exakt das aggressive Verhalten des Vorbilds, das sie zuvor gesehen hatten – sie hatten offensichtlich anhand eines unbekannten Vorbildes ein neues Verhalten erlernt. In der zweiten Stufe dieses Experiments konfrontierte Albert Bandura eine weitere Gruppe von Kindern nicht mit einer entsprechenden realen Situation, sondern führte ihnen dieselbe – Aggressionen einer Person gegen „Bobo Dolls“ – in einem Film vor. Auch in diesem Fall imitierten die Kinder exakt das Verhalten, als sie daraufhin real mit den Puppen konfrontiert wurden, obwohl sie das Vorbild zuvor nur im Film gesehen hatten.



Prof. Dr. Arvind Singhal arbeitet als Professor für Kommunikation und Forschungsdirektor des „Sam Donaldson Center for Communication Studies“ an der Universität von Texas in El Paso. Als ausgewiesener Experte im Bereich Entertainment-Education ist er Herausgeber und Co-Autor von zehn Büchern zum Thema.



Die aus diesem Experiment gewonnene Erkenntnis ist bis heute bedeutungsvoll: Das Erlernen neuer Verhaltensweisen anhand von Vorbildern vollzieht sich unabhängig davon, ob die Vermittlung durch ein reales Vorbild oder durch die mediale Darstellung eines Vorbilds stattfindet. Arvind Singhal spricht in diesem Zusammenhang von der „Kraft der vermittelten Vorbildfunktion, die sich im Vorführen neuer Verhaltensweisen manifestiert“.

Die Basis von Albert Banduras Forschung war die Frage, ob und wie Kinder aufgrund von Darstellungen im Fernsehen aggressives Verhalten erlernen. Die im Hinblick auf die Entwicklung des Entertainment-Education-Konzepts entscheidende Folgeüberlegung unternahm laut Arvind Singhal Dr. Miguel Sabido, der damals bei Televisa, einem Privatsender in Mexiko, arbeitete. „Sabidos Brillanz lag darin, zu fragen: Wenn Kinder aus dem Fernsehen aggressive Verhaltensmuster erlernen können, können wir dann nicht auch vorbildliches Verhalten, etwa prosoziales Verhalten, abbilden und so Zuschauer/-innen dazu ermuntern, beispielsweise an einem Erwachsenenbildungsprogramm teilzunehmen?“

Sabido übersetzte auf der Basis seiner Überlegung Banduras aus dem „Bobo Doll“-Experiment

abgeleitete Theorie in die Praxis der Produktion von fiktionalen Unterhaltungsformaten, speziell lang laufenden Telenovelas, die dem Publikum erwünschte Verhaltensweisen modellhaft präsentierten. Für Arvind Singhal „riss er damit die Wand zwischen ‚Entertainment‘ und ‚Education‘ ein“. Später sprach Dr. Martine Bouman metaphorisch in ihrer Dissertation zum Thema Entertainment Education über den Brückenschlag zwischen Wissenschaftscommunity und Kreativindustrie: „Sabido überwand die Barriere zwischen ‚Schildkröten‘ und ‚Pfauen‘“.

1999 arbeiteten Arvind Singhal, Martine Bouman und andere im Rahmen eines Projektes des „Soul City Institute of Health and Development Communication“ in Südafrika zusammen, das sich mit Möglichkeiten der Anwendung von Entertainment-Education-Maßnahmen zur Verhinderung von häuslicher Gewalt beschäftigte. Bei der Behandlung dieses in dieser Region verbreiteten Problems galt es, sich gegen soziale Normen durchzusetzen, die sowohl das aggressive Verhalten der Männer im privaten Raum, das Unvermögen der Frauen, sich dagegen zu wehren, sowie das Schweigen der mitwissenden Nachbarschaft stützten und perpetuierten.

Zu dieser Zeit implementierten die Macher der äußerst populären südafrikanischen Prime-Time-Fernsehserie „Soul City“ bewusst einen Handlungsstrang in die Serie, der das Problem der häuslichen Gewalt adressierte. Darin wurde erzählt, wie Thabang, der Ehemann der weiblichen Hauptfigur Matlakala, seine Frau wiederholt und in zunehmendem Maße misshandelte. Den herrschenden Normen gemäß geschah dies hinter verschlossenen Türen. Die hilflose Matlakala setzte sich nicht zur Wehr, da sie Angst hatte, um Hilfe zu bitten.

In einer speziellen Episode der Fernsehserie ließen die Macher/-innen Matlakalas Nachbarschaft anders handeln als gewohnt. Anstatt die Brutalitäten wie gewohnt zu ignorieren, begannen viele Nachbarn, das Verhalten des Ehemannes anzuprangern, indem sie sich vor dessen Haus versammelten und dadurch lautstark protestierten, dass sie mitgebrachte Töpfe und Pfannen gegeneinanderschlugen, um ihn zum Aufhören zu bewegen.

„Wenn man Normen in der Gesellschaft verändern will, muss man ein gemeinschaftliches Vorbild vorführen. Man muss zeigen, dass es die Gemeinschaft ist, die die Normen prägt.“

Ein derartiges Verhalten war in der Realität nicht zu finden. Gezeigt wurde so nicht nur eine neue Möglichkeit, Widerstand zu leisten, sondern auch, dass der Schutz einer Gruppe ein Engagement zulässt, das ein Individuum nicht leisten kann – die Möglichkeit der Gemeinschaft, mit überkommenen und repressiven Normen zu brechen und neue zu etablieren.

Dies war das erste Mal, dass ein solches „vorbildliches“ Verhalten, das in der Realität nicht existierte,

der südafrikanischen Öffentlichkeit im Rahmen einer fesselnden und melodramatischen Geschichte präsentiert wurde. Wenig später berichteten Artikel in südafrikanischen Zeitungen von Gemeinden, in denen Nachbarn das Verhalten der Nachbar-

schaft aus „Soul City“ nachgeahmt und so Exzesse häuslicher Gewalt real verhindert hatten – ein Bruch existierender gesellschaftlicher Normen mit einem höchst positiven Effekt, hervorgerufen durch vorbildhaft modelliertes Verhalten in einer fiktionalen Fernsehserie.

Für Arvind Singhal steht außer Zweifel, dass derartigem „Modellieren positiven Verhaltens“ eine große Kraft innewohnt, die in der Lage ist, gesellschaftliche Veränderungen zu initiieren. Gleichzeitig ist diese „Kraft des fiktionalen Vorbilds“ für ihn der Impetus, Fragen zu stellen wie: „Was ist notwendig, um einen Traum wahr werden zu lassen? Welche neuen Voraussetzungen müssen wir schaffen, damit das Interesse an MINT in Deutschland wieder nachhaltig wächst?“



„Cause Entertainment“ – Medieninvestments für sozialen Wandel

„Cause Entertainment“ ist eine junge Medien-Investmentfirma, die von den ehemaligen Londoner Investmentbankern Vicky Dhir und Aditya Mehta im indischen Mumbai gegründet wurde, um sich primär in den Bereichen Filmproduktion und -vertrieb, Fernsehproduktion, Home Entertainment, Neue Medien und Eventveranstaltungen zu engagieren. Dabei geht es nicht nur darum, solide Anlagemöglichkeiten anzubieten: Finanziert werden sollen ausschließlich Medienprojekte, die das Potential haben, gesellschaftlichen Wandel positiv zu beeinflussen.

Treibende Kraft bei der Gründung von „Cause Entertainment“ war für Vicky Dhir und Aditya Mehta der Gedanke, dass es möglich sein müsse, kommerziellen Erfolg und gesellschaftlich verantwortliches Handeln miteinander in Einklang zu bringen. Sie positionierten ihre Investmentfirma im Bereich der massenmedialen Kommunikation, um die Produktion von Unterhaltungsformaten wie Kino-, Fernsehfilmen und TV-Serien zu finanzieren, die die Möglichkeit bieten, breite Publikumsschichten zu erreichen. Darüber hinaus beteiligt sich „Cause Entertainment“ auch an Projekten in den Bereichen Home-Entertainment und Neue Medien bzw. an Großveranstaltungen.

Die Besonderheit besteht laut Aditya Mehta darin, dass vor einem finanziellen Engagement die infrage kommenden Investmentmöglichkeiten auf ihren Gehalt hin überprüft werden: „Wir finanzieren grundsätzlich nur solche Projekte, die gesellschaftlich relevant sind und irgendeine Art von sozialer Botschaft beinhalten, die also die Chance bieten, einen Wandel in der Gesellschaft herbeizuführen oder zu unterstützen.“

Die Auswahl entsprechender Projekte wird von zwei aus Fachleuten bestehenden Beiräten unterstützt. Im „Creative Advisory Board“ sind Kreative wie Schauspieler/-innen, Regisseure/-innen, Produzenten/-innen und Autoren/-innen aus der indischen und amerikanischen Filmbranche vertreten, während das „Corporate Advisory Board“ Entscheidungsträger vornehmlich aus der indischen Entertainment-, Finanz- und Versicherungsbranche versammelt. Mit Prof. Dr. Arvind Singhal ist hier auch ein Wissenschaftler aus dem Bereich Entertainment Education vertreten.

Aditya Mehta betont, wie wichtig es ist, die Kompetenz der Kreativen im gesamten Prozess nicht einzuschränken: „Wir lassen die Kreativen in Ruhe. Es bleibt ihnen überlassen, wie sie einen Film, eine Fernsehserie, generell ein Projekt realisieren wollen, in dieser Hinsicht genießen sie völlige Freiheit. Unser einziges Kriterium ist, ob beispielsweise ein Film eine Botschaft transportiert, die in der Lage ist,



Vicky Dhir ist Geschäftsführer und Mitbegründer der Firma „Cause Entertainment“ in Mumbai.



Aditya Mehta ist Finanzvorstand und Mitbegründer der Firma „Cause Entertainment“ in Mumbai.



die Gesellschaft in positiver Weise zu beeinflussen.“ Bestandteil jedes Projekts ist eine „transmediale Distributionsplattform“, mit deren Hilfe die jeweilige Botschaft, die zunächst regional verankert ist, über unterschiedliche Medien wie etwa Fernsehen, Radio, Theater weiter verbreitet werden soll und weitere, auch internationale Publikumsschichten erreichen kann, um im besten Falle nicht nur eine lokale, sondern eine globale Veränderung zu bewirken. Für Vicky Dhir ist wesentlich, dass die Schaffung von Bewusstsein nur der erste Schritt ist, wenn es um sozialen Wandel geht. „Durch Unterhaltungsangebote kann man eine emotionale Verbindung, kann man Bewusstsein schaffen. Erst das bietet dem Publikum die Möglichkeit, sich zu engagieren. Praktisches Handeln muss dazukommen.“

Eines der ersten Projekte von „Cause Entertainment“ ist ein Film über das Leben des indischen Mathematikers und Volkshelden Srinivasa Rama-

nujan, dessen Produktion unter anderem von der „Sloan Foundation“ gefördert wird. Ramanujan, ein Mann ohne Schulbildung und aus einfachsten Verhältnissen stammend, wurde Anfang des 20.

Jahrhunderts entdeckt und nach Cambridge eingeladen, wo er sein Genie weiterentwickeln konnte. Für Vicky Dhir ist Ramanujan nicht nur ein hervorragendes Beispiel dafür, dass eine Wissenschaft wie die Mathematik dazu dienen kann, sämtliche sozialen und

kulturellen Schranken zu überwinden. „Ramanujan bietet die Möglichkeit, eine Ikone zu präsentieren mit dem Ziel, Jugendliche zu inspirieren.“ Mit dem Film einhergehen soll eine Marketing-Kampagne unter dem Motto „Wo ist der nächste Ramanujan?“, im besten Falle gefolgt von einer Fernsehserie, von Radiosendungen und flankiert von weiteren Maßnahmen in Neuen Medien.

„Unserer Überzeugung nach wird sozialer Wandel nicht nur durch die Schaffung von Bewusstsein bewirkt. Das ist der Anfang, doch dann muss aktives Handeln dazukommen.“

Das MINTiFF-Netzwerk: Neue Partner im Wissenschaftsdialog

Förderung fiktionaler Programmqualität

In den journalistischen Programmbereichen haben sich in Deutschland zur Beobachtung der Wissenschaftswelt in den Medien eigenständige Ressorts und Redaktionen sowie eine wachsende Zahl von zunehmend unterhaltsamen Programmformaten etabliert. Von ihnen fühlen sich gerade jüngere Zuschauergruppen angesprochen. Im Zuge dieser Entwicklung hat sich der Wissenschaftsjournalismus zu einer eigenständigen Profession entwickelt, mit entsprechenden universitären und außeruniversitären Aus- und Weiterbildungsangeboten, deren Zahl und Vielfalt wächst. Stipendien und Preise bieten hier Anreiz für besondere Leistungen.

In den fiktionalen Programmbereichen haben sich demgegenüber bisher keinerlei spezialisierten Redaktions- und Ressortstrukturen sowie Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten für Autoren/-innen,

Produzenten/-innen und Redakteure/-innen für die Beobachtung der Wissenschafts- und Technikwelt etabliert. Auch fehlt es hier an Kommunikationsstrukturen und Dialogkulturen, wie sie im Wissenschaftsjournalismus vorhanden sind. Für vornehmlich geistes- und kulturwissenschaftlich und künstlerisch ausgebildete Filmschaffende stellt sich das naturwissenschaftlich-technisch ausgerichtete Wissenschaftssystem entsprechend in hohem Maße als unübersichtlich und intransparent dar. Dass Autoren/-innen unter diesen Umständen Wissenschaft und Technologie eher meiden und sich anderen Themen zuwenden, die für sie leichter zugänglich sind, für die es erfolgreiche filmische Vorbilder gibt und die mehr senderseitige Akzeptanz versprechen, scheint verständlich.

Vor diesem Hintergrund wurde an der TU Berlin gemeinsam mit der Fraunhofer-Gesellschaft, der Helmholtz Gemeinschaft und der Max-Planck-Gesellschaft sowie mit Unterstützung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) und des Europäischen Sozialfonds (ESF) das MINTiFF-Netzwerk ins Leben gerufen.



Von links nach rechts: Jonas Baur, Ivo-Alexander Beck, Carl-Christian Demke, Sarah Schnier, Lorenz Stassen, Caroline Labusch, Iris Uhlenbruch, Silke Morgenroth, Dr. Christoph Braß, Bettina Börgerding, Michael Heinze, Andreas Gässler, Moritz Grenzbach, Prof. Dr. Marion Esch, Peter Engelmann.

Aufbauend auf den oben dargestellten Ergebnissen der Befragung von Filmschaffenden zu hilfreichen Maßnahmen für mehr MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Fernsehformaten, vereint das MINTiFF-Netzwerk drei Angebote für Filmschaffende: die MINTiFF-Beratungsstelle, die Veranstaltungsreihe „Science Meets Fiction“ und die MINTiFF-Ideenwettbewerbe für erfahrene Drehbuchautorinnen und -autoren und Stoffentwicklungsteams. Bislang hat das MINTiFF-Netzwerk mit seinen Angeboten über 300 Teilnehmer/-innen aus dem Film- und Fernsbereich erreicht, wobei die Resonanz ausnahmslos positiv war. So schreibt etwa einer der teilnehmenden Produzenten: „Das ‚Begeisterungsprogramm‘ des engagierten und filmbranchen-erfahrenen MINTiFF-Teams ... wartet mit einem Programm-Superlativ nach dem anderen auf und schafft es, dass sich regelmäßig renommierte Autoren, Redaktionschefs und Produzenten zu den Exkursionen einfinden – trotz chronischer Zeitknappheit und teils weiter Anreisen.“

Ausgehend von der Erkenntnis, dass herausragende und gut recherchierte Stoffe Voraussetzung für exzellente und publikumsattraktive Spielfilme und Serien sind, wurden im Rahmen der MINTiFF-Ideenwettbewerbe in den Jahren 2009 und 2010 insgesamt acht mit jeweils 10.000 Euro dotierte Fellowships vergeben. In der Frühphase der Stoffentwicklung werden durch diese Stipendien ambitionierte Projekte für deutsche Fernsehfilme und -serien gefördert, die neue Perspektiven auf die gesellschaftliche Rolle von Mathematik, Informatik, Natur- und Technikwissenschaften eröffnen und Figuren jenseits der traditionellen Wissenschafts- und Geschlechterklischees kreieren.

Fester Bestandteil der Fellowships sind fachwissenschaftliche Beratungen durch Gleichstellungsexperten/-innen und Wissenschaftler/-innen der zugehörigen Fachgebiete sowie Hospitanzen in Wissenschaftsorganisationen. Den teilnehmenden Drehbuchautorinnen und -autoren bzw. Stoffentwicklungsteams wird auf diese Weise ein umfassendes Bild über die fachwissenschaftlichen Themendimensionen ihres Stoffes vermittelt – Grundvoraussetzung für die Entwicklung qualitativ hochwertiger Treatments und Drehbücher.

Mit dem WDR-Tatort „Auskreuzung“ (Drehbuch: Karl-Heinz Käfer) konnte im Rahmen der MINTiFF-Konferenz 2010 bereits der erste Fernsehfilm gezeigt werden, dessen Stoffentwicklung mit einem MINTiFF-Fellowship gefördert wurde.

Nutzen der Fellowships aus Sicht der MINTiFF-Fellows

„Das Projekt war eine großartige Erfahrung und Ermutigung. Denn ohne das Fellowship wären wir nicht in der Lage gewesen, unsere scheinbar kleine Geschichte über das Thema Impfen zu entwickeln. Ein solcher Stoff funktioniert nur auf einer soliden Faktenbasis, gerade weil mit diesem Thema überraschend viele konträre Emotionen verbunden sind. Die wissenschaftlich-technische Unterstützung war perfekt, die Türen standen uns überall offen, und wir verdanken dem MINTiFF-Team und dem Fellowship entscheidende Unterstützung für ein Drehbuch, das voraussichtlich die ARD realisieren wird.“

Fred Breinersdorfer/Katja Roeder (Autor/-in).
Spielfilmprojekt „Masernparty“

„Mir hat das MINTiFF-Fellowship exorbitant viel gebracht. Mein Fachberater war Prof. Dr. Roland Lauster vom Institut für ‚Medizinische Biotechnologie‘ an der TU Berlin. Nicht nur, dass er mir ein wenig erklärt hat, wie Biologie funktioniert, oder dass er mir konkrete Fragen beantworten konnte – er hat vor allem schnell begriffen, worum es in meiner Geschichte geht und sich auf die Fiktion eingelassen. Durch ihn kamen dadurch ganz neue Aspekte hinzu, an die ich selbst vorher gar nicht gedacht hatte. Wir stehen nach wie vor in Kontakt, und die Zusammenarbeit geht weiter.“

Lorenz Stassen (Autor).
Spielfilmprojekt „Chromosom 19“

„Die Zusammenarbeit mit dem Hydrologen Dr. Sergiy Vorogushyn vom Deutschen GeoForschungs-Zentrum hat einerseits eine Vertiefung bedeutet, was unseren Stoff anbetraf. Zum anderen hatten wir aber durch das MINTiFF-Stipendium die Möglich-

keit, ein sehr ausführliches Treatment zu erarbeiten. Das erhöht die Chance, das Projekt zu verkaufen, was normalerweise immer ein sehr langwieriger Prozess ist. Durch das MINTiFF-Fellowship ist so eine Grundlage gelegt worden, zu der wir ohne diese Unterstützung wohl nicht gekommen wären.“

Carl-Christian Demke (Autor).
Spielfilmprojekt „Zwei Grad Plus“

„Die Zusammenarbeit mit Dr. Vorogushyn war bereichernd. Wir haben nicht nur die Gelegenheit bekommen, unsere Recherche noch einmal überprüfen zu lassen, sondern unser Berater war auch proaktiv, hat uns Materialien besorgt und angeboten. Die Arbeit ist an dieser Zusammenarbeit sehr gereift.“

Sarah Schnier (Autorin).
Spielfilmprojekt „Zwei Grad Plus“

„Natürlich ist ein MINTiFF-Fellowship eine Erleichterung, weil die Autorinnen und Autoren in der Lage sind, einfach konzentriert einen ganzen Monat lang an einem Stoff zu sitzen. Die Stoffentwicklung, die hierdurch bezahlt wird, wird ja normalerweise in dieser Höhe nicht bezahlt. Man bekommt dadurch eine bessere und intensivere Zusammenarbeit und auch eine höhere Qualität.“

Ivo-Alexander Beck (Produzent).
Spielfilmprojekt „Zwei Grad Plus“

„Wir haben uns mit Delikten gegen die Umwelt befasst. Unsere Ansprechpartnerin bei den Recherchen war Frau Doris Böhme vom Umweltforschungszentrum der Helmholtz Gemeinschaft. Sie hat uns an verschiedene Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler vermittelt und war sozusagen die Zentrale, die entschieden hat, zu welcher Disziplin unsere Fragen jeweils gehörten. Sie hat sehr gut verstanden, was wir brauchten, und fachspezifische Erläuterungen – wenn notwendig – für uns ‚übersetzt‘. Frau Böhme war für uns immer ansprechbar, sie hat alles nach- und durchgelesen. Das war sehr, sehr hilfreich.“

Silke Morgenroth/Caroline Labusch (Autorinnen). Serienprojekt „Kommissarin Grün“

„Eine Recherche in der Tiefe wäre ohne MINTiFF nicht möglich gewesen. Ich bin mir ganz sicher, dass man das am Ende aus dem Konzept herauslesen wird und das auch dabei helfen wird, es zu verkaufen“.

Jonas Baur (Autor).
Serienprojekt „Kommissarin Grün“

„Im Rahmen meines MINTiFF-Fellowships verschaffte mir Andreas Schütz vom DLR Zugang zu den faszinierenden Schauplätzen der bemannten Raumfahrt in Deutschland, wie dem Columbus-Kontrollzentrum in Oberpfaffenhofen oder dem Astrium in Bremen, sowie Kontakt zu Spitzenforschern der DLR, zum Beispiel zu Raumfahrtmediziner Professor Gerzer oder Flugdirektor Thomas Uhlig. Andreas Schütz stand mir darüber hinaus bis heute mit fachlichem Rat und auch viel Verständnis und Einsicht in die Arbeit eines Spielfilmdrehbuchautors zur Seite. Durch die Vermittlung von MINTiFF und die großartige, nicht nur materielle, sondern auch inhaltlich kompetente Unterstützung durch die MINTiFF-Mitarbeiter konnte ich für mein Projekt FLIGHT DIRECTOR sowohl einen Fortschritt bis zur Drehbuchfassung als auch eine grundsätzliche Qualitätssteigerung für mein Projekt erreichen, die sonst unmöglich gewesen wäre: Autodidaktisches Studium von Fachaufsätzen, Internetveröffentlichungen sowie Fachliteratur hat mir gerade bei diesem technikwissenschaftlichen Bereich gezeigt, wie unerlässlich der direkte Kontakt zu Forschern ist, da sich für einen Autor andernfalls oft unzureichende Schlussfolgerungen ergeben. Mithilfe des MINTiFF-Fellowships war es möglich, die Grundlage für ein spannendes Projekt zu legen, das auch tatsächlich die moderne Wirklichkeit seines gewählten Themas repräsentiert.“

Peter Engelmann (Autor).
Spielfilmprojekt „Flight Director“

„Das MINTiFF-Fellowship hat mir Türen geöffnet, die einem Drehbuchautor normalerweise verschlossen bleiben. Überaus hilfreich war auch die Zusammenarbeit mit Frau Professor Dr. Schraudner, die das Projekt von Anfang an begleitet und mit Geduld und Humor die Rechte der Biologie gegenüber der Dramaturgie vertreten hat.“

Karl-Heinz Käfer (Autor).
Tatort „Auskreuzung“

„Dank des MINTiFF-Fellowships konnten wir unseren Stoff ‚Frau und Mann‘ nicht nur zu einem sehr ausführlichen Treatment ausarbeiten, sondern ihn dabei auch wissenschaftlich weiter untermauern. MINTiFF vermittelte den für uns sehr ausschlaggebenden Kontakt zu Frau Prof. Dr. Ina Schieferdecker, Leiterin des Kompetenzzentrums ‚Modeling and Testing for Systems and Service Solutions‘ des Fraunhofer-Instituts FOKUS, die uns entscheidende Einblicke in das Arbeitsfeld einer Informatikerin lieferte und uns entscheidende Anhaltspunkte gab. Auch die Begegnung mit Dr. Sandro Gaycken vom Chaos Computer Club hat uns inspiriert und dazu beigetragen, dass wir den Konflikt unserer beiden Protagonisten, der sich im Laufe unserer Recherchen immer mehr auf den Schwerpunkt ‚Sicherheit im Netz‘ konzentrierte, auskleiden und inhaltlich untermauern konnten. Zusammenfassend ist zu sagen, dass uns die Begegnungen und Auseinandersetzungen mit dem Thema ‚Informatik‘ und ‚Frauen in MINT-Berufen‘ sehr angeregt haben, über weitere Projekte dieser Art nachzudenken und insbesondere die Frauenrollen auch in unseren anderen Projekten zu überdenken.“

Bettina Börgerding/Iris Uhlenbruch (Autorinnen). Spielfilmprojekt „Frau und Mann“

„Die Leiterin der Arbeitsgruppe ‚Astrobiologie‘ vom DLR, Frau Dr. Rettberg, hat eindeutig den Horizont unserer Geschichte erweitert. Durch ihre Beratung und die Mithilfe der Doktorandin Anja Bauermeister haben wir Lösungen gefunden, die man als Autor nicht imaginieren kann. Das MINTiFF-Fellowship hat uns nicht nur die Möglichkeit gegeben, ein detailliertes Treatment zu erstellen, sondern uns auch die Tür zu einem der spannendsten Bereiche der Wissenschaft geöffnet.“

Michael Heinze/ Andreas Gäbler (Autoren). Spielfilmprojekt „Die 6. Kuppel“

Public Value – Will E-E be a key?



Öffentlich-rechtlicher Rundfunk – „Public Value“ und fiktionales Qualitätsfernsehen

Intensiv mit Fragen nach der Qualität und dem „Mehrwert für die Gesellschaft“ befasst sind die Rundfunkräte. Innerhalb der ARD agieren sie als „Vertretung der Allgemeinheit in der jeweiligen Rundfunkanstalt“ und haben unter anderem die Aufgabe, die Intendanten hinsichtlich der Programmgestaltung zu beraten. Als oberste Instanz überwachen sie auf der Grundlage des Rundfunkstaatsvertrages die Einhaltung des Auftrags der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten.

In ihrer Eigenschaft als Vorsitzende des WDR-Rundfunkrates begrüßt Ruth Hieronymi, dass mit ihr ganz bewusst auch diejenigen im Rahmen der MINTiFF-Konferenz zu Wort kommen, die die Aufsicht über die öffentlich-rechtlichen Programmleiter/-innen haben. Ihre rhetorische Frage „Wer weiß schon, dass es die Rundfunkräte gibt?“ macht deutlich, dass deren Existenz und Funktion in der Öffentlichkeit nur wenig wahrgenommen wird.

Die Aufsicht zu haben bedeutet aber nicht, das Programm zu gestalten oder verantwortlich dafür zu sein. Dagegen steht die Rundfunkfreiheit, die durch das Prinzip der Programmautonomie und eine starke Intendantenverfassung nachhaltig geschützt und gestärkt wird. „Die Rundfunkräte“, so Ruth Hieronymi, „haben demgegenüber eine relativ schwache Funktion – die aber nach Kräften genutzt wird.“ Gemäß Rundfunkstaatsvertrag und den Landesmediengesetzen haben sie die Aufgabe, „beide Seiten zu berücksichtigen, die Interessen der Allgemeinheit und die Vermittlung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in die Allgemeinheit“. Sie sind „der Anwalt des öffentlichen Rundfunks“!

Eines der erklärten Ziele von Ruth Hieronymi lautet: „Wir wollen Public Value im öffentlich-rechtlichen Rundfunk befördern.“ Das Thema der MINTiFF-Konferenz liegt ihr und der ARD-Gremienvorsitzendenkonferenz, der sie ebenfalls vorsitzt, daher sehr am Herzen, wenngleich für sie klar ist: „Es gibt im deutschen öffentlich-rechtlichen

Rundfunk auch viele hervorragende Beispiele, in denen Public Value realisiert und gefördert wird.“ Dennoch bleibt genug zu tun.

Zentral ist dabei der Qualitätsbegriff, dessen Definition laut Ruth Hieronymi häufig zu kurz greift. „In Deutschland verbindet man in der Regel den Begriff der Qualität mit der Assoziation der Hochkultur. Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist dieser Qualitätsbegriff aber nicht ausreichend. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und Public Value sind verbunden durch den Anspruch, einen Beitrag zur freien, freiheitlichen und demokratischen Meinungsbildung der gesamten Bevölkerung zu leisten – nicht nur der Eliten. Dies ist eine zentrale Aufgabe.“ Um dieser Aufgabe gerecht werden zu können, muss sichergestellt sein, dass „die Bevölkerung in ihrer repräsentativen Breite und ausreichender Quantität die öffentlich-rechtlichen Angebote schätzt und nutzt“. Für Ruth Hieronymi resultiert aus diesem Anspruch ein schwieriger Spagat zwischen Qualität und Quote, aber: „Das darf kein Widerspruch sein.“ Der Frage danach, wie dieser Spagat gelingen kann, wie Qualität überhaupt definiert werden kann, kommt insofern eine große Bedeutung zu.



Ruth Hieronymi ist Vorsitzende des WDR-Rundfunkrates sowie der ARD-Gremienvorsitzendenkonferenz. Von 1985 bis 1999 war sie Mitglied des Landtages in NRW sowie von 1999 bis 2009 unter anderem Mitglied des Kulturausschusses des Europäischen Parlaments mit Arbeitsschwerpunkt Medienpolitik.



Dass beabsichtigte und unbeabsichtigte Sozialisations- und Bildungseffekte Kriterien sind, nach denen die Qualität fiktionaler Fernsehunterhaltung beobachtet und bewertet werden sollte, bejaht Ruth Hieronymi ganz eindeutig. Für sie ist dies „eine entscheidende Frage für die Gremien und die Programmausschüsse als Grundlage intensiver Beschäftigung – mit der die Macher bisweilen auch gequält werden“.

Um so bedauerlicher ist es, dass in der aktuellen Programmpraxis die Bildungspotentiale in fiktionaler Unterhaltung nicht ausreichend genutzt werden. Zwar attestiert Ruth Hieronymi den Programmmachern/-innen zu deren „Ehrenrettung und berechtigtem Schutz“, dass sie zweifellos entsprechende Intentionen haben, räumt aber auch hier ein, dass es sich um eine schwierige Aufgabe handelt. Für deren Bewältigung müssen unter anderem neue Wege gefunden werden, um Verknüpfungen zwischen Programmmachern/-innen, Drehbuchautoren/-innen und jenen Bereichen der Wirklichkeit herzustellen, die die Sender durch die fiktionalen Programme der Öffentlichkeit präsentieren. In diesem Zusammenhang spielen auch die Neuen Medien eine nicht zu unterschätzende Rolle, denn die traditionellen Kommunikationsinstrumente und -strukturen der Zusammenarbeit

reichen nicht mehr aus. Gleichwohl gilt für Ruth Hieronymi: „Neue Medien sind eine notwendige Ergänzung, aber auf absehbare Zeit kein Ersatz für die noch traditionellen Formen der Massenkommunikation!“ Dies ist gleichzeitig die Begründung für das öffentlich-rechtliche Engagement im Bereich Telemedien.

„Es ist nicht leicht, die Veränderungen, die auch die Gremienvorsitzendenkonferenz für notwendig hält, durchzusetzen.“

Mit einem weiteren klaren „Ja“ beantwortet Ruth Hieronymi die Frage, ob sie in einer konsequenten Implementierung von Entertainment-Education-Strategien

eine Möglichkeit sieht, den Public Value von Unterhaltung zu unterstreichen und ob sich damit auch Chancen eröffnen, ein jugendliches Publikum zu gewinnen und bildungsferne Schichten zu erreichen. In diesem Zusammenhang verweist sie auf die Erfahrungen der Rundfunkanstalten rbb, SWR und WDR, in denen mit Blick auf Public Value und Qualitätsfernsehen ein Qualitätscontrolling für das Programm eingeführt wurde, das zu sehr eindeutigen Ergebnissen geführt hat. Im Rahmen dieses aus unterschiedlichen Stufen bestehenden Controllings werden interne und externe Experten/-innen, aber auch ganz normale Fernsehzuschauer/-innen dazu eingeladen, das Programm kritisch unter die Lupe zu nehmen. So existieren Panels aus ca. hundert Zuschauern/-innen, die entweder

repräsentativ oder auch zielgruppenspezifisch ausgewählt werden und Sendungen unmittelbar nach deren Ausstrahlung auf der Basis eines festgelegten Kriterienkatalogs bewerten. Auf diese Weise ließen sich bereits wertvolle Erkenntnisse gewinnen, etwa über die Verschiebung von Konzentration und Interesse in Abhängigkeit von der visuellen Ausgestaltung oder der Art der Moderation in bestimmten Formaten. Nach entsprechenden Analysen und anschließender Optimierung auch bereits existierender Formate ist es nachweislich gelungen, Reichweiten und Akzeptanz zu steigern, was für die Praktikabilität dieser Ansätze spricht.

Darüber hinaus zeigen die Ergebnisse, dass es zu einem großen Teil von der Art der Präsentation abhängt, ob junge Menschen bereit sind, sich im öffentlich-rechtlichen Rundfunk auch nachhaltig für bestimmte Themen zu interessieren. Ruth Hieronymi sieht durchaus gute Chancen, junge Menschen wieder für das öffentlich-rechtliche Fernsehen zurückzugewinnen, wenn man in der Art und Weise, wie Inhalte präsentiert werden, ihr Lebensgefühl berücksichtigt. Dies stellt für sie eine machbare Herausforderung für Autoren/-innen und Programmacher/-innen dar.

Den größten Fortentwicklungsbedarf sieht Ruth Hieronymi auf dem Feld der Wirkungsforschung. Fragen wie „Wie kommt etwas an?“, „Was müssen wir tun, um junge Menschen zu erreichen?“ oder „Wie wirken welche Themen mit welchen Nebenwirkungen?“ können ihrer Meinung nach weder von Programmachern/-innen, noch von Drehbuchautoren/-innen hinreichend beantwortet werden. Hier ist in ihren Augen die Wissenschaft gefordert, einen überfälligen Beitrag zu leisten.

Dass die deutsche MINT-Kultur und nicht-stereotype weibliche Rollenvorbilder in fiktionalen Fernsehformaten so gut wie keine Darstellung finden, obwohl ihre hohe gesellschaftliche Relevanz außer Frage steht, ist für Ruth Hieronymi ein seit Jahrzehnten beklagtes Phänomen. Ihrer Meinung nach verstärken sich diese beiden Defizitbereiche noch bzw. addieren sich in ihrer Wirkung. Sinnvolle Gegenmaßnahmen sind für sie weitere Sensibilisierung für das Problem, wie sie etwa durch die MINTiFF-Konferenz in begrüßenswerter Weise geleistet wird.

Als Rundfunkrätin will Ruth Hieronymi entsprechende Bestrebungen auch zukünftig nachhaltig unterstützen und bietet ausdrücklich an, die dazu nötige Diskussion mithilfe der Rundfunkräte auch in weitere Gremien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu tragen.

Viele der Ziele in den existierenden Programmleitlinien der Rundfunkanstalten, deren Erarbeitung durch die Rundfunkräte beraten wird, decken sich mit den Zielen von MINTiFF. Daher sind für Ruth Hieronymi die Analysen und Vorschläge, die sich aus der MINTiFF-Konferenz ergeben haben, ein wichtiger Beitrag, um die Leitlinien und Ziele des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auf eine breitere Basis zu stellen und ihre Wirksamkeit in der Gesellschaft zu unterstützen.

Anregung und Reflexion auslösen – „Public Value“ im ORF

Seit dem Jahr 2007 unterhält der ORF in Wien ein eigenes Public-Value-Kompetenzzentrum. Es wurde unter anderem als Reaktion auf den BBC-Bericht „Building Public Value: renewing the BBC for a digital world“ und den darauf folgenden medienpolitischen Diskurs in Europa gegründet, der erstmals grundlegend die Beziehung zwischen öffentlich-rechtlichen Sendern und der Gesellschaft thematisierte. Auch das ORF-Kompetenzzentrum beschäftigt sich seither mit der Frage: Was hat öffentlich-rechtlicher Rundfunk mit gesellschaftlichen Bedürfnissen zu tun, und was macht den ORF zu einer gesellschaftlich sinnvollen Einrichtung?

„Unterhaltung mit Haltung“, auf diese Kurzformel bringt Klaus Unterberger den Gegenstand seines Vortrags nach der Präsentation eines Ausschnitts aus dem ORF-Film „Die Mutprobe“ – eine Koproduktion mit dem WDR –, die „ein anspruchsvolles, schweres Thema fiktional für ein breites Publikum aufbereitet“ und damit beispielhaft Public Value, also gemeinwohlorientierte Medienarbeit, sichtbar macht.

Für grundsätzlich wichtig, will man überhaupt über Public Value reden, hält Klaus Unterberger: Unterhaltung sei weder grundsätzlich unpolitisch oder reiner Zeitvertreib, noch per se von geringerer Relevanz als etwa Nachrichtensendungen: „Unterhaltung ist entscheidend bei der Konstruktion von Sinnbildern, von Weltbildern, von Identitäten und der Reflexion unserer Lebenswelten. Unterhaltung ist auch im Fernsehen ein Kulturgut regionaler und kultureller Identität.“ Daher gilt, dass Unterhaltung selbstverständlich im Pflichtenheft öffentlich-rechtlicher Kommunikation steht und nicht vorrangig ein Fall für kommerzielle Medien ist. Diese Tatsache erfolgreich öffentlich zu kommunizieren sei eine wesentliche Aufgabe insbesondere für die Sender selbst, denn ein entsprechendes Bewusstsein ist in der Gesellschaft nicht zwangsläufig verbreitet. Gerade in der Unterhaltung, insbesondere in den kommerziellen Geschäftsmodellen nahestehenden

Formaten, sei „das Dumme und Vulgäre“ sichtlich nicht ausgestorben. „Es geht daher um den Sinn gemeinwohlorientierter Medienqualität. In diesem Zusammenhang ist Public Value eine Widerstandslinie, eine Renaissance des Gesellschaftlichen.“ Im Zusammenhang mit der Medienkrise sei gleichzeitig bedeutsam, dass Public Value „d.h. gesellschaftlich wertvolle und nützliche Medienangebote möglich und herstellbar sind und nicht etwa eine Spielwiese für eine neue europaweite Regulierungsbürokratie zum Schutz der Märkte“. Entscheidend ist die Kompetenz der Medienschaffenden selbst, sowie die Ressourcen, Möglichkeiten und Freiräume als Voraussetzung ihrer Arbeit.

Klaus Unterberger bezeichnet Public Value daher als „die leidenschaftliche Erinnerung, dass der kreative Geist und die gemeinwohlorientierte Medienqualität nicht durch das Vermessungsamt oder durch die Aussicht auf Renditen zustande kommt, sondern durch die Kompetenz jener, die sie mit Engagement kreativ betreiben.“

Dienen soll dies nicht nur den Zuschauerinnen und Zuschauern, sondern der gesamten Gesellschaft. Die in der ORF-Qualitätssicherung formulierten Selbstverpflichtungen umfassen eine ganze Reihe von konkreten Inhalten und



Dr. Klaus Unterberger ist Leiter des ORF-Public-Value-Kompetenzzentrums in Wien. In dieser Funktion verantwortet er Maßnahmen der Qualitätssicherung sowie der externen und internen Kommunikation zu Fragen öffentlich-rechtlicher Kernkompetenz.

Leistungskategorien, die im Zusammenhang mit gemeinwohlorientierter Medienarbeit stehen, wie etwa: Vielfalt, Orientierung, Integration, Bürgernähe, Kulturauftrag oder Wertschöpfung.

Um konkret zu zeigen, wie der ORF seinen öffentlich-rechtlichen Auftrag erfüllt, gibt der ORF seit 2009 jährlich unter dem Titel „Wert über Gebühr“ einen umfangreichen Bericht heraus, der, unterteilt in fünf Qualitätsdimensionen und 18 Leistungskategorien, über die Programminhalte informiert und „Wert und Nutzen“ des ORF-Programmangebots dokumentiert. Dieser Bericht ist auch online verfügbar (unter: <http://zukunft.orf.at>) und steht somit der Allgemeinheit ebenso wie Experten/-innen zur Verfügung.

Besonders wichtig ist für Klaus Unterberger auch hier die Kompetenz der Macher/-innen, denn „Public Value ist kein Dekret, keine Philosophie, keine Beschönigung oder ein Marketing-Trick. Wir wollen sehr bewusst die persönliche Kompetenz der ORF-Mitarbeiter/-innen in den Mittelpunkt stellen.“ In Wort und Bild präsentiert die Zukunft-ORF-Webseite daher eine ganze Reihe von ORF-Mitarbeitern/-innen aus allen Bereichen des Senders. Sie beziehen Stellung zur originären Qualität ihrer Arbeit und thematisieren dabei die Unterschiede zu den kommerziellen Sendern.

Präsentiert werden auch Programmbeispiele, die klarmachen sollen, was Public Value konkret bedeutet. Laut Klaus Unterberger handelt es sich dabei um gesellschaftlich relevante Inhalte wie Dokumentationen, Unterhaltungsprogramme, Jugendsendungen sowie um Formate, in denen österreichische Geschichte und Identität fiktional aufbereitet und breit kommuniziert werden. Herausragende Beispiele für Public Value sind etwa österreichische Filme und das eigenproduzierte Kinderprogramm, aber auch Kulturprogramme wie (z. B.) das Live Event „faust.geballt“ oder Sendungen mit regionalem Kulturbefug.

Ergänzt wird das Spektrum der Informationen auf „zukunft.orf.at“ durch „Zahlen, Daten und Fakten“, die den Umfang des Leistungsspektrums des ORF-Medienangebots in Fernsehen, Radio und Online dokumentieren. Dazu gehören etwa eine eigene Filmreihe, die ausschließlich dem europäischen Film gewidmet ist, Charity-Initiativen im Bereich des Humanitarian Broadcasting oder die



ORF-Themenschwerpunkte, die relevante gesellschaftliche Herausforderungen in Information und Unterhaltung thematisieren.

Wichtig im Sinne der Transparenz sind für Klaus Unterberger darüber hinaus die Informationen in der Rubrik „Wissenschaft und Expertise“. Hier werden relevante Grund- und Unterlagen präsentiert, wie etwa die Richtlinien zum Jugendschutz oder die Selbstverpflichtungserklärungen des ORF. Diverse Videos mit Interviews zu ORF-Themen dokumentieren die Einbindung eines Diskurses als „öffentlich-rechtliches Agenda-Setting“, um zu zeigen, „dass die Perspektive entwicklungsoffen ist und das Gespräch mit der Gesellschaft sucht“. Nicht zuletzt kommt auch der „Österreichwert“ innerhalb der fiktionalen Produktionen zur Sprache, für Klaus Unterberger ein wesentliches Qualitätselement und ein wichtiger Punkt des Engagements. „Würden wir nur nach rein kommerziellen Überlegungen ausgerichtet produzieren, würden wir uns österreichische fiktionalen Eigenproduktionen angesichts der finanziellen Ressourcen gar nicht mehr leisten

können. Dass wir es trotzdem tun, ist Teil unserer Selbstverpflichtung.“ Da die Kooperation mit der österreichischen Filmwirtschaft insbesondere im Zusammenhang mit Public Value von großer Bedeutung ist, wendet der ORF jährlich 95 Millionen Euro auf. Dass diese Kooperation erfolgreich ist, zeigen erfolgreiche österreichische Kinoproduktionen ebenso wie anspruchsvolle fiktionale TV-Produktionen, etwa „Der Aufschneider“, eine Ironisierung der amerikanischen Medizinserien à la „Dr. House“ mit Josef Hader als schrulligem Pathologen.

Public Value, so Unterberger, muss glaubwürdig von den öffentlich-rechtlichen Anstalten als Unterscheidungsmerkmal zu kommerziellen Medien argumentiert werden – mit dem Ziel, „jenen, die letztendlich die Arbeit des ORF finanzieren, also den Gebührenzahler/-innen überzeugende Gründe an die Hand zu geben, gesellschaftlich nützliche Medienarbeit zu ermöglichen. Kommerzielle Geschäftsmodelle ersetzen den öffentlichen Auftrag jedenfalls nicht.“

Im Rahmen der ORF-Qualitätssicherung werden weitere Maßnahmen verfolgt, „um kreativen Geist und kritische Reflexion ins Unternehmen zu holen“, darunter Publikums- und Experten/-innengespräche, Kooperationen, Symposien und Veranstaltungen. In der Schriftenreihe „TEXTE – öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs“ ebenso wie im Format „ORF DialogForum“ (im ORF-Spartenkanal TW1) diskutieren Experten/-innen, um Public Value zum Thema für die Gesellschaft zu machen. Die angekündigte Entwicklung von ORF-Qualitätsprofilen für die einzelnen Programmkategorien dient der Klärung, welche konkreten Kriterien jeweils anwendbar sind, um originäre öffentlich-rechtliche Qualität herzustellen.

Auch im Hinblick auf die zahlreichen kritischen Reflexionsprozesse in der Öffentlichkeit, die Legitimationsfragen zu Finanzierung und Ausgestaltung des öffentlich rechtlichen Rundfunks ist das Fazit für Klaus Unterberger eindeutig: „Der Diskurs zahlt sich aus.“

Seine Antwort auf die Frage: „Was kann und soll man tun, um Public Value und Unterhaltung zusammenzubringen?“ fasst er in drei Anmerkungen zusammen:

Erstens: „Beharrliche Gegenwehr! Die Qualitätsdebatte muss angesichts der Kommerzialisierung der Medien offensiv, mit Blick auf das Gemeinwohlinteresse und nicht zuletzt mit Leidenschaft geführt werden.“

Zweitens: „Druck erhöhen und Qualitätsallianzen bilden, um auf den Wert der Medien abseits des Spekultativen und der beobachtbaren Nivellierungen hinzuweisen.“

Und drittens: „Kraftvoll zubeißen und den ‚Möglichkeitssinn‘, frei nach Musil, aktivieren, d. h. Denken und nicht zuletzt tun, was ebenso gut sein könnte.“

„Unterhaltung mit Haltung‘ ist eine Herausforderung für öffentlich-rechtliche Medien. Die Frage ist: Was nützt der Gesellschaft?“

Chancengleichheit als Qualitätskriterium – Eine sozialwissenschaftliche Perspektive

Bevor sie den „1. Datenreport zur Gleichstellung von Frauen und Männern in der Bundesrepublik Deutschland“ herausgab, hat sich Waltraud Cornelißen unter anderem im Bereich Medienforschung engagiert, wo sie sich insbesondere mit der Bedeutung der Medien in gesellschaftlichen Veränderungsprozessen und dem Wandel der Geschlechterverhältnisse auseinandersetzte.

Dem Verhältnis von Männern und Frauen in der Gesellschaft widmet sich Waltraud Cornelißen aktuell im Bereich „Real Life“. Von dieser Warte aus zieht sie einen Vergleich zur Präsentation des Geschlechterverhältnisses im Fernsehen.

Ausgehend von der Frage „Welche Indikatoren werden im Bereich Real Life benutzt, um Geschlechterungleichheiten herauszuarbeiten?“ weist Waltraud Cornelißen darauf hin, dass es ihrer Meinung nach mit dem „Sex Counting“, der reinen Zählung von Geschlechterkonstellationen, nicht getan ist. Dies ist allerdings ein erster Schritt, um zu prüfen, wie die Medien Frauen und Männer präsentieren. Das Wissen um die Verhältnisse, in denen

Männer und Frauen etwa im Fernsehen abgebildet werden, kann zur Diagnose dienen, ist aber „kein Ansatz zur Therapie“. Um zu wissen, wie man Gleichstellung über Medienangebote verbessern kann, muss man letztlich komplexe Rezeptionsprozesse untersuchen.

In der Sozialberichterstattung existiert ein Katalog von Kriterien zum Stand der Gleichstellung in der Gesellschaft, der regelmäßig abgearbeitet wird. In den Blick genommen werden beispielsweise Bildungsabschlüsse und Bildungserfolge im Geschlechtervergleich, geschlechtsspezifische Segregation von Bildungsprozessen, im Bereich Erwerbstätigkeit die Erwerbsbeteiligung, die horizontale und vertikale Geschlechtersegregation u.a. Datenchecks an verschiedenen Stellen von Lebensläufen ergründen frühe Traumberufe bei Mädchen und Jungen, Leistungskurswahl, Ausbildungswünsche, Studienwünsche, betriebliche Ausbildungen, Studierquoten und Studienfachwahl: Anhand all dessen lässt sich nachweisen: Der Technikbereich wurde und wird von jungen Mädchen und Frauen selten frequentiert. So nannten Mädchen der 4.-7. Klasse in einer Umfrage des Jahres 2001 auf die Frage: „Welchen Beruf kannst du dir vorstellen?“ häufig „Ärztin“, „Lehrerin“ und „Erzieherin“, während Jungen „Polizei“, „Militär“ und „Fußballprofi“ bevorzugten. Waltraud Cornelißen nimmt an, dass für derart geschlechtsspezifische Zukunftsphantasien auch der Einfluss der Medien mitentscheidend ist.

Aktuell zeigt laut dem „Österreichischen Frauenbericht 2010“ eine Analyse der Studienabschlüsse, dass junge Frauen und Männer in Österreich sich bei der Berufswahl stark geschlechtsspezifisch festlegen: Obwohl 55% derjenigen, die in Österreich ein Studium abschließen, weiblich sind, sind im Technikbereich nur 20% Frauen vertreten. Eine Analyse des Bereichs Erwerbstätigkeit kommt zu einem ähnlichen Ergebnis: Obwohl beispielsweise im Jahr 2008 45% der Wissenschaftler/-innen in Österreich weiblichen Geschlechts waren, gab es in den Bereichen Physik, Mathematik und Ingenieurwesen lediglich 12% Frauen. Für Waltraud Cornelißen zeigt sich daran der hohe Nachholbedarf, der auf diesem Feld herrscht, und sie vermutet: „Hier könnten Medien wirksam werden, um Perspektiven für Frauen zu öffnen.“



PD Dr. Waltraud Cornelißen ist seit 1987 Leiterin des Forschungsbereichs Politik, Medien, Öffentlichkeit am Institut Frau und Gesellschaft in Hannover, seit 2007 Leiterin der Forschungsgruppe Gender und Lebensplanung und seit 2009 wissenschaftliche Referentin in der Abteilung Familie und Familienpolitik am Deutschen Jugendinstitut in München.



Generell hat der Anteil von Frauen mit akademischem Abschluss in den letzten Jahrzehnten stark zugenommen. Diese Frauen sind auch auf dem Arbeitsmarkt deutlich präsenter als vor 20 Jahren. In akademischen Berufen hat der Anteil der Frauen von 1991 bis 2008 um 84 % zugenommen, während der Verlust von Arbeitsplätzen in den Bereichen geringer Qualifizierung stattfand, wovon Männer stärker betroffen waren als Frauen. Laut Waltraud Cornelißen sollten die Medien diesem Wandel mit einer entsprechenden Präsenz dieser Frauen in den Medien Rechnung tragen. Trotz des steigenden Anteils an Akademikerinnen sind Frauen real in Führungspositionen noch immer unterrepräsentiert. Am Beispiel der fünfzig prominentesten DAX-Firmen in Europa zeigt sich, dass Deutschland in dieser Hinsicht mit 13 % nur im Mittelfeld rangiert. Dass es auch anders geht, zeigt Norwegen mit einem entsprechenden Frauenanteil von 43%. Dies wurde in Norwegen durch eine Quotierung erreicht. Zur Herstellung von mehr Chancengleichheit sind die Medienbilder dennoch nicht unwichtig. Letztlich ist deren Wirkung aber das Ergebnis eines Zusammenspiels der medialen Inszenierung der Geschlechter

Die Medien spiegeln den Trend zur verstärkten Partizipation von Frauen und Männern an allen Lebensbereichen noch sehr unvollständig.

und der individuellen Erfahrungen und Rezeptionsgewohnheiten von Lesern/-innen, Hörern/-innen und Zuschauern/-innen.

Waltraud Cornelißen schließt daraus, dass es nicht genügt, den Geschlechterproporz in den medialen Darstellungen zu untersuchen. Ihrer Ansicht nach muss die Medienforschung das komplexe Zusammenspiel von realer und medialer Erfahrung ergründen. So kann sie klären, wie Medien Trends tragen oder behindern.

Die momentane Situation ist für sie gleichzeitig durch Beharrung und Wandel gekennzeichnet. Während einerseits Kinder oft noch recht traditionelle Geschlechtsrollenstereotype reproduzieren

und das Erwerbsleben von horizontaler und vertikaler Geschlechtersegregation geprägt ist, erlangen Mädchen und junge Frauen im Bildungsbereich bereits einen Vorsprung. Es sind viele Faktoren am Zustandekommen dieser Diskrepanzen beteiligt. Auch die Medienbilder werden einer dieser Faktoren sein.

Waltraud Cornelißen ist überzeugt, dass es zum Beispiel wenig nützen wird, mehr Informatikerinnen auf den Bildschirm zu bringen, diese werden ihrer Meinung nach nicht zwangsläufig zu Vorbildern. „Mit einer unkritischen Übernahme der Bilder ist nicht zu rechnen. Bilder und Geschichten werden nämlich auf der Grundlage eigener Erfahrungen und Haltungen rezipiert. Ob sie als Identifikationsangebote angenommen werden, ist entscheidend. Deshalb ist oft der Kontext und die Charakterisierung dieser Personen in fiktionalen Sendungen und in Sendungen mit Spielhandlung und Talks von großer Bedeutung. Auch der Ausgang von Storys kann darüber entscheiden, ob Fernsehfiguren als Vorbilder angenommen werden.“

In der Medienforschung fiel der Startschuss für die Geschlechterforschung bereits 1975 im „Jahr der Frau“, durch die erste Studie zum Frauenbild im Fernsehen. Schon damals zeigte sich: Je seriöser die Sparte, desto seltener tauchen Frauen als gesellschaftliche Akteurinnen auf, kurz: „Männer handeln, Frauen treten auf.“ Bis in die 90er-Jahre blieb gültig, dass Frauen in fiktionalen Fernsehformaten seltener in Hauptrollen agieren und in anderen Unterhaltungsformaten häufig allenfalls als Assistentin eingesetzt wurden. Lediglich in Daily Soaps und in der Werbung waren die Verhältnisse anders, was in dem Umstand begründet war, dass weibliche Konsumenten Identifikationsfiguren brauchten.

Waltraud Cornelißen konstatiert, dass in fiktionalen Sendungen eine hierarchisierende Präsentation von Frauen und Männern in stereotypen Handlungsrahmen verbreitet ist, beispielsweise in der häufigen Abbildung eines Chefs mit seiner Sekretärin. Zwar scheint sich diese Tendenz heutzutage etwas aufgelockert zu haben, aber „geblieben ist, dass die Medien immer noch hinter der Entwicklung der letzten 20 Jahre hinterherhinken“. Noch immer trifft man daher häufig auf „stereotype Charakterisierungen von Frauen und Männern und deren Verhältnis zueinander, z.B. in der Dominanz erotischer und romantischer Beziehungen, obwohl in der Realität die Arbeitsbeziehungen zunehmen“. Nimmt man andere Fernsehformate in den Blick, etwa Talkshows, so „ist heute zwar auf jeden Fall eine Alibi-Frau dabei. Die Frage ist aber, ob sie genau so häufig zu Wort kommt wie die Männer.“ Auch in Talkshows lässt sich eine Geschlechterhierarchie unter den Gästen feststellen, untersucht man etwa Faktoren wie Redezeit, Unterbrechungen

oder das Eingehen auf Themen, die weibliche Gäste einbringen. „Der Umfang, in dem Frauenfragen überhaupt behandelt werden, ist minimal, die besondere Betroffenheit von Frauen bei bestimmten Entwicklungen oder politischen Maßnahmen wird kaum thematisiert... Die Gleichstellung der Gäste ist also erforderlich, und egalitäre Ansätze etwa in Gameshows auf der Spielebene müssen beibehalten werden.“

Waltraud Cornelißen plädiert für einen stärkeren weiblichen Einfluss bei der Wahl der Perspektiven und Themen: „In vielen Funktionen in den Medien sollten mehr Frauen arbeiten, weil der Blick auf die da unten von Frauen eher wahrgenommen wird als von Männern – und der Blick auf die Frauen und Mädchen sowieso.“ Nötig ist eine kritische Überprüfung etwa von Rollenaufteilung und Benehmen von Figuren in fiktionalen Fernsehformaten, wozu eine paritätische Einflussnahme von Frauen auch auf die Konzeption von Sendungen einen wichtigen Beitrag leisten könnte – nicht zuletzt auch durch die Autorinnen.

Als Fazit ihrer Überlegungen und Feststellungen formuliert Waltraud Cornelißen eine Reihe von Vorschlägen, die ihrer Meinung nach eine positive Wirkung für die Herstellung von Chancengleichheit in der Gesellschaft haben können:

- Neben traditionellen Geschlechterkonstellationen mehr atypische zeigen!
- Charaktere variationsreicher präsentieren! – Subordination und Marginalisierung kompetenter Frauenfiguren problematisieren!
- „Geschlechtsuntypische“ Fernsehfiguren nicht so oft unsympathisch wirken oder erfolglos und unglücklich agieren lassen!
- Männer nicht nur als tollkühne Macher zeigen!
- Väter nicht so oft als dummlich, sondern auch als eigenverantwortlich zeigen, um ihnen eine aktive Vaterrolle zu erleichtern.
- Generell sollten Frauen nicht einseitig und ausschließlich zum Objekt sexueller Wünsche gemacht werden!

Qualität fiktionaler Fernsehunterhaltung bewerten

Eine Diskussion mit Uli Aselmann, Bettina Buchler, Peter Henning und Brigitta Manthey

In Auseinandersetzungen, die sich mit Film und Fernsehen beschäftigen, ist der Qualitätsbegriff zentral. Was aber als qualitativ hoch oder minderwertig bezeichnet wird, kann je nach Standpunkt derjenigen, die sich zum Thema äußern, höchst unterschiedlich sein. Welches sind die Qualitätsdimensionen und -kriterien, die für Entscheider/-innen im Bereich der Entwicklung, Produktion und Auswahl fiktionaler Stoffe relevant sind? Inwieweit spielen Aspekte wie (unbeabsichtigte) Nebenwirkungen, Verantwortung gegenüber der Gesellschaft oder generell die Verbreitung von relevanten Botschaften eine Rolle?



Uli Aselmann ist geschäftsführender Gesellschafter und Produzent der „die film GmbH“ in München, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der „Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen“ und Präsidiumsmitglied der Filmförderungsanstalt (FFA).

Für den Produzenten Uli Aselmann, der auch in der Filmförderungsanstalt Mitglied des Vergabeausschusses ist, bedeutet es einen Ausweis von Qualität, dass durch dieses Gremium bislang Filme gefördert wurden, die anschließend durch eine hohe Zuschauerakzeptanz hervorstachen und „durchaus auch anspruchsvoll waren“. „Männerherzen“, ein Film mit „sehr komödiantischen Aspekten, der auch inhaltlich etwas zu erzäh-

len und dadurch eine Essenz hatte“, ist für ihn in diesem Zusammenhang ein gelungenes Beispiel. Stark hängt für ihn die Auswahl aber auch von der Qualität der Drehbücher ab und „von der Vision, die Produzenten und Filmemacher mit einbringen“. Ob damit etwas erreicht oder verändert werden soll, steht seiner Einschätzung nach bei FFA-Entscheidungen im Hintergrund.

„Ich bin als Produzent tatsächlich mal so eingestiegen und habe gedacht, ich verändere mit Filmen die Welt. Das ist für mich ein ganz wichtiger Punkt gewesen. Das hat sich im Laufe der Zeit ein bisschen gelegt, weil ich glaube, dass eine Veränderung der Welt auch ganz unschwellig funktionieren kann.“

Uli Aselmann

technische Zusammenhänge zu vermitteln, denn seine Filme „brauchen immer ein Thema, und dieses Thema muss etwas Politisches haben. Sie sollen massentauglich sein, aber auch etwas transportieren.“ Dass die Diskussionen über Stoffe und Drehbücher mit den Redaktionen schwieriger geworden sind, führt er vorrangig darauf zurück, „dass gerade im Fernsehbereich der Markt enger geworden ist“ aufgrund stetiger Reduktionen und Konfektionierungen der fiktionalen Produktionen.

Auch Bettina Buchler unterstreicht, dass bei ihrer Arbeit der Inhalt und die Botschaft, die ein Film transportiert, eine der wesentlichen



Bettina Buchler ist Direktorin der Deutschen Film- und Medienbewertung (FBW), die als Einrichtung aller Bundesländer herausragende Filme mit Prädikaten auszeichnet.

Beobachtungsdimensionen ist. Wichtig sind Fragen wie: „Was ist das Thema, welche private und gesellschaftliche Relevanz hat es? Besitzt der Stoff Aktualität und Plausibilität? Eröffnet er vielleicht sogar Zugang zu neuen Welten?“ Filme, die durch Produktions- oder Verleihfirmen eingereicht werden, versteht die FBW dann mit einem Prädikat, wenn sie vom Stoff und der filmischen Form anspruchsvoll sind,

„Es ist absolut ein wesentliches Kriterium bei jedem Film, was ist es für ein Thema, welche Relevanz hat dieses Thema, gesellschaftlich oder privat.“

Bettina Buchler

„beispielsweise mit politischer Botschaft gut gemacht sind und subtil Standpunkte und Vorurteile aufbrechen“.

Eine zentrale Rolle spielt bei der Beurteilung die Qualität dramaturgischer sowie filmisch-handwerklicher Aspekte (Regie, Licht, Kamera, Inszenierung u.a.). Einfluss auf Filme und Themen, die den Jurys der FBW besonders relevant erscheinen, wird insofern genommen, als dass über die FBW-Pressearbeit und Kooperationen mit den Kinos die entsprechenden Filme besonders empfohlen werden, um sie „einem möglichst großen Publikum schmackhaft zu machen“.

Brigitta Manthey legt dar, dass die Ziele, die speziell MINTiFF in Bezug auf Naturwissenschaft und Technik vertritt, bei den Förderentscheidungen des Medienboard Berlin-Brandenburg keine eigene Rolle spielen. Dennoch gab und gibt es Filmstoffe, die gefördert wurden, in denen MINT-Fächer wie etwa Molekularbiologie oder Nuklearphysik auftauchten bzw. eine Rolle spielten. Sie ist der Ansicht, „dass ‚Education‘ viel-



Brigitta Manthey ist bei der Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH unter anderem zuständig für Stoff- und Projektentwicklung, Produktionsförderung sowie für die Kinderfilmförderung und das Lektorat.

leicht nicht in erster Linie eine Kategorie für Kinofilme ist. Ein Film kann im Prinzip nur über die Protagonisten transportieren, was immer für Inhalte man sich wünscht oder ausdenkt.“ Dabei wird die Setzung von Themen vom Medienboard nicht gesteuert, im Rahmen der Förderentscheidungen „reagiert man auf das Kreativpotential, das vorliegt“. Es ist trotzdem nicht ausgeschlossen, Ansätze, wie sie etwa von MINTiFF vertreten werden, in kommenden Fördersitzungen zu diskutieren und sie in Entscheidungsfindungen einfließen zu lassen.

Im Zusammenhang mit seiner Arbeit in der Jury des Deutschen Drehbuchpreises, in der ausschließlich Autoren/-innen vertreten sind, spielen für Peter Henning Kriterien wie „Ist es gut geschrieben? Hat es eine gute Sprache?“

eine wesentliche Rolle, da der Drehbuchpreis dezidiert eine Autoren/-innenleistung auszeichnen soll.

Generell hat für ihn jegliches Jurywesen das Problem, „dass sehr individualistisch entschieden wird“ und dass eine vorherige Auseinandersetzung über anzuwendende Kriterien häufig nicht stattfindet, weshalb Stoffe auch deswegen abgelehnt werden, weil beispielsweise ein zuständiger Redakteur mit einem Thema wie „Wissenschaft“ persönlich nichts anfangen kann. Programmentscheidungen in den Sendern sind seiner Ansicht nach abstrakt geworden – sie sind nicht mehr das nachvollziehbare, auf Kriterien basierende Ergebnis einer „diskursiven



Prof. Peter Henning ist Regisseur, Autor, Kameramann, Professor für Drehbuch/ Dramaturgie an der HFF Potsdam sowie Mitglied der Jury für den Deutschen Drehbuchpreis und im Vorstand des Verbandes Deutscher Drehbuchautoren (VDD).

„Ein Film kann im Prinzip nur über seine Protagonisten transportieren, was immer für Inhalte sie sich wünschen und denken können.“

Brigitta Manthey

Kultur“, die von persönlichen Befindlichkeiten der Entscheider/-innen weitgehend frei ist. Sein Plädoyer geht dahin, die von der Gesellschaft finanzierten

„Ich habe ein bisschen das Gefühl, dass in dieser ganzen Quotendiskussion, die wir im Moment haben, das Kriterium der gesellschaftlichen Bedeutung, der Kulturrelevanz, verloren geht, nicht einmal bewusst, sondern weil das Entscheidungskriterium nur noch die Quote ist, weil nur noch gesagt wird: ‚Wenn viele Leute zusehen, kann es nicht falsch sein‘.“

Peter Henning

öffentlich-rechtlichen Sender in die Pflicht zu nehmen, damit sie sich ausdrücklich zum Public Value bekennen und zum Beispiel „einen kleinen Prozentsatz“ der Gebühren dazu verwenden, Innovationen anzustoßen und Trends

zu setzen, an denen sich etwa Jugendliche wieder orientieren können, da die das öffentlich-rechtliche Fernsehen immer weniger frequentieren.

Angesichts der zurückgefahrenen Budgets für fiktionale Programme liegt es nahe, sich auch über alternative Finanzierungsformen Gedanken zu machen. Für Peter Henning ist es in diesem Zusammenhang durchaus vorstellbar, etwa eine Art „Themenfonds“ im Rahmen von „Public Private Partnerships“ aufzusetzen, um auf der Basis klarer Kriterienkataloge Produktionen zu realisieren, die an den Public-Value-Gedanken geknüpft sind. Ein gutes Vorbild ist für Peter Henning hier die Initiative „Cause Entertainment“, die im Rahmen der MINTiFF-Konferenz vorgestellt wurde.

(MINT-)Entertainment-Education: Herausforderungen und Aufgaben für Wissenschaft und Hochschule

Ein Gespräch mit Prof. Dr. Marion Esch und Thomas Gazlig.

Vieles hat sich getan, seit im Jahr 1999 mit „Wissenschaft im Dialog“ die größte deutsche Initiative im Bereich der Wissenschaftskommunikation ins Leben gerufen wurde. Neben „Langen Nächten“ und „Jahren der Wissenschaft“ existiert eine Vielzahl von Dialogformaten und Publikationen, es fahren Wissenschaftszüge und -schiffe durch Deutschland, es gibt Wissenssendungen im Fernsehen und im Internet, Kinderunis in den großen deutschen Städten und Angebote speziell für Schülerinnen und Schüler. Welche neuen Chancen, Herausforderungen und Aufgaben erwachsen für Universitäten und Wissenschaftsorganisationen durch MINT-Entertainment-Education-Ansätze?

Den Anstoß, im Rahmen der MINTiFF-Initiative die Potenziale fiktionaler Fernsehunterhaltung für die Wissenschaftskommunikation und MINT-Nachwuchswerbung zu erkunden, gab für Marion

„Wir können Hunderte von geeigneten Stoffen finden. Es kommt dann auf die Kreativität der Fernsehmacher/-innen an, daraus eine gute Story zu machen.“

Thomas Gazlig

Esch die Erkenntnis, dass man mit den in diesem Bereich existierenden Formaten praktisch nur diejenigen anspricht, die sich bereits für die

entsprechenden Themen interessieren. „Es ist nicht gelungen, die 70 Prozent junger Frauen zu erreichen, die nach den Ergebnissen der vorgestellten Befragung von Jugendlichen „Nein“ zu MINT sagen, obwohl sie nach ihren eigenen Aussagen kaum etwas darüber wissen.“

Die große Reichweite von Spielfilme und Serien erlaubt es, breite Bevölkerungsschichten – auch aus bildungsfernen Schichten – zu erreichen, die durch die bisherigen Formate im Wissenschaftsdialog nur sehr unzureichend erreicht werden.

„Warum denken junge Leute, dass es überhaupt nicht sexy ist, wenn man naturwissenschaftlich-technisch versiert ist? Warum macht das eine Frau unattraktiv? Zu solchen Fragen führen ganz tief verwurzelte Vorstellungen, die wir mit den bestehenden Formaten der Wissenschaftskommunikation sicherlich überhaupt nicht korrigieren können.“

Marion Esch

Aufgrund ihrer hohen Reichweite können Spielfilme und Serien entsprechend breitenwirksam die kulturelle Wertschätzung von MINT-Berufen und die Akzeptanz von Frauen

in geschlechtsuntypischen MINT-Berufen fördern – eine wichtige Voraussetzung dafür, dass nicht nur junge Frauen ihren nachgewiesenen Talenten in diesem Bereich mehr vertrauen, sondern auch ihre Eltern, Großeltern und Lehrer/-innen.



Prof. Dr. Marion Esch studierte Medienwissenschaften, Politikologie und Erziehungswissenschaften an der TU Berlin. Seit 2007 leitet sie als Gastprofessorin am Institut für Werkzeugmaschinen und Fabrikbetrieb (IWF) das Projekt MINTiFF.

Da die Ergebnisse der vorgestellten Studien belegen, dass nicht nur Jugendliche, sondern auch Filmschaffende wenig über die Welt der MINT-Berufe und naturwissenschaftlich-technische Entwicklungsleistungen wissen, fordert für Marion Esch nachdrücklich dazu auf, im Dialog mit der Wissenschaft nicht nur Journalisten/-innen, sondern auch Filmschaffende als neue Zielgruppe zu adressieren und Dialogformate zu erproben, die den spezifischen Informationsinteressen und dem Beratungsbedarf dieser Branche entsprechen.

Thomas Gazlig hält fest, dass Wissenschaft unter anderem aufgrund der Maßnahmen, die „Wissen-

„Wenn man sich in der Gesellschaft umsieht, dann ist es immer noch völlig legitim, ein wissenschaftlicher Vollidiot zu sein. Das ist eine der Ursachen für den Nachwuchsmangel, den wir haben.“

Thomas Gazlig

schaft im Dialog“ initiiert hat, durchaus in der Gesellschaft präsent ist. Allerdings reicht dies für ihn noch nicht aus, denn: „Wenn man sich in der Gesellschaft umsieht, dann ist es immer noch völlig legitim, ein wissenschaftlicher Vollidiot zu sein. Das ist eine der Ursachen für den Nachwuchsmangel, den wir heute haben.“



Thomas Gazlig studierte Biologie mit Schwerpunkt Biochemie, Biotechnologie und Genetik in Braunschweig, Diplom-Journalist in Hannover sowie Betriebswirtschaften in St. Gallen. Seit 2004 ist er Leiter Kommunikation und Medien bei der Helmholtz-Gemeinschaft Deutscher Forschungszentren in Berlin.

In den fiktionalen Fernsehformaten sieht Thomas Gazlig daher „eine sehr große Chance, die Bedeutung von Wissenschaft und Technologie für unsere Gesellschaft wirksam zu transportieren. Da mittlerweile gesichert ist, dass fiktionale Formate die Berufs-

wahlorientierung von Jugendlichen beeinflussen – sind solche Formate für ihn ein wichtiges Werkzeug, das auch von den Wissenschaftsorganisationen

sinnvoll angewendet werden sollte – auch wenn es zunächst Vorbehalte auf beiden Seiten auszuräumen gilt, da Wissenschaftscommunity und Film- bzw. Fernsehbranche wenig übereinander wissen. Hier existieren „kulturelle Barrieren“, in diesem Fall vonseiten der Wissenschaft gegenüber dem allzu Populären und Unterhaltenden. Derartige Berührungspunkte lassen sich jedoch durch Aufklärung – beispielsweise über die Hintergründe und Ziele von MINTiFF – abbauen, woraus „zu 90 Prozent“ Rückhalt und Bereitschaft zur Zusammenarbeit resultiert. Darüber hinaus empfinden manche Wissenschaftler/-innen es durchaus als attraktiv, durch die Zusammenarbeit mit Filmschaffenden mittelbar auf ein Millionen-

publikum zu wirken – ein positiver Aspekt der Einschaltquote. Sowohl Marion Esch wie auch Thomas Gazlig konstatieren, dass die Offenheit der Wissenschaftscommunity deutlich

größer geworden ist und sehen darin einen „kulturellen Wandel“, der hier in den letzten zehn Jahren stattgefunden hat.

„Während für den Wissenschaftsjournalismus vielfältige Aus- und Weiterbildungsformate gefunden wurden, fehlt es an vergleichbaren Angeboten für den fiktionalen Bereich.“

Marion Esch

„Wir müssen mehr über die Kriterien, über unser Selbstverständnis und den Public Value sprechen und mehr darum ringen. Wir haben an sehr vielen Stellen festgestellt, dass bei Entscheidungen in den Sendern aufgrund von Glaubenssätzen agiert wird – auch was den Publikumsgeschmack angeht.“

Marion Esch

Die Beteiligung von Wissenschaftlern/-innen an der Entwicklung fiktionaler Stoffe beschränkt sich nach Thomas Gazligs Erfahrungen nicht nur auf die Erörterung geeigneter Themen, sondern geht darüber hinaus sehr stark in Diskussionen dessen, was korrekt und realitätsnah machbar ist – ein iterativer Prozess, in dem sich Kreative und Wissenschaftler/-innen gegenseitig die Bälle zuspielen, bis am Schluss eine Lösung gefunden ist, die beide Seiten zufrieden stellt. „Das Produkt darf weder langweilig noch falsch sein.“

Im Rahmen von MINTiFF-Science-Events geben Wissenschaftsorganisationen Einblick in die große Fülle und Vielzahl von MINT-Forschungsthemen – wobei ein wesentlicher Effekt ist, dass nicht nur Wissenschaft als solche, sondern gleichzeitig die

„Ich bin zutiefst davon überzeugt, dass Entertainment im Fernsehen eines der Instrumente ist, die auch in Zukunft funktionieren werden – aber nicht alleine.“

Thomas Gazlig

Faszination und auch die Normalität des Wissenschaftler/-innendaseins in Szene gesetzt wird. Marion Esch weist in diesem Zusammen-

hang auf eine weitere Wechselwirkung zwischen Wissenschaft und Fiktion hin, die sich darin zeigt, dass Fiktion auch Forschung inspirieren kann und nachweislich bereits getan hat – etwa im Falle technischer Errungenschaften, die bereits im „Raumschiff Enterprise“ Verwendung fanden.

Für Thomas Gazlig steht fest, dass es mehrerer unterschiedlicher Kommunikationsmaßnahmen bedarf, um Wissenschaft als wesentliches gesellschaftliches Element im öffentlichen Bewusstsein permanent präsent zu halten. Das Projekt MINTiFF ist für ihn insofern ein Baustein neben anderen, gleichwohl ein wesentlicher, denn er ist zutiefst davon überzeugt, dass „Entertainment im Fernsehen eines der Instrumente ist, die auch in Zukunft funktionieren werden – aber eben nicht alleine“.

Neben den außeruniversitären Wissenschaftsorganisationen spielen in diesem Bereich auch die technischen Universitäten eine wichtige Rolle. Marion Esch hält es für wesentlich, die „Dichotomisierung zwischen Kultur und Technik“, die auch durch die disziplinäre Trennung von Kultur-

und Technikwissenschaften in den Universitäten selbst fortgeschrieben wird, aufzubrechen. Es muss gelingen, auch Technik als Kulturgut zu begreifen, anstatt unter Kultur nur das zu subsumieren, was allgemein verengt mit dem Begriff der Hochkultur assoziiert wird. Eine Aufgabe der technischen Universitäten ist daher nach ihrem Verständnis, die eigenen Studierenden dafür zu sensibilisieren, „die andere Welt in ihrer Eigenlogik zu verstehen und den Dialog zu suchen“, also auch mit Film- und Fernsehhochschulen in Kontakt zu treten – wie es beispielsweise in den USA bereits passiert.

Marion Esch konstatiert auch einen immensen Nachholbedarf an Forschung. Während in der sozialwissenschaftlichen Medienforschung zahlreiche Studien zum Themenkomplex „Nachrichtenwert“ und „Nachrichtwürdigkeit“ existieren, fehlen entsprechende Analysen zum „Unterhaltungswert“ und zur „Unterhaltungswürdigkeit“ im Fiktionalen. Aus der laufenden Qualitäts- und Public-Value-Debatte bleibt der fiktionale Programmbereich weitgehend ausgespart. Auch innerhalb der Sender beschäftigen sich Maßnahmen zur Qualitätssicherung und Kriterienkataloge vorrangig mit den journalistischen und dokumentarischen Informationsformaten, aber so gut wie gar nicht mit dem Bereich fiktionaler Unterhaltung. Vor diesem Hintergrund strebt Marion Esch an, im Interesse einer nachhaltigen Implementierung von MINT-Entertainment-Education-Strategien an Hochschulen, nicht nur Lehrformate zu entwickeln, die kulturwissenschaftliche, künstlerische und ingenieurwissenschaftliche Studierende zusammenführen, sondern auch die Forschung in diesem Bereich zu intensivieren und dazu ebenfalls „das methodische Instrumentarium der Qualitätswissenschaft für den Kreativbereich fruchtbar zu machen“.

Wünschenswert wäre für Marion Esch darüber hinaus mehr Unterstützung und eine stärkere Öffnung der deutschen Technologiestiftungen gegenüber diesem Betätigungsfeld, mit dessen Hilfe ein notwendiger nachhaltiger „Kulturwandel“ herbeigeführt werden muss – ein gutes Beispiel dafür liefert in den USA das Engagement der Sloan Foundation, wie der Vortrag von Doron Weber gezeigt hat. Auch Thomas Gazlig unterstreicht, dass „Projekte wie MINTiFF einen langen Atem brauchen“ und es daher fatal wäre, solche erfolgreichen Maßnahmen nicht langfristig zu fördern, sondern sie nur kurzfristig zu unterstützen.

Literatur

- ALM (2010): Programmbericht Fernsehen in Deutschland 2009. Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM) (Ed.), Berlin
- BANDURA, A. (2004): Social Cognitive Theory for Personal and Social Change by Enabling Media. In: SINGHAL, A., CODY, M. J., ROGERS, E. M. & SABIDO, M. (Eds.): Entertainment-Education and Social Change. History, Research, and Practice. Mahwah/New Jersey
- BAUER, F. (2009): Nicht viel Neues in Küche und Kinderzimmer – zur Beharrlichkeit der traditionellen geschlechtsspezifischen Zeitverwendung in Deutschland und Großbritannien. In: HEITKÖTTER, M., JURCZYK, K., LANGE, A. & MEIER-GRÄWE, U. (Hrsg.), Zeit für Beziehungen? Zeit und Zeitpolitik für Familien, 235–257, Opladen
- BECKER, H. & BECKER, W. (1999): Die Darstellung von Frauen und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen – Eine wissenschaftliche Untersuchung im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend – Zusammenfassender Abschlussbericht. In: BUNDESMINISTERIUM FÜR FAMILIE, SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND (Ed.). Osnabrück
- BECKER, H. & BECKER, W. (2001): Die Darstellung von Frauen und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen. Materialien zur Gleichstellungspolitik des BMFSFJ. Bonn
- BEM, L. S. (1993): Gender Polarization. In: BEM, L. S. (ed.): The Lenses of Gender. Transforming the Debate on Sexual Inequality. New Haven. London
- BERTHOUD, M. (2008): Wie das ZDF gegen das Altern seines Publikums angeht. Unvollständige Anmerkungen zu einem Grundsatzproblem der Programmarbeit. Vortrag gehalten bei der Veranstaltung „Fernsehen verjüngen“ am 13. März 2008 im RBB, Berlin
- BEULLENS, K., (2005): Uni Löwen 2005, [Online] URL: <http://www.3sat.de/3sat.php?http://www.3sat.de/nano/news/69803/index.html> (10.06.2007)
- BOLZ, P. (2004): Mädchen und junge Frauen im Berufsfindungsprozess. In: DEZERNAT FÜR SOZIALES UND JUGEND (Ed.). Reihe Soziales und Jugend. Frankfurt am Main
- BREUSING, C. (1999): Programmqualität im Fernsehen. In: MEDIA PERSPEKTIVEN 3/99, 94–110, Berlin
- BUNDESMINISTERIUM FÜR FAMILIE, SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND (2008): Dokumentation der Tagung „Eigenverantwortung, Private und Öffentliche Solidarität – Rollenleitbilder im Familien- und Sozialrecht im Europäischen Vergleich“. 4. - 6.10.2007, Villa Vigoni, Como. Italien. Forschungsreihe Bd. 3. Baden-Baden
- BUNDESMINISTERIUM FÜR FAMILIE, SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND (2009): Rollenleitbilder und Realitäten in Europa: Rechtliche, ökonomische und kulturelle Dimensionen Forschungsreihe Bd. 8. Baden-Baden
- CONGRESSIONAL COMMISSION ON THE ADVANCEMENT OF WOMEN AND MINORITIES IN SCIENCE, E. A. T. D. (2000): Land of Plenty. Diversity as America's Competitive Edge in Science, Engineering and Technology. In: CONGRESSIONAL COMMISSION ON THE ADVANCEMENT OF WOMEN AND MINORITIES IN SCIENCE, E. A. T. D. (Ed.). Los Angeles
- CORNELISSEN, W. (1998): Fernsehgebrauch und Geschlecht. Wiesbaden/Opladen
- DEUTSCHE TELEKOM STIFTUNG/ BUNDESVERBAND DER DEUTSCHEN INDUSTRIE E. V. (BDI) (2009): Innovationsindikator Deutschland 2009. Ergebnisse einer Studie des DIW Berlin. Berlin
- DOSTAL, W. & TROLL, L. (2005): Die Berufswelt im Fernsehen. Beitrag zur Arbeitsmarkt- und Berufsforschung. Nürnberg
- ESCH, M. & J. HERRMANN (Hrsg.) (2008): Qualität durch Chancengleichheit. Gleichstellung als strategischer Faktor im Qualitätsmanagement technischer Universitäten. Bielefeld
- FLICKER, E. (2003): Between Brains and Breasts – Women Scientists in Fiction Film: On the Marginalization and Sexualization of Scientific Competence. Public understanding of science, 12, 307–318
- FLICKER, E. (2005): Representation of Women Scientist in Feature Films: 1929 to 2003. Office of Science & Technology, Bridges, 5, k.A.
- GEHRAU, V. (2011): Es fehlt Ausgeglichenheit. Interview der Pressestelle der Universität Münster, [Online-Dokument] URL: <http://www.uni-muenster.de/Rektorat/muz/2011/1-70.html> (11.02.2011)
- GÖTZ, M. H. (2002): Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen. München
- DREVES, D. (2002): Die Darstellung des Privatlebens von Kommissarinnen und Kommissaren im deutschen Fernsehkrimi von 1970 bis heute. Unveröffentlichte Magisterarbeit. Göttingen
- GRIFFIN, R. J., SEN, S. & PLOTKIN, R. (1994): Sex, Schemata, and Social Status: TV Character Identification and Occupational Aspirations among Adolescents. In: TURNER, L. H. (Ed.): Differences that make a difference: examining the assumptions in gender research. Westport
- HAFFNER, Y., KÖNEKAMP, B. & KRAIS, B. (2006): Arbeitswelt in Bewegung – Chancengleichheit in technischen und naturwissenschaftlichen Berufen als Impuls für Unternehmen, [Online-Dokument] URL: http://www.ifs.tu-darmstadt.de/fileadmin/soziologie/chancen/arbeitswelt_in_bewegung.pdf (01.02.2011)
- HANNOVER, I. & BIRKENSTOCK, A. (2005): Familienbilder im Fernsehen. Familienbilder und Familienthemen in fiktionalen und nicht-fiktionalen Fernsehsendungen. Eine Studie im Auftrag des Grimme-Instituts, [Online-Dokument] URL: <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Abteilung2/Pdf-Anlagen/tv-familienbilder,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf> (01.02.2011)
- HARAN, J., CHIMBA M., REID, G. & KITZINGER, J. (2008): Screening Women in SET: How Women in Science, Engineering and Technology Are Represented in Films and on Television. Research Report Series for UKRC No. 3. Cardiff School of Journalism, Media and Cultural Studies. Cardiff
- HEINE, C., EGELN, J., KERST, C., MÜLLER, E. & PARK, S.-M. (2006): Bestimmungsgründe für die Wahl von ingenieur- und naturwissenschaftlichen Studiengängen. Ausgewählte Ergebnisse einer Schwerpunktstudie im Rahmen der Berichterstattung zur technologischen Leistungsfähigkeit Deutschlands. In: HIS GmbH (Ed.). Hannover/Mannheim, Hochschul-Informations-System
- HEINE, C. & WILLICH, J. (2006): Informationsverhalten und Entscheidungsfindung bei der Studien- und Ausbildungswahl. Studienberechtigte 2005 ein halbes Jahr vor dem Erwerb der Hochschulreife. In: HOCHSCHULE, H. F. (Ed.). Hannover
- HOLLIMAN, R., WHITELEGG, E., ALLGAIER, J., HODGSON B. & SCANLON, E. (2006): Invisible Witnesses? – Representations of Women Scientists, Engineers and Technologists on UK, Terrestrial Television. Centre for Research in Education and Educational Technology, The Open University, UK, [Online-Dokument] URL: <http://www.setwomenresource.org.uk/en/node/6797/> (01.03.2007)
- IHSEN, S. (2010): Spurensuche! Entscheidungskriterien für Natur- bzw. Ingenieurwissenschaften und mögliche Ursachen für frühe Studienabbrüche von Frauen und Männern an den TU9-Universitäten. TUM Gender-und-Diversity-Studies, Band 1. München
- KAMMANN, U., JURKUHN, K. & WOLF, F. (2007): Im Spannungsfeld – Zur Qualitätsdiskussion öffentlich-rechtlicher Fernsehprogramme. In: FRIEDRICH-EBERT-STIFTUNG (ed.). Berlin
- KEUNEKE, S., GRAß, H. & RITZ-TIMME, S. (2010): „CSI-Effekt“ in der deutschen Rechtsmedizin. Einflüsse des Fernsehens auf die berufliche Orientierung Jugendlicher. Rechtsmedizin, 20, 400–406
- KIRBY, D. A. (2011): Lab Coats in Hollywood: Scientists Impact on Cinema, Cinema's Impact on Science and Technology. Cambridge
- KITZINGER, J., BOYCE, CHIMBA & HARAN (2007): Annotated Bibliography on representing women in SET. IN SET, U. R. C. F. W. I. (Ed.)
- KLAUS, E. u.a. (2001): Kommunikationswissenschaft und Gender Studies. S. 118 f., Wiesbaden
- KLAUS, E. (2004): Aufstand im Männerkloster – Stillstand in der Liturgie: Frauen in den Nachrichten. In: Ministerium für Gesundheit, Frauen und Familie des Landes Nordrhein-Westfalen (Ed.). Frauenbilder. Reader zu den landesweiten Aktionswochen der kommunalen Gleichstellungsbeauftragten 2005. Düsseldorf
- KLAUS, E. & KASSEL, S. (2005): Studie für den Publikumsrat 2004. Zur Wahrnehmung von männlichen und weiblichen Rollenbildern in den ORF-Unterhaltungsserien und deren Identifikationspotentiale aus der Sicht der ZuschauerInnen. In:

- ORF (Ed.): ORF Markt- und Medienforschung. Universität Salzburg Kommunikationswissenschaften, Salzburg
- KRAIS, B. (2008): Berufliche Chancen für Frauen in der Wirtschaft - für Naturwissenschaftlerinnen und Ingenieurinnen kein Problem? In: ESCH, M., HERRMANN, J.: Qualität durch Chancengleichheit. Gleichstellung als strategischer Faktor im Qualitätsmanagement technischer Universitäten. Bielefeld
- KRAIS, B. (2006) (zusammen mit HAFFNER, Y. und KÖNEKAMP, B.): Arbeitswelt in Bewegung. Chancengleichheit in technischen und naturwissenschaftlichen Berufen als Impuls für Unternehmen. Bundesministerium für Bildung und Forschung. Bonn, Berlin
- KREWERTH, A., ULRICH, J. G. & EBERHARD, V. (2004): Der Einfluss von Berufsbezeichnungen auf die Berufswahl: Zentrale Ergebnisse, offene Fragen und Ziele zukünftiger Forschung. In: KREWERTH, A., TSCHÖPE, T., ULRICH, J. G. & WITZKI, A. H. (Eds.): Berufsbezeichnungen und ihr Einfluss auf die Berufswahl von Jugendlichen. Theoretische Überlegungen und empirische Ergebnisse. Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn
- LUHMANN, N. (1996): Die Realität der Massenmedien. Opladen
- MANGOLD, M. & ÜSTÜNSÖZ-BEURER (2006): TV-gestützte Lösungsansätze: Die Bedeutung des Fernsehens für die Berufsorientierung. Wirtschafts- und Berufserziehung, 17–20
- MAX-PLANCK-GESELLSCHAFT (2010): Der lange Abschied vom Ernährermodell. Pressemitteilung zum Forschungsprojekt „Was kommt nach dem Ernährermodell?“, [Online-Dokument] URL: http://www.mpg.de/610919/pressemitteilung20101220?filter_order=LT&research_topic=KG-SW (20.12.2010)
- NISBET, M. C., SCHEUFELE, D. A., SHANAHAN, J., MOY, P., BROSSARD, D. & LEWENSTEIN, B. V. (2002): Knowledge, Reservations, or Promise? A Media Effects Model for Public Perceptions of Science and Technology. Communication Research, 29, 584–608
- NISBET, M. C., & DUDO, A. (2011): Science, Entertainment, and Education: a Review of the Literature, [Online-Dokument] URL: http://www.scienceandentertainmentexchange.org/NisbetDudo_LiteratureReview_ScienceEntertainment_FINAL.pdf (10.06.2011)
- O'BRYANT, S. L. & CORDER-BOLZ, C. R. (1978): The Effects of Television on Children's Stereotyping of Women's Work Roles. Journal of vocational Behavior, 12, 233–244
- ORF Markt- und Medienforschung (2005): Zur Wahrnehmung von männlichen und weiblichen Rollenbildern in den ORF Unterhaltungsserien und deren Identifikationspotenziale aus Sicht der Zuschauerinnen. Studie für den Publikumsrat 2004. ORF (ed.), Wien
- POTTS, R. & MARTINEZ, I. (1994): Television Viewing and Children's Beliefs About Scientists. Journal of applied developmental Psychology, 15, 287–300.
- RENN, O. E. A. (2009): Nachwuchsbarometer Technikwissenschaften. In: ACATECH, V. (Ed.), Düsseldorf
- RODDE, I. (2011): Coole Powerfrauen und kämpfende Glucken, [Online-Dokument] URL: http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/rodde_powerfrauen/rodde_powerfrauen.html (03.04.2011)
- RUHRMANN, G. & GÖRKE, A. (2003): Public communication between facts and fictions: on the construction of genetic risk. In: Public Understanding of Science, 12, 229–241
- SCHREINER, C. & SJØBERG, S. (2004): ROSE. The Relevance of Science Education. Sowing the Seeds of Rose. In: DEVELOPMENT, D. O. T. E. A. S. (ed.), University of Oslo. Oslo
- SEMTA (Sector Skills Council [SSC] for Science, Engineering and Manufacturing Technologies) (2005): Forensic science: Implications for Higher Education 2004, Sector Skills Council for Science, Engineering and Manufacturing, k.A.
- SICHTERMANN, B. & KAISER, A. (2005): Frauen sehen besser aus. Frauen und Fernsehen. München
- SICHTERMANN, B. (2009): Alles bleibt anders. Wir gestalten die Rollenbilder. In: Ministerium für Arbeit und Soziales Baden-Württemberg (Hrsg.): Alles bleibt anders. Einsatz von Rollenbildern in den Medien. Dokumentation der Fachtagung am 26. November 2008, 11–21, Stuttgart, [Online-Dokument], URL: <http://www.sozialministerium-bw.de/fm7/1442/Dokumentation-Fachtagung-Alles-bleibt-anders.pdf> (10.06.2011)
- SINGHAL, A., CODY, M. J., ROGERS, E. M. & SABIDO, M. (2004): Entertainment-Education and Social Change. History, Research, and Practice. Mahwah/New Jersey
- SJØBERG, S. & SCHREINER, C. (2005): Young people and science. Attitudes, values and priorities. Evidence from the ROSE project. Keynote session 4: Fostering diversity, inclusiveness and equality in science. University of Oslo. Oslo
- SOLGA, H. & L. PFAHL (2009): Wer mehr Ingenieurinnen will, muss bessere Karrierechancen für Frauen in Technikberufen schaffen. IN: wzBrief Bildung, 07/2009, 6 S., Berlin
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2010) (Titel fehlt) [Online-Dokument] URL: <http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Statistiken/Arbeitsmarkt/content75/BerufeMaennerFrauen,templateId=renderPrint.phtml> (10.05.2010)
- STEINKE, J. (1998): Connecting Theory and Practice: Women Scientist Role Models in Television Programming. Journal of Broadcasting and Electronic Media, 42, 142–151
- STEINKE, J. (2005): Reinforcing Cultural Representations of Gender and Science: Portrayals of Female Scientists and Engineers in Popular Films. Science Communication, 27, 27–63.
- STEUL, W. (2009): Einführung und Begrüßung. In: Ministerium für Arbeit und Soziales Baden-Württemberg (Hrsg.): Alles bleibt anders. Einsatz von Rollenbildern in den Medien. Dokumentation der Fachtagung am 26. November 2008. S. 3–6, Stuttgart, [Online-Dokument] URL: <http://www.sozialministerium-bw.de/fm7/1442/Dokumentation-Fachtagung-Alles-bleibt-anders.pdf> (10.06.2011)
- VORDERER, P. & BRYANT, J. (2006): Playing Video Games. Motives, Responses, and Consequences. Mahwah/New Jersey
- WASBURN, M. H. (2004): Creating Positive Media Images of „Techy“ Women: A Proposal to Viacom
- WASBURN, M. H. (2007): Cultivating Greater Acceptance of Women in Technology: a Pilot Study. International Journal of Information and Communication Technology Education, 3, 22–35
- WEINGART, P. (2003): Von Menschenzüchtern, Weltbeherrschern und skrupellosen Genies – Das Bild der Wissenschaft im Spielfilm. In: IGLHAUT, Spring, T. (Eds.): science + fiction. Zwischen Nanowelt und globaler Kultur. Berlin
- WEINGART, P. (2009): Katastrophenszenarien und Nulltoleranzdenken: Die Dramatisierung von wissenschaftlichen Risiken und deren gesellschaftliche Implikationen. In: WOLF, P. & HERDT, D. (Eds.): Global Warming. Ethische und technologische Perspektiven des Klimawandels. Leipzig
- WEINGART, P., ENGELS, A. & PANSEGRAU, P. (2007): Von der Hypothese zur Katastrophe. Der anthropogene Klimawandel im Diskurs zwischen Wissenschaft, Politik und Massenmedien. Opladen
- WEINGART, P. & PANSEGRAU, P. (2003): Introduction: perception and representation of science in literature and fiction film. Public Understanding of Science, 12, 227–228
- WEINGART, P., SALZMANN, C. & WÖRMANN, S. (2008): The social embedding of biomedicine: an analysis of German media debates 1995–2004. Public Understanding of Science, 17, 381–396
- WENGER, E. (2000): Wie im richtigen Fernsehen. Die Inszenierung der Geschlechter in der Fernsehfiction. Hamburg
- WITTIG, S. (2006): Innovationsindikator Deutschland 2006. Deutsche Telekom Stiftung & Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (Hrsg.), [Online-Dokument] URL: http://ww2.bdi.eu/initiativen/innovationsindikator/Documents/innovationsindikator_studie_2006.pdf (10.06.2011)
- WOLBER, M. (2009): Beispiel Fernsehen: Starke Frauen als Markenartikel – Trends bei Geschlechterbildern im Fernsehen. In: Ministerium für Arbeit und Soziales Baden-Württemberg (Hrsg.): Alles bleibt anders. Einsatz von Rollenbildern in den Medien. Dokumentation der Fachtagung am 26. November 2008, S. 21–26, Stuttgart, [Online-Dokument] URL: <http://www.sozialministerium-bw.de/fm7/1442/Dokumentation-Fachtagung-Alles-bleibt-anders.pdf> (10.06.2011)
- WOMEN & WORK COMMISSION (2006): Shaping a Fairer Future. Presented to the Prime Minister by Baroness Prosser of Battersea. London, [Online-Dokument] URL: http://www.womenandequalityunit.gov.uk/publications/wwc_shaping_fairer_future06.pdf (10.06.2007)

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit vom Bundesministerium für Bildung und Forschung unentgeltlich abgegeben. Sie ist nicht zum gewerblichen Vertrieb bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerberinnen/Wahlwerbern oder Wahlhelferinnen/Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen sowie für Wahlen zum Europäischen Parlament. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin/dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



EUROPÄISCHE UNION