



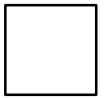
## Pressemitteilung

### Fernsehunterhaltung lebt in ihrer eigenen Berufswelt

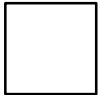
#### Mit Berufsbildern, die sich an der Wirklichkeit orientieren, würden die Sender an Relevanz gewinnen

Das Fernsehen vermittelt in seinen Unterhaltungsprogrammen ein Berufsspektrum, das deutlich von der Realität abweicht. Dies ist das Ergebnis einer Studie, die das IFEM-Institut für empirische Medienforschung heute (24.08.2005) in Hamburg vorgestellt hat. Die Untersuchung stützt sich auf eine Analyse der fünf meist genutzten Programme ARD/Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben in der Zeit von 13:00 bis 1:00 Uhr. Die Studie kommt zu folgenden Ergebnissen:

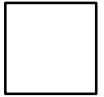
1. Die Berufswelt in der Fernsehunterhaltung der öffentlich-rechtlichen und privaten Hauptprogramme weicht von der Realität erheblich ab. Es dominieren Ärzte, Rechtsanwälte, Kommissare, Polizisten, Sänger und Gastronomen. Dagegen kommen Berufe, die zwei Drittel der Erwerbstätigen in Deutschland ausüben (in Produktions-, Handels- und Verkehrsunternehmen, im Finanzsektor, im Handwerk sowie bei öffentlichen und privaten Dienstleistern), in der Fernsehrealität nur in knapp einem Fünftel der Berufsauftritte vor.
2. Bei RTL und Sat.1 finden sich am meisten Ordnungs- und Sicherheitsberufe, bei der ARD am meisten Medien- und künstlerische Berufe und bei ARD und Sat.1 am meisten Gesundheitsberufe.
3. In der Fernsehunterhaltung werden die Berufe selten mit Leben gefüllt. Eine Thematisierung der gezeigten Berufe findet nur in acht Prozent der Fälle statt.
4. In den Programmen, die für eine jugendliche Zielgruppe gemacht werden (z. B. den Daily-Soaps) ist das Berufsspektrum ebenfalls eng, der



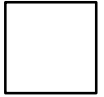
Fokus weicht auch hier von der Realität ab. Die Berufsausbildung hat keinen besonderen Stellenwert.



5. Der Anteil der Selbstständigen ist mit rund 25 Prozent deutlich höher als in der Realität (11 Prozent). Dies geht allein auf den Anteil der Freiberufler zurück, die neun Mal so häufig wie in der Realität vorkommen. Die meisten Selbstständigen sind künstlerische beziehungsweise dem Showbusiness angehörige Berufe.



6. Selbstständigkeit ist eine Männerdomäne.



7. Unternehmer werden in der Fernsehunterhaltung - relational gesehen - eher in unvorteilhaften und Freiberufler eher in vorteilhaften Rollen gezeichnet.

Das Bild, das sich Fernsehzuschauer von der Berufsrealität jenseits ihrer eigenen Erfahrung machen, wird neben den Informationssendungen besonders von Unterhaltungssendungen geprägt. Bei durchschnittlich über drei Stunden Fernsehnutzung pro Tag ist die Wahrnehmung dieser Fernsehrealität ein bedeutsamer Faktor im Leben des Einzelnen. Das Fernsehen gilt insofern als Leitmedium. Es kann mit seinen Vorstellungsbildern von der Wirklichkeit die Lebensentwürfe, Wertorientierungen und Wünsche mit beeinflussen.

Daher ist es von Bedeutung, welche Inhalte das Fernsehen in seinen Mainstreamangeboten macht. Sie sind umso bedeutsamer, je geringer die Chancen für Zuschauer sind, ihnen eigene Erfahrungen aus der Realität entgegenzustellen. Fernsehunterhaltung vermittelt nach dieser Untersuchung kein alltagstaugliches Bild des Wirtschaftslebens. Für jüngere Zuschauer hat dieser Aspekt eine besondere Relevanz. Jüngere Zuschauer treffen eine Berufswahl, sie beurteilen den Stellenwert einer dualen Ausbildung und machen sich ein Bild von Selbstständigkeit.

Will sich das Fernsehen über die Unterhaltungsfunktion hinaus ein hohes Maß an Authentizität, Autorität und Orientierungshilfe bewahren, müssen sich die Fernsehprogramme daran messen lassen, wie viel sie zur Herstellung und Vermittlung gesellschaftlicher Relevanz beitragen. Das betrifft die gesellschaftspolitische Mitverantwortung, die in den Programmrichtlinien zum Ausdruck kommt. Die Studie, die das Berufsbild des Fernsehens und das Bild von Unternehmern und Selbständigen in der Unterhaltung analysiert, liefert Anregungen, über diese Verantwortung nachzudenken.

Die Studie wurde vom Ernst-Schneider-Preis der deutschen Industrie- und Handelskammern e. V. in Auftrag gegeben. Der Medienpreis der IHKs setzt sich für die Behandlung wirtschaftlicher Themen in den Medien ein und schreibt seit 1971 einen renommierten Autorenwettbewerb aus.