

SICHTBARKEIT UND VIELFALT: FORTSCHRITTSSTUDIE ZUR AUDIOVISUELLEN DIVERSITÄT

PROF. DR. ELIZABETH PROMMER, JULIA STÜWE, JULIANE WEGNER

INSTITUT FÜR MEDIENFORSCHUNG

UNIVERSITÄT ROSTOCK

2021

**Zitierten als: Prommer, Elizabeth / Stüwe, Julia / Wegner, Juliane (2021): Sichtbarkeit und Vielfalt.
Fortschrittsstudie zur audiovisuellen Diversität. Rostock, Preprint.**

INHALTSVERZEICHNIS

1.	EINLEITUNG.....	2
2.	FORSCHUNGSSTAND.....	2
3.	DIVERSITÄT MESSEN: METHODENBESCHREIBUNG	3
4.	ERGEBNISSE DER STUDIE VON 2020	10
5.	ZUSAMMENFASSUNG	21
6.	LITERATURVERZEICHNIS	21

1. EINLEITUNG

Die Untersuchung „Sichtbarkeit auf dem Prüfstand: Fortschrittsstudie zur audiovisuellen Diversität“ stellt sich die übergeordnete Frage, wie sichtbar gesellschaftliche Vielfalt im deutschen Fernsehen und Kino ist. Die Studie besteht aus zwei Säulen: erstens einer Wiederholungsuntersuchung der Studie „Ausgeblendet – Frauen in Fernsehen und Film“, welche die Fernsehinhalte des Jahres 2016 analysiert und zweitens der erweiterten Betrachtung von Diversität. Erstmals werden für Deutschland die Fernsehinhalte genauer auch nach sexueller Orientierung, ethnischer Herkunft, Migrationshintergrund und Behinderung analysiert.

Die Ergebnisse der Studie „Ausgeblendet“ wurden im Juli 2017 unter dem Titel „Audiovisuelle Diversität“ erstmalig der Öffentlichkeit präsentiert (Prommer/Linke 2017). Nun ist für Fernsehmacher:innen Zeit genug vergangen, Frauen einzublenden und eine Sichtbarkeit von Vielfalt möglich zu machen. Die Vorgängerstudie ist die erste repräsentative Studie, welche die Darstellung der Geschlechter sowohl im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, im privat-kommerziellen Fernsehen und Kinderfernsehen, als auch auf der Kinoleinwand für Deutschland untersucht. In den Ergebnissen für 2016 zeigen sich deutliche Unterschiede in der Sichtbarkeit von Frauen und Männern. Frauen sind deutlich seltener zu sehen. Männer sind 80% der Expert:innen und im Kinderfernsehen ist diese Ungleichheit noch größer. Die erste Studie hat ein großes mediales Echo gefunden. Zahlreiche Medienberichte, Kommentare und Interviews führten zu einer weiten Verbreitung der Ergebnisse. Elizabeth Prommer, Christine Linke und Julia Stüwe stellten die Ergebnisse auf Tagungen, Workshops und senderinternen Veranstaltungen umfangreich vor (Linke/Stüwe/Eisenbeis 2017; Prommer/Linke/Stüwe 2017). Das 2019 erschienene Buch „Ausgeblendet – Frauen in Fernsehen und Film“ von Prommer & Linke fasst alle Ergebnisse zusammen (Prommer/Linke 2019). Das Ziel der Fortschrittsstudie ist es, mögliche Veränderungen in der Sichtbarkeit zu überprüfen.

Für die Folgestudie 2020 werden nun sechs verschiedene Diversitätsdimensionen untersucht: (1) Geschlecht, (2) Alter, (3) sexuelle Orientierung, (4) die Zuschreibung ethnischer Herkunft und Nationalität (Migrationshintergrund), (5) Religion und Weltanschauung sowie (6) Behinderung. Für die Dimensionen Geschlecht, sexuelle Orientierung, Alter und Migrationshintergrund gibt es bereits erste Vergleichsdaten von 2016. Die Dimensionen ethnische Herkunft, Religion/Weltanschauung und Behinderung sind neu aufgenommen. Es soll

aufgezeigt werden, inwieweit die gesellschaftliche Vielfalt auch im Fernsehen sichtbar wird.

Der folgende Bericht stellt kurz den Forschungsstand dar, geht ausführlich auf die Analysemethoden ein und berichtet über erste Auszüge der Ergebnisse in Bezug auf das Fernsehen. Skizziert wird der Weg, auf dem sich das Fernsehen in Bezug auf gerecht verteilte Sichtbarkeit von Vielfalt der Diversitätsdimensionen befindet.

2. FORSCHUNGSSTAND

Die Unterrepräsentanz von Frauen auf den Fernsehbildschirmen und Kinoleinwänden ist inzwischen hinlänglich belegt. Dies gilt gleichwohl für den nationalen deutschen und internationalen Kontext. Frauen sind seltener sichtbar und haben seltener die tragenden Rollen inne – und dies über alle Formate und Genres hinweg, sowohl im Fernsehen, als auch im Kino, wie die Daten seit den 1970er Jahren zeigen (Küchenhoff/Boßmann 1975; Prommer/Linke 2019; Sink/Mastro 2017; Smith et al. 2018). Für Deutschland haben Prommer & Linke (2019) die Analyse des Jahres 2016 vorgelegt, die zeigt, dass sich nur wenig verändert hat. Frauen kamen 2016 seltener vor: auf eine Frau kommen zwei Männer und dies über alle Genres, Formate und Sender hinweg. Zudem gibt es einen Altersgap. Zwar kommen weibliche Figuren bis zu einem Alter von Mitte 30 gleich oft vor, aber von da an nimmt ihre Präsenz sukzessive ab. Ab einem Alter von 60 Jahren kommen sogar auf eine Frau vier Männer. Außerdem erklären Männer in der Fernsehwelt: sie sind 80% der Experten und überwiegend in der Rolle als Showmaster. Dies bestätigen auch internationale Studien. So sind in den USA ebenfalls Männer und Jungen wesentlich häufiger auf dem Bildschirm zu sehen als Mädchen und Frauen. Neben der allgemeinen Unterrepräsentanz werden diese zudem selten in beruflichen Führungspositionen dargestellt und häufiger sexualisiert (Smith et al. 2018).

Erstmals wurde in der Untersuchung von Prommer & Linke (2019) auch der deutsche Kinofilm inkludiert. In den Jahren 2011 bis 2016 lag der Anteil der Frauen an zentralen Rollen bei 42 Prozent. Insgesamt zeigt sich damit für den Kinobereich im Vergleich zum Fernsehen ein etwas geringerer Unterschied in der Anzahl der Protagonistinnen und Protagonisten. Trotzdem sind Frauen unterrepräsentiert. So bleibt die Hälfte der Kinofilme ohne weibliche Hauptrolle (48%), wogegen nur ein Drittel der Filme (34%) ohne männliche auskommt. Wie auch im Fernsehen unterliegen Frauen einer Altersdiskriminierung. Bis Mitte 30 Jahren kommen sie gleich

häufig oder sogar häufiger vor als im realen Leben, dann verschwinden sie auch von der Kinoleinwand sukzessive bis in der Altersgruppe der über 50-Jährigen. Hier kommen auf eine Frau drei Männer (Prommer/Linke 2019). Mit den Bedürfnissen des Kinopublikums lässt sich dieses Phänomen nur bedingt erklären, den „ältere“ Frauen ab 50 sind die zuverlässigsten Kinobesucherinnen von Arthouse-Filmen, zu denen der deutsche Film in der Regel zählt (FFA Filmförderungsanstalt 21.03.2021).

Für die USA untersuchen drei Institutionen kontinuierlich die Sichtbarkeit von Diversität auf dem Bildschirm. Erstens das Team um Stacy Smith mit der Annenberg Inclusion Initiative, zweitens das Geena Davis Institut on Gender in Media und drittens eine Gruppe um Martha Lauzen aus San Diego. Smith et al. untersuchen dabei jährlich 100 Kinofilme mit den höchsten Einspielergebnissen in den USA. Inzwischen sind über 1200 Filme in der Stichprobe. Für das Jahr 2019 liegt der Frauenanteil bei 34% -- ein Wert, der sich über die letzten 15 Jahre bestätigt und auch durch die Forscher:innen aus San Diego kaum verändert hat (Annenberg Inclusion Initiative 2020; Lauzen 2021). Einhergehend mit einer neuen Art der Erhebung, einer automatisierten Gendererkennung via KI, ermittelt das Geena Davis Institute einen fast ausgeglichenen Anteil der Sichtbarkeit und des Sprachanteils von Frauen und Männern in Familienfilmen im Fernsehen des Jahres 2019 (Geena Davis Institute on Gender in Media 2020), wobei diese Ergebnisse sich durch die neue Methode und v.a. durch ein kleines Sample von nur 50 Familienfilmen schlecht vergleichen lassen. Den größten Unterschied finden Prommer & Linke (2019) wenn sie die Länge der Sichtbarkeit von Frauen und Männer im deutschen Kino vergleichen. So sind Frauen auch in einer Hauptrolle über sechs Minuten kürzer im Bild zu sehen als Männer (Prommer/Linke 2019). Jürgens et al. (preprint) zeigen ebenfalls mit ihrer automatisierten Gendererkennung für das deutsche Fernsehen, dass Frauen deutlich seltener sichtbar sind als Männer. Dies bestätigt auch eine andere automatische Analyse des Geena Davis Institut on Gender in Media: selbst wenn Frauen in den Hauptrollen auftreten, sind sie deutlich weniger im Bild zu sehen und kommen seltener zu Wort. Interessanterweise bringen die Filme mit weiblichen Hauptrollen jedoch 16 Prozent mehr Geld an den Kinokassen ein (Geena Davis Institute on Gender in Media 2020).

Seit diesem Jahr veröffentlicht das Geena Davis Institute on Gender in Media auch Studien, die nachweisen, dass „Black“ und „Asian-Pacific“ Protagonistinnen in Kino und Fernsehen unterrepräsentiert sind (Geena Davis Institute on Gender in

Media 2021). Die Analysen von Smith et al. zeigen, dass Behinderung und LGBTQ in den US-amerikanischen Kinofilmen noch deutlich in ihrer Sichtbarkeit unterrepräsentiert sind (Smith/Choueiti/Pieper 2020) Für Deutschland liegen bisher noch keine repräsentativen Inhaltsanalysen zur Sichtbarkeit von ethnischer Herkunft, Religion oder Behinderung vor.

3. DIVERSITÄT MESSEN:

METHODENBESCHREIBUNG

ACIS: AUDIOVISUAL CHARAKTER ANALYSIS

Ziel unserer Studie ist, erneut eine übergreifende und vergleichende Studie zur Geschlechterdarstellung in den deutschen Medien zu liefern und dabei sowohl die Bereiche Fernsehen und Kinderfernsehen, als auch Kinofilm abzudecken. Zusätzlich werden 2020 die Diversitätsdimensionen erweitert betrachtet. Es wird das inzwischen vielfach erprobte, validierte und zuverlässige Verfahren der „Audiovisual Character Analysis“ (ACIS) angewendet (Prommer/Linke, 2019; Linke/Prommer 2021). Dieses verbindet Elemente der standardisierten quantitativen Inhaltsanalyse mit der narrativen und rezeptionsästhetischen Filmanalyse. Die Methode ACIS nimmt dabei die Perspektive der Zuschauer:in ein, wodurch redaktionelles und professionelles Kontextwissen oder Hintergrundwissen ausgeschlossen wird. Stattdessen fließt in die Codierung allein das ein, was in dem Film, der Sendung bzw. dem Video manifest sichtbar und hörbar wird. Für jede Fernsehsendung und jeden Film haben wir alle sichtbar werdenden Personen und ihre Eigenschaften erfasst. Die Anlage der Studie von 2020 lehnt sich an die Untersuchung von 2016 an (Prommer/Linke 2019). Es wird das gleiche Stichprobenverfahren und Codebuch verwendet, welches um einige Variablen erweitert wurde, um Veränderungen valide feststellen zu können.

Abbildung 1: Übersicht der Programmgenres

Vorprogramm für Erwachsenen (17 Sender) Genre		
Programmsparten	Standardformate	Reality Formate
Fiktionale Unterhaltung	Kinospielfilme Fernsehfilm Fernsehserien Daily Soap/Telenovela	
Non-Fiktionale Unterhaltung	Quiz-/ Unterhaltungsshow, Late-Night-, Comedy-, Satireshows, Kochshows, Musiksendungen Tiersendungen	Gescriptete Doku-Soaps, Gescriptete Gerichts- und Personal-Help-Shows Castingformate, Coachingformate, Improvement-Formate, Personensuch-Formate etc.
Information	Nachrichten Magazine Reportagen, Dokumentationen Interview-, Talkformate Sportsendungen	Daily Talks

Die Analyse der Fernsehvollprogramme unterscheidet klassisch in die Programmsparten Fiktion, non-fiktionale Unterhaltung und Information. Fiktionale Sendungen sind Serien und Fernsehfilme, die erdachte Handlungen und Geschichten erzählen. Bei der non-fiktionalen Unterhaltung sind Genres gemeint, die reale Sachverhalte, Settings und Personen mit vornehmlich unterhaltendem Charakter zeigen, wie zum Beispiel Quizshows, Musiksendungen oder Tierdokumentationen. Ein Sonderfall der non-fiktionalen Unterhaltung sind die (gescripteten) Realityformate, wie Dokusoaps oder die Help-Formate. Zur Programmsparte Information gehören Formate, die Informationen, Debatten und Meldungen präsentieren, etwa Nachrichtensendungen, Magazine oder Gesprächsrunden. Jede der drei Programmsparten kann nochmals nach unterschiedlichen Genres differenziert werden. Die Einteilung der Programmsparten und Genres sind teilweise von Weiß et al. (2015) übernommen, erweitert und angepasst.

Für jede Programmsparte wurden die für sie auszeichnenden Figuren gezählt. Da unterschiedliche Programmsparten untersucht werden, müssen unterschiedliche Definitionen der zentralen Figuren verwendet werden. Dabei gibt es in der Film- und Fernsehwissenschaft eine rege Auseinandersetzung, was die Hauptfiguren und Hauptakteur:innen auszeichnet (z.B. Eder 2013; Mikos 2008), die letztlich in verschiedenen Definitionen mündet. Grundsätzlich kann bei

Fernseh- und Filminhalten von einer "Hierarchie von Aufmerksamkeit" (Eder 2013) ausgegangen werden, die beschreibt, dass die gezeigten Personen vonseiten der Zuschauer:innen unterschiedlich viel Aufmerksamkeit erhalten, sie also unterschiedlich stark sichtbar werden und damit als unterschiedlich wichtig für das Programm beurteilt werden. Die Kriterien hierfür sind vielfältig und reichen von Bekanntheit der Person über Häufigkeit und Dauer der Darstellung bis hin zu ästhetischer und inhaltlicher Gestaltung.

Für die fiktionalen Programme verwenden wir den Begriff der Protagonist:innen in Anlehnung an die Figurentheorie des Filmwissenschaftlers Jens Eder: Dabei handelt es sich um jene Figuren, die handlungstreibende Funktionen einnehmen und zentrale Ziele verfolgen (Eder 2013). Protagonist:innen in Fernsehserien zeichnen sich darüber hinaus v.a. durch ihren beständigen Charakter aus, das heißt, sie gehören zum festen Ensemble der Serie. Alle anderen Figuren wurden als Nebenfiguren ebenfalls gezählt und deren Geschlecht codiert. Dies umfasst alle, die im Vor- und Abspann mit Figurennamen aufgezählt werden.

Für Fernsehinhalte, die nicht vordergründig über Handlungsverläufe funktionieren, also Nachrichten oder Unterhaltungsshow, ist die Sichtbarkeit von Menschen an anderen Kriterien festzumachen. In der Fernsehinformation und in den non-fiktionalen Unterhaltungsformaten fokussiert sich die Analyse auf die Hauptakteur:innen. In der Fernsehinformation (z.B.

Tagesschau) werden diese über drei zu erfüllende Kriterien bestimmt: (1) ihr Name wird genannt (z.B. über eine Bauchbinde und/oder zweimal deutlich gesagt), (2) die Person spricht hörbar (z.B. Moderation oder O-Ton) und (3) sie ist zentral im Bildausschnitt sichtbar. Zentrales Kriterium in der non-fiktionalen Unterhaltung ist, ob die Person eine leitende Funktion einnimmt und somit zum:r Hauptakteur:in der Sendung wird. Nebenakteur:innen sowohl in der non-fiktionalen Unterhaltung, als auch in der Information zeichneten sich über die Erfüllung von zwei dieser drei genannten Kriterien aus.

Zentrale Definition:

Protagonist:innen und Hauptakteur:innen:

Fiktional – Protagonist:in ist jene Figur, die sichtbar im Zentrum der Handlung steht und eine handlungstreibende Funktion einnimmt.

Non-fiktionale Unterhaltung/Reality – Hauptakteur:in ist jene Person, die (als Konstante) durch das Programm führt.

Information – Hauptakteur:in ist jene Person, deren Name genannt wird und die hörbar spricht sowie zentral sichtbar ist.

Zunächst werden im Codierprozess die einzelnen Figuren und ihre Rollen (hier: Protagonist:in oder Hauptakteur:in) identifiziert. Alle weiteren sichtbaren und sprechenden Figuren mit verlaublichen Namen werden als Nebenfiguren definiert und erfasst, aber nicht detailreich codiert. Anschließend wird der:die Protagonist:in bzw. der:die Hauptakteur:in tiefergehend betrachtet, indem Merkmale wie Geschlecht, Alter, sexuelle Orientierung und spezifische Eigenheiten, die eindeutig codierbar sind (z.B. Körperform, Beziehungsstand, Elternschaft, Beruf usw.), analysiert werden. Für die Folgestudie 2020 werden sechs verschiedene Diversitätsdimensionen genauer untersucht: Geschlecht, sexuelle Orientierung, Alter, die Zuschreibung ethnischer Herkunft und Migrationshintergrund, Religion und Weltanschauung sowie Behinderung. Durch die Verwendung der speziellen Methode der Audiovisual Character Analysis (ACIS) und die dadurch bedingte Einnahme der Perspektive der Zuschauer:in ohne Vorwissen mussten die für die Analyse relevanten Figuren explizit mit einem Geschlecht (z.B. Sie/Frau oder Er/Mann) angesprochen werden bzw. sich selber erkennbar machen. Wenn ein Merkmal nicht explizit erkennbar, sichtbar oder hörbar war, wird diese Kategorie als „nicht erkennbar“ codiert. Das Geschlecht der Charaktere wird grundsätzlich non-binär, das heißt offen, codiert. Neben Frau bzw. Mann konnten alle potenziell möglichen sichtbaren Kategorien codiert

werden (hier als „non-binary/other/divers“ zusammengefasst). Gleichmaßen wird mit der sexuellen Orientierung verfahren, indem neben hetero-, homo- oder bisexuell alle weiteren vorkommenden Varianten erhoben werden. Ist die sexuelle Orientierung nicht manifest erkennbar, wird „nicht erkennbar“ codiert.

ETHNISCHE HERKUNFT UND MIGRATIONSINTERGRUND

Eine zentrale Forderung nach mehr Diversität auf den Bildschirmen bezieht sich auch auf das Sichtbarmachen verschiedener Ethnien, der „ethnische Herkunft“, wie die Kategorie von der Antidiskriminierungsstelle des Bundes bezeichnet wird. Dies gilt auch für Personen mit Migrationshintergrund. Zuerst ist es wichtig festzuhalten, dass es sich hierbei bei unserer Methode um eine Inhaltsanalyse und damit um eine Fremdzuschreibung handelt. Die Selbstidentifikation der vorkommenden Figuren und Akteur:innen, wie es in der Debatte um Diskriminierung von People of Color (PoC) oder BPoC (Black and People of Color) gefordert wird, ist hier methodisch nicht umzusetzen (Aikins et al. 2020).

Die Kategorisierung und damit Codierung von Migrationshintergrund und ethnischer Herkunft ist eine methodische Herausforderung in der Inhaltsanalyse. Inzwischen liegt jedoch ein vorgeprüftes, nach mehreren Anwendungen angepasstes, hoch reliables Instrumentarium vor, um die Zuweisung eines potenziellen Migrationshintergrundes und externe Zuweisung einer ethnischen Herkunft von Figuren zu codieren. Zurückgegriffen wird auf die Einteilung von Lünenborg et al. (2012), weiterentwickelt in Prommer & Linke (2019), kombiniert mit dem visuellen Instrument von Götz et al. (2018). Angepasst wurde das Instrument nach intensiven Pre-Tests und Workshops mit Migrationsexpert:innen. Dabei orientiert sich die Einteilung von ethnischer Herkunft im Wesentlichen an die US-amerikanische Forschung (Smith et al. 2018; US Census 2020). Die Fremdzuschreibung der ethnischen Herkunft erfolgt innerhalb der Analyse über im Codebuch integrierte visuelle Beispiele. Um potenzielle stereotype Darstellungen zu ermitteln, wird auch noch in die gespielte Figur und deren Migrationshintergrund bzw. Zuschreibung der ethnischen Herkunft und die Eigenschaften der Schauspieler:innen unterschieden.








Die Fremdzuschreibung der ethnischen Herkunft erfolgt innerhalb der Analyse über im Codebuch integrierte visuelle Beispiele in folgenden Kategorien: „weiß“, „Schwarz“, Latinx, Südasien, (Süd-) Ostasien, Naher Osten/Nordafrika/Türkei, Indigene Personen und Minderheitsbevölkerung (z.B. Roma & Sinti). Für die Auswertung werden die nicht „weißen“ Kate-

gorien zu „Schwarz/Person of Color (PoC)“ zusammengefasst. So unterscheiden wir die Zuschreibung der ethnischen Herkunft nach „weiß“ gelesenen bzw. zugeschriebenen „Schwarz/PoC“. Codiert wurde ein Migrationshintergrund, wenn entweder eine Bezugnahme auf das Herkunftsland/-region bzw. Migrationsstatus/-hintergrund über Selbstzuweisung oder Fremdzuschreibung gegeben war, wenn der Name genannt oder entsprechend geschrieben wird, die Sprache oder der Bezug zu Religion/Kultur darauf hinweisen. Die Unterscheidung zwischen ethnischer Herkunft und Migrationshintergrund ist wichtig, da eine „weiß“ zugeschriebene blonde Schwedin zwar einen Migrationshintergrund hat, aber wahrscheinlich keine Diskriminierungserfahrungen erlebt hat. Demgegenüber stehen Personen, die als „nicht weiß“ bzw. „Schwarz/PoC“ wahrgenommen werden, wie eine asiatische Person, die aber möglicherweise keinen Migrationshintergrund hat, da die Familie seit vielen Generationen in Deutschland lebt und die deutsche Nationalität hat. Durch die zwei Kategorien versuchen wir uns der Realität anzunähern.

Wichtig ist hier festzuhalten, dass es sich um Fremdzuschreibungen und damit eine Annäherung an die Realität handelt. Die genaue Operationalisierung von Migrationshintergrund ist ausführlich bei Lünenborg et al. (2012) beschrieben. Die Dimensionen Behinderung und Religion wurde im Sinne von ACIS codiert, wenn diese sichtbar oder thematisiert wurden.

Uns ist dabei bewusst, dass eine Codierung dieser Dimensionen einem potenziellen Vorwurf der Festschreibung von Diskriminierung und Rassismus standhalten muss. So wird allein durch die Operationalisierung ein „Othering“ sichtbar. Gleichzeitig fordern aber Antidiskriminierungsaktivist:innen eine Sichtbarkeit von marginalisierten Personengruppen. Diese Marginalisierung kann jedoch nur durch eine Operationalisierung sichtbar werden (Aikins et al. 2020). Somit haben wir den Versuch unternommen eine Operationalisierung der Diversitätsdimensionen vorzunehmen und uns der Wirklichkeit anzunähern. Tatsächliche Diskriminierungserfahrungen können wir damit nicht messen.

Abbildung 2: Visuelle Beispiel für die Codierung „ethnische Herkunft“

Schwarz/PoC
Schwarz (erkennbar an dunkler Hautfarbe)

Latinx (Süd- und Mittelamerika)

Südasien (unterscheidbar durch gebräunte Haut; z.B. Bangladescher, Sri Lanka, Inder, Pakistaner, Malediven, etc.)

Südostasiatisch/Ostasiatisch (erkennbar an der Form der Augen)

Naher Osten/Türkei/Nordafrika (unterscheidbar durch schwarze Haare; z.B. arabisch)

Indigen/Minderheitenvölker (z.B. Native Americans, Aborigine, Māori, Samen, Sinti & Roma) (explizite) Benennung

weiß


ÜBERSICHT DER CODIERTEN VARIABLEN

Zusätzlich zu den Diversitätsdimensionen haben wir auch die Herstellungskontext und Programmkontexte codiert (wer führte Regie, wer schrieb das Drehbuch, wer war in der Redaktion beteiligt usw.). Das Alter der Personen wird codiert, wie es in der Sendung thematisiert ist (z.B. Protagonistin feiert 20. Geburtstag). In den meisten Fällen musste das Alter allerdings recherchiert werden (z.B. durch Branchen-Datenbanken oder persönliche Informationen von Journalist:innen oder Schauspieler:innen). Für Protagonist:innen im fiktionalen Bereich haben wir das Alter der Schauspieler:innen zum Zeitpunkt der Erstveröffentlichung einer Sendung codiert.

Bei der Codierung der Berufsfelder haben wir uns an die Einteilung des Bundesamts für Statistik gehalten, um die Tätigkeiten fiktionaler Figuren oder auch von Expert:innen mit den realen Gegebenheiten vergleichen zu können. Außerdem haben wir die berufliche Stellung, den Familienstand und mögliche Kinder erfasst.

Abbildung 3 : Übersicht der codierten Variablen

ACIS Protagonist*innen/Hauptfigur
Geschlecht – offen und non binär
Alter (recherchiert, Alter der Schauspieler:innen)
Sexuelle Orientierung (wenn erkennbar/erwähnt)
Behinderung (wenn erkennbar/erwähnt) / Erkrankung (wenn erkennbar/erwähnt)
Religion (wenn erkennbar/erwähnt)
Migrationshintergrund (wenn erkennbar/erwähnt)
Zuschreibung ethnischer Herkunft
<i>Weitere ACIS Variablen:</i>
Berufsfeld, Hierarchie (wenn erkennbar/erwähnt)
Familienstand und Kinder (wenn erkennbar/erwähnt)
Körper (schlank bis übergewichtig)
<i>Programmkontexte:</i>
Funktion der Hauptakteur:innen (z.B. Moderation, Schauspieler:in od. Expert:in)
Programmsparte: Fiktion, Non-fiktionale Unterhaltung, Information
Genaues Genre
Ausstrahlungsdaten: Tag, Uhrzeit, Sender, Länge usw.
Herstellungskontext (wenn gezeigt) Redaktion, Regie, Drehbuch, Produktion nach Geschlecht

AUSWAHL DES DATENMATERIALS UND AUSSAGEKRAFT

Das Material wurde mit einer Stichprobe von zwei künstlichen Wochen repräsentativ für das deutsche Fernsehprogramm des Jahres 2020 erhoben. Die Stichprobenziehung erfolgte aus dem Materialpool des gesamten Fernsehprogrammes 2020 (17 Vollprogramme mit insgesamt 868.700 Stunden Sendezeit zwischen 14 und 24 Uhr). Es wurden zufällig und unabhängig voneinander im Jahresverlauf 14 Tage ausgewählt, wobei jeder Wochentag zweimal (2 Montage, 2 Dienstage usw.) vertreten war und zufällig aus dem Jahresverlauf ausgelost wurde. Bewusst haben wir auf natürliche Wochen verzichtet, da wir davon ausgehen, dass diese die unterschiedliche Programmierung im Jahresverlauf nicht abbilden können. Wir zogen also eine Stichprobe, die es ermöglicht, repräsentative Aussagen für das komplette Fernsehjahr 2020 zu treffen. Dabei gibt es eine Einschränkung: Wir haben uns auf einen Zeitraum von 14 bis 24 Uhr bei den Vollprogrammen und 06 bis 20

Uhr beim Kinderfernsehen konzentriert. Dies sind die Uhrzeiten, an denen am meisten ferngesehen wird (Kupferschmitt/Müller 2021). Damit sind mit 17 Vollprogrammen 70 Prozent der Fernsehmarktanteile repräsentativ abgebildet (AGF 2021). Insgesamt wurden somit ca. 2.380 Stunden Material für die Vollprogramme und 784 Stunden für das Kinderfernsehen analysiert. Erreicht werden sollte ein Konfidenzintervall von 95% und ein Stichprobenfehler von +/- 2,5%. Um die Aussagen auch über Teilgruppen machen zu können, haben wir die Stunden entsprechend erhöht.

Wie in der Stichprobe für 2016 haben wir die damals geplanten Wochen der Fußball EM und der Olympischen Spiele ausgeschlossen. Da wir die Stichprobe im November 2019 gezogen haben, konnten wir nicht mehr auf die veränderten Corona-Bedingungen eingehen. So wurden diese Zeiträume ausgeklammert, obwohl durch Corona die beiden Events auf 2021 verschoben wurden.

Abbildung 4 : Stichprobe Übersicht

Fernsehen-Vollprogramme
Repräsentative Stichprobe 2020
2 künstliche Wochen 17 Sender von 14-24 Uhr / 10 h pro Tag
Öffentlich-rechtlich: ARD, ZDF, ZDFneo. Dritte-Programme (BR, HR, NDR, MDR, RBB, SWR, SR, WDR) Privat-kommerziell: RTL, RTL2, Vox, Sat1, Pro7, Kabel1
2.931 Einzelprogramme aus deutscher Produktionen bzw. deutscher Beteiligung mit insgesamt 25.082 Protagonist:innen und Hauptakteur:innen.
2.380 Stunden
Standardisierte Inhaltsanalyse (ACIS)
<i>Information</i> 65 % der Programme 88 % der auftretenden Hauptakteur:innen
Non-fiktionale Unterhaltung 25 % der Programme 7% der Hauptakteur:innen
Fiktion 10% der Programme 4 % der Protagonist:innen

4. ERGEBNISSE DER STUDIE VON 2020

DER PFAD ZUR GESCHLECHTERGERECHTIGKEIT

Ein zentrales Vorhaben der Wiederholungsstudie von 2016 ist der Vergleich der Sichtbarkeit von Frauen des Fernsehprogrammes von 2016 und 2020. Die erste Studie „Ausgeblendet – Frauen in Fernsehen und Film“ (Prommer/Linke 2019) mit den repräsentativen Daten des Fernsehjahres 2016 lässt sich wie folgt zusammenfassen: (1) Frauen sind unterrepräsentiert, (2) es gibt einen Altersgap, (3) Männer erklären die Welt und (4) im Kinderfernsehen sind noch weniger Frauen zu sehen.

Der Vergleich der Erhebung von 2016 mit der Erhebung von 2020 zeigt ein ähnliches und doch gleichzeitig differenziertes Bild.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das Fernsehen auf dem Weg zur Geschlechtergerechtigkeit ein gutes Stück vorangekommen ist, aber noch nicht am Ziel ist.

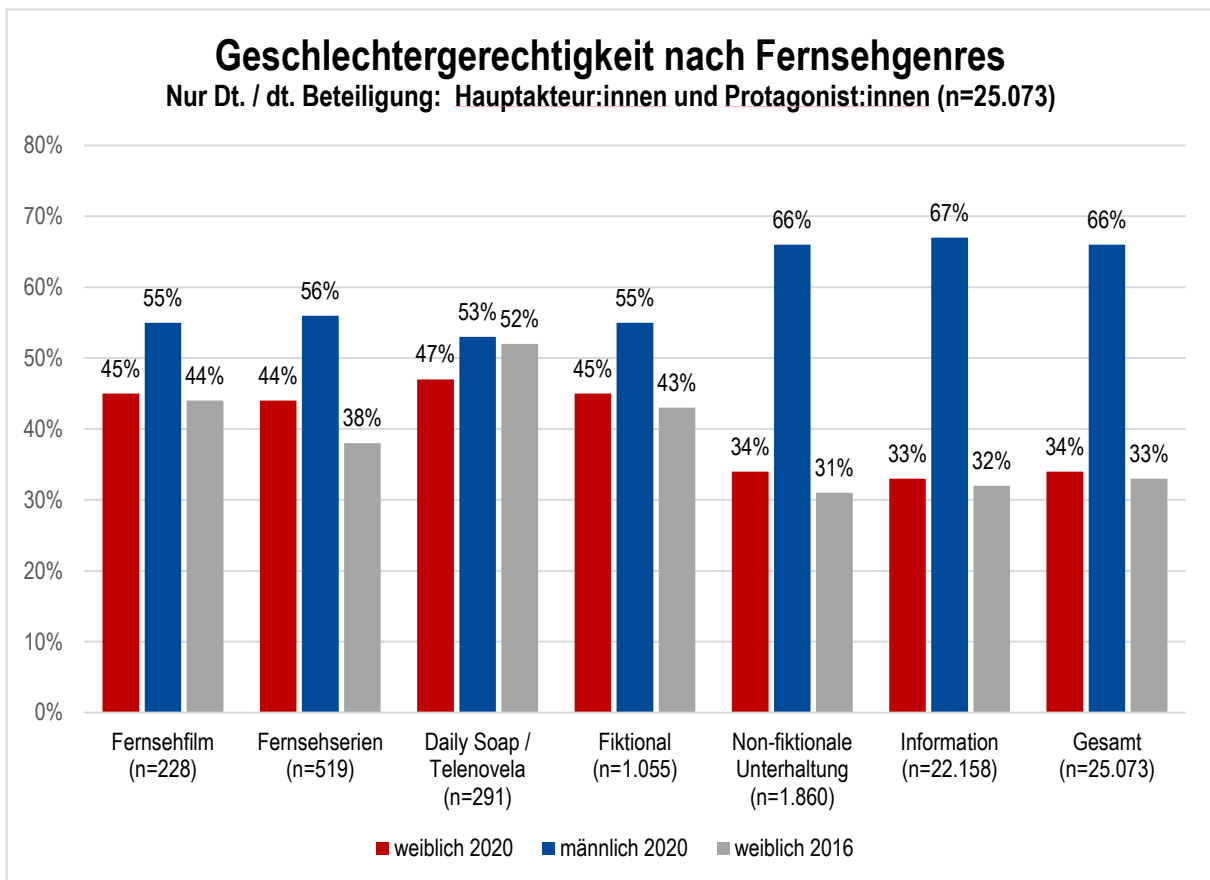
Die repräsentative Stichprobe 2020 der 17 Vollprogramme umfasst insgesamt 2.931 Einzelprogramme aus deutscher Produktion bzw. mit dt. Beteiligung, in denen insgesamt 25.082 Protagonist:innen und Hauptakteur:innen auftreten. Davon sind neun Personen „non-binär/andere/weitere“ oder das Geschlecht war „nicht erkennbar“. Die Konzentration bei der Darstellung der Ergebnisse liegt im Folgenden auf deut-

schen Produktionen und Co-Produktionen mit deutscher Beteiligung, da wir davon ausgehen, dass hier der Einfluss der Redaktionen und Senderverantwortlichen am deutlichsten sichtbar ist.

Der Vergleich aller analysierten Sendungen der Jahre 2020 und 2016 zeigt in der Summe praktisch keine Veränderung. Lag der Frauenanteil 2016 bei 33%, so liegt er in 2020 bei 34%. Die Prozente beziehen sich hierbei auf die männlichen und weiblichen Figuren, ohne die neun Personen die „non-binär/andere/weitere/nicht erkennbar“ sind.

Auf den ersten Blick, so lässt sich vermuten, hat es kaum Veränderungen in Bezug auf Geschlechtergerechtigkeit gegeben. Aber eine tiefere Analyse zeigt deutliche Unterschiede in Bezug auf die verschiedenen Programmsparten und Genres (vgl. Abbildung 5) sowie in Relation zu den Produktionsjahren und den Funktionen der auftretenden Figuren. Senderinterne Funktionen, wie Moderation oder berichtende Journalist:innen, haben einen deutlichen Anstieg an Frauen zu verzeichnen, während es bei den senderexternen in hohen Fallzahlen auftretenden Akteur:innen, wie Expert:innen oder Alltagspersonen, noch wenig Veränderung gibt. Die folgenden Ausführungen gehen zunächst auf die Fernsehfiktion ein, darauf folgt die Fernsehinformation und die non-fiktionale Fernsehunterhaltung.

Abbildung 5 : Fernsehgenres nach Geschlecht



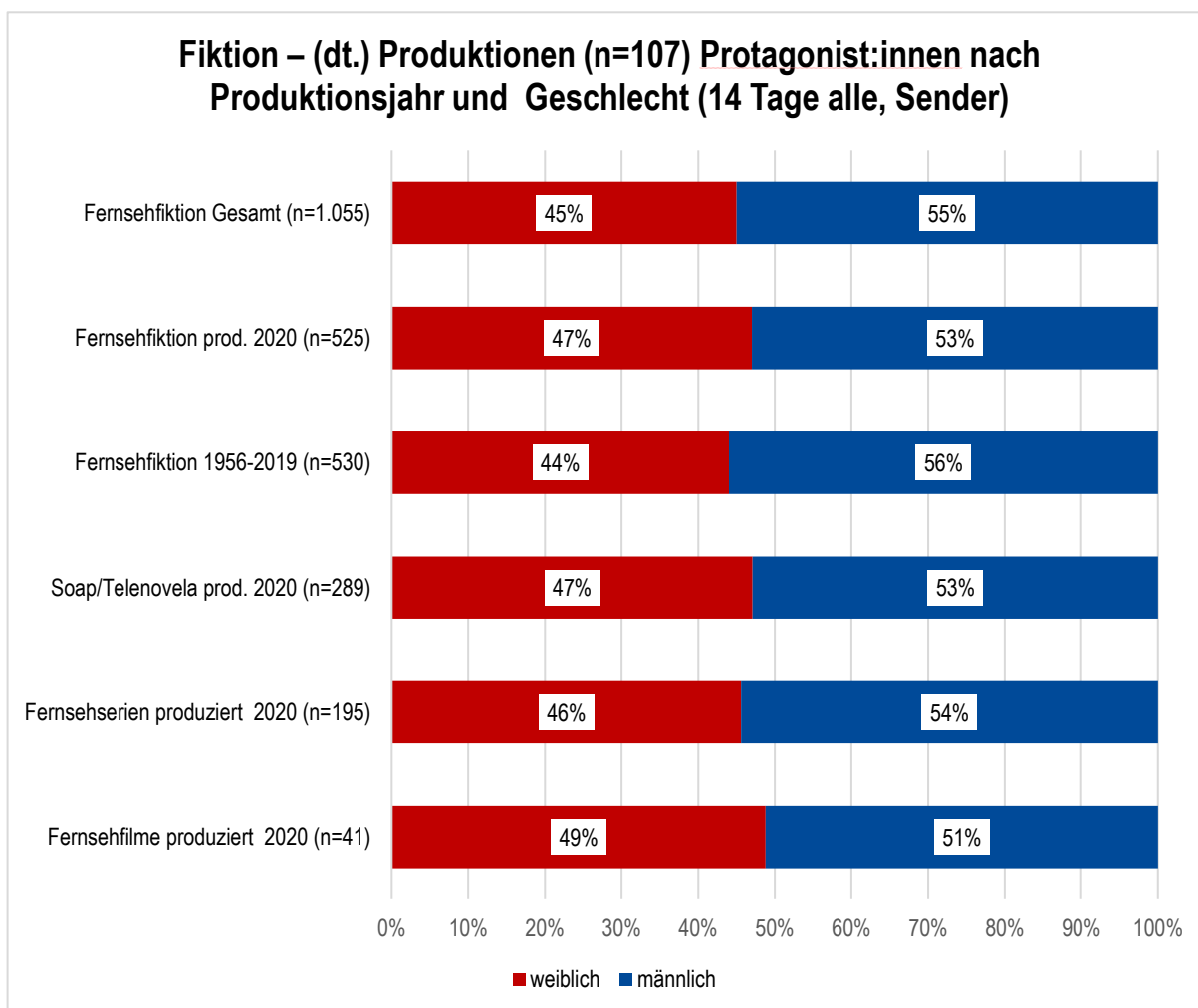
FERNSEHFIKTION UND GESCHLECHTERGERECHTIGKEIT

Den größten Anstieg des Anteils von Frauen sehen wir in der Fernsehfiktion und hier bei den Fernsehserien. Betrachten wir außerdem nur die aktuellen Produktionen des Jahres 2020 und lassen Wiederholungen älterer Sendungen außen vor, nähert sich die Fernsehfiktion der Geschlechterparität an. In den aktuellen Produktionen gibt es 47% weibliche Protagonistinnen und 53% männliche Protagonisten, in aktuellen Fernsehfilmen sind es sogar 49% weibliche Protagonistinnen. Der Bereich Fernsehserie weist dabei einen Anstieg an weiblichen Figuren von 38% (2016) auf 46% (2020) auf

(Abbildung5). Interessant ist diese Veränderung, da üblicherweise die Produktionsprozesse der fiktionalen Formate mehrere Jahre umfassen.

Etwas mehr als ein Drittel der erfassten Sendungen (36%) wurden im Jahr 2020 produziert bzw. uraufgeführt. Darin treten etwa die Hälfte (49,8% / n= 525) der codierten Figuren des fiktionalen Fernsehens auf.

Abbildung 6: Fiktion im Jahr 2020 produziert nach Geschlecht



Zwar gibt es noch immer einen Altersgap zwischen weiblichen und männlichen Protagonist:innen, aber dieser schrumpft erkennbar. So gibt es einen deutlichen Anstieg von Frauen in den Altersgruppen zwischen 40 und 49 Jahren, hier liegt der Anstieg bei 5 % und in der Altersgruppe der 50-59-Jährigen sogar bei 10% (Abb. 6). Ein Mittelwertvergleich belegt, dass der Anstieg signifikant ist.

Frauen verschwinden in aktuellen fiktionalen Produktionen des Jahres 2020 (nur Produktionsjahr 2020 und dt. Produktionen) nicht mit Mitte 30, sondern erst mit 60 Jahren. Bis zu dem Alter von 59 Jahren ist das Geschlechterverhältnis nahezu ausgewogen. Ab dann überwiegen die Männer deutlich, so dass auf eine Frau drei Männer kommen. Diese Entwicklung betrifft die Produktionen, die als Produktionsjahr

2020 aufweisen, dies sind 36 Prozent der fiktionalen deutschen Programme (Abb.7),

Zwar zeigen die Ergebnisse, dass die Fernsehsender in ihren aktuellen deutschen Produktionen Frauen nun häufiger und auch älter besetzten, aber in anderen Punkten wie Körperform und beruflicher Position sind Frauen noch immer weniger diverser als Männer. So gibt es praktisch keine übergewichtige Protagonistin.

Ein kleiner Funfakt am Rande: Frauen sind auch als Leichen unterrepräsentiert. Anders als vermutet sind die Leichen in deutschen fiktionalen Programmen zu über zwei Drittel (70%) männlich und nur zu 30 % weiblich.

Abbildung 7 : Alter alle Genres und Programme

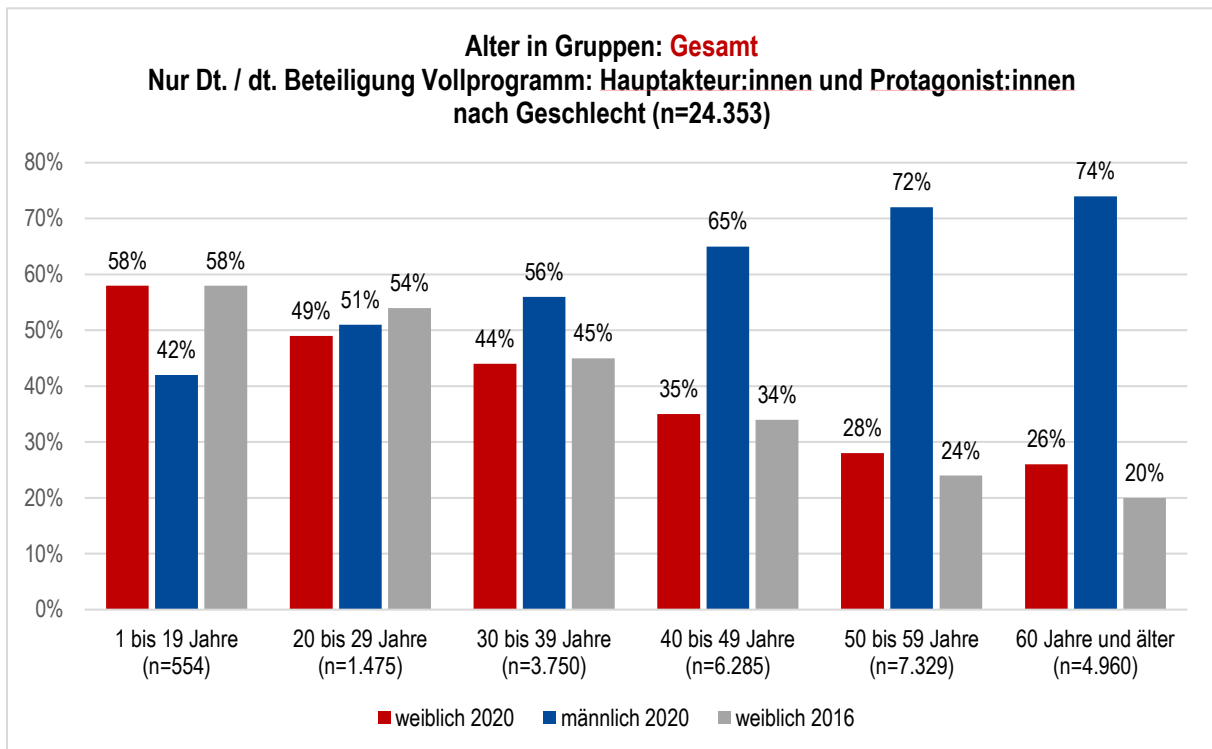
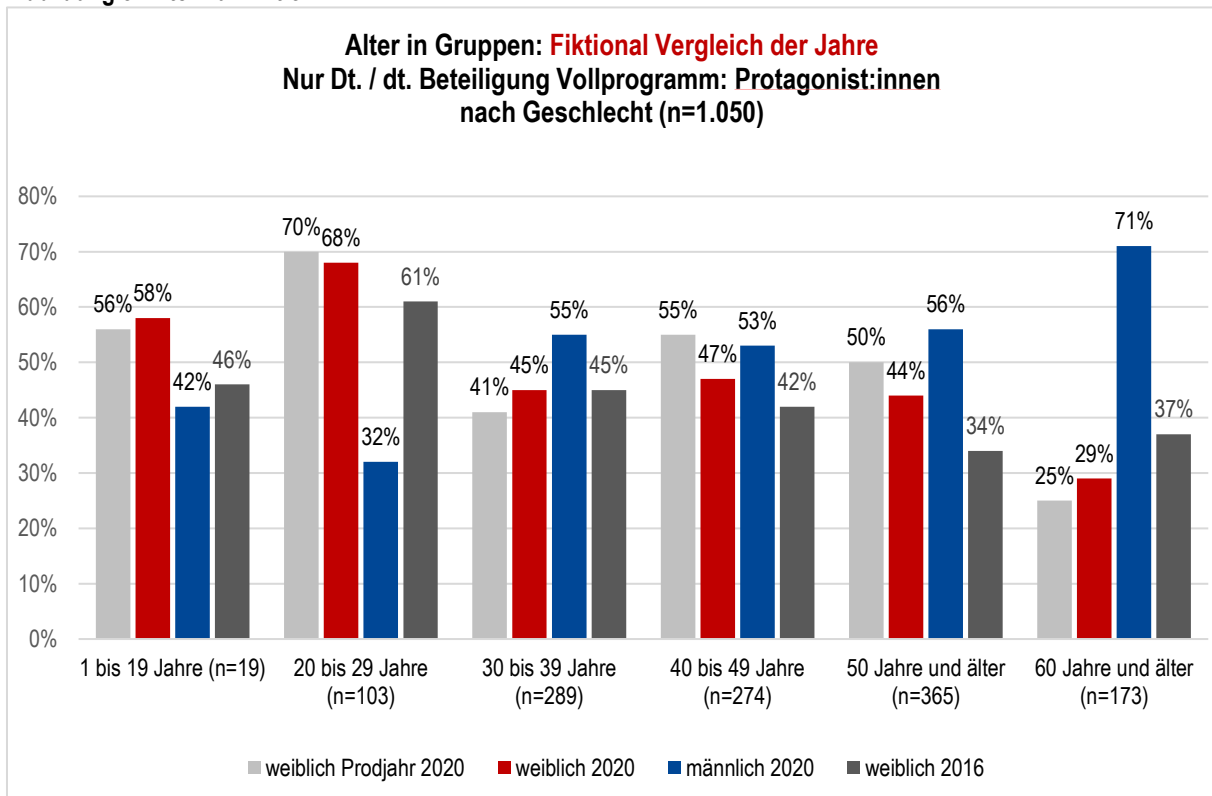


Abbildung 8: Alter nur Fiktion



**GESCHLECHTERREPRÄSENTATION
IN DER FERNSEHINFORMATION**

Informationssendungen machen drei Viertel (65%) der gesendeten Programme aus, so dass die hier ausgewiesenen Werte den größten Einfluss auf die Geschlechterverteilung bezogen auf die gesamte Sendezeit haben. Gleichzeitig treten in Informationssendungen proportional mehr Akteur:innen auf, so dass 88% der gezählten Protagonist:innen und Hauptakteur:innen aus dem Bereich der Fernsehinformation stammen. Informationssendungen wurden zu 92% im Jahre 2020 produziert bzw. uraufgeführt. Gelegentlich werden Reportagen und Dokumentationen aus älteren Jahren wiederholt.

Insgesamt zeigt sich hier auf den ersten Blick kaum ein Anstieg bei weiblichen Hauptakteurinnen – im Detail sehen wir

jedoch Veränderungen. Verantwortlich für den geringen Anteil an Frauen in der Information sind v.a. die senderexternen Personen, wie Expert:innen, Gäste, Alltagspersonen und Prominente, die im Programm erscheinen. Bei den senderinternen Funktionen, wie Moderator:innen, Reporter:innen und Journalist:innen, sehen wir eine deutliche Steigerung des Frauenanteils. Die Geschlechterverteilung in der Moderation für Nachrichten, aber auch Magazine ist nahezu ausgeglichen. Auch bei den weiblichen Stimmen aus dem off ist ein Anstieg von 10% bei den aktuellen im Jahr 2020 produzierten Magazinsendungen und Reportagen sowie Dokumentationen auf 38% zu messen. Der Anteil an berichtenden Journalist:innen und Reporter:innen in allen Informationssendungen stieg um knapp 10% und liegt nun bei 45%.

Abbildung 9 : Senderinterne Funktionen nach Geschlecht

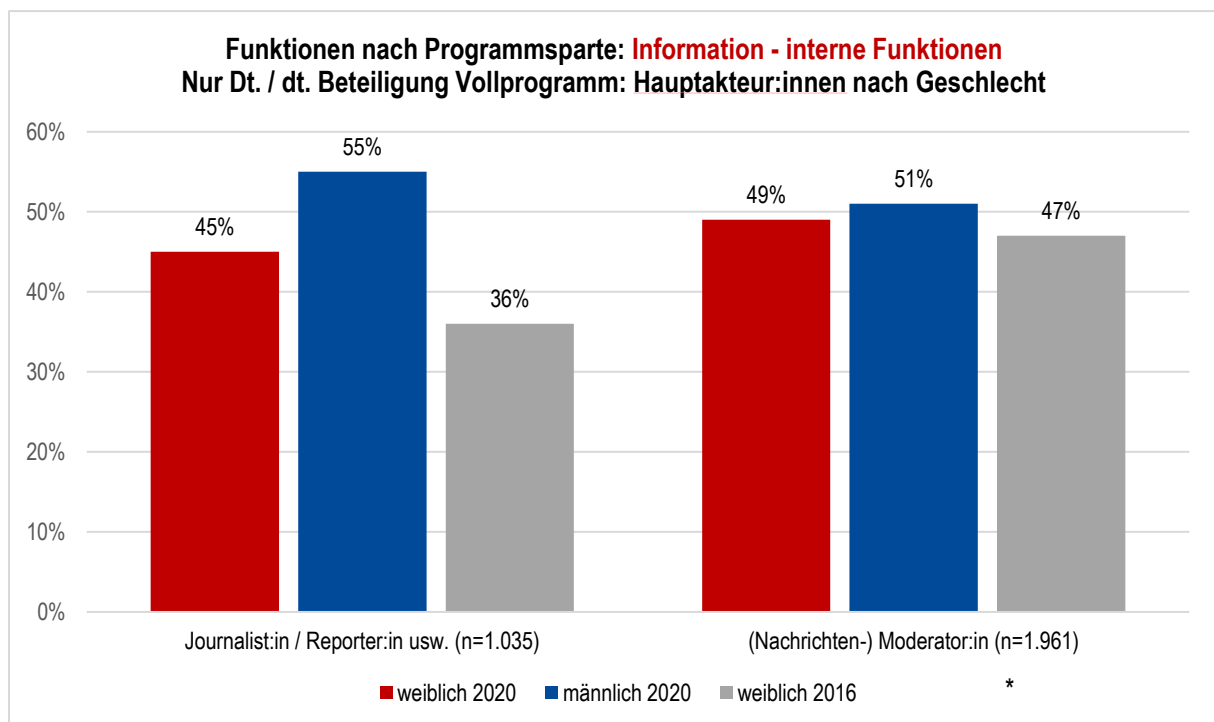
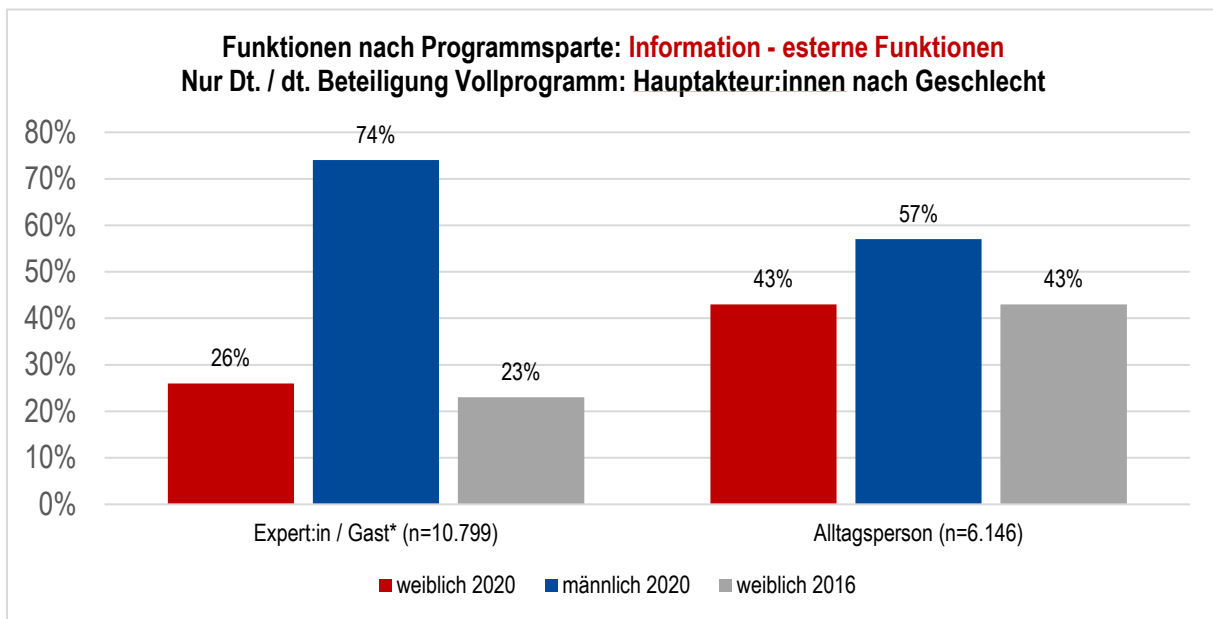


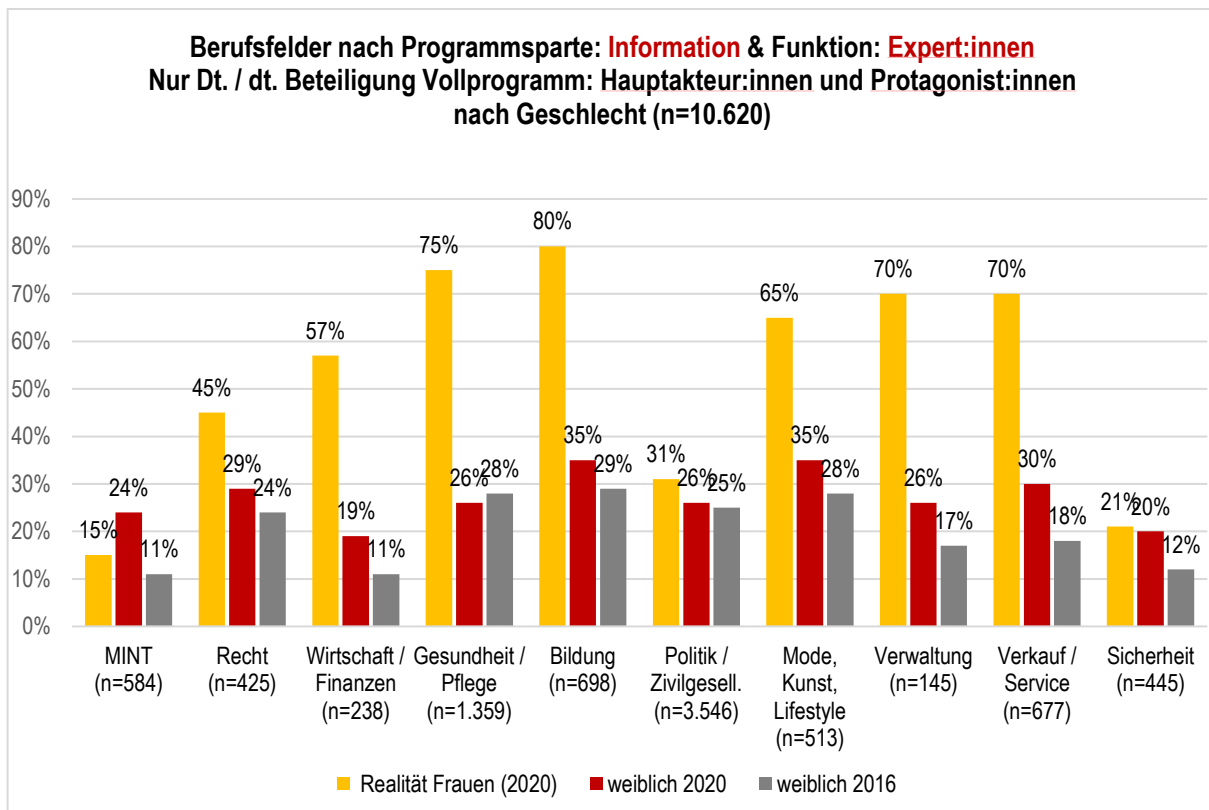
Abbildung 10 : Senderexterne Hauptakteur:innen nach Geschlecht



Nach wie vor sehr unausgewogen in Bezug auf Geschlecht sind die Expert:innen, Gäste und Alltagspersonen, die in den Informationssendungen auftreten. Zwar ist auch hier ein geringfügiger Anstieg der Frauen von 3% zu messen, aber dies bedeutet, dass auf eine weibliche Expertin nun drei männliche

Experten kommen, anstatt zuvor vier. Besonders auffällig ist die ungleiche Verteilung der gezeigten Alltagspersonen, da hier keine sachlichen Gründe (z.B. das männliche Geschlecht des interviewten Bürgermeisters) eine Rolle spielen können.

Abbildung 1 : Berufsfelder und Expert:innen nach Geschlecht



Schlüsseln wir die interviewten Expert:innen nach ihren Berufsfeldern auf, zeigt sich, dass auch in den Berufsfeldern, in denen überwiegend Frauen arbeiten, wie Bildung oder der Gesundheitsbereich, dennoch überwiegend Männer befragt werden. Um festzustellen, ob genügend Frauen als Expertinnen zur Verfügung stehen, haben wir die Daten des Statistischen Bundesamtes zur Geschlechterverteilung in den verschiedenen Berufen herangezogen und zusätzlich bei den jeweiligen Berufsverbänden, wie etwa der Bundesärztekammer (z.B. Bundesärztekammer 26.03.2021), den Anwaltskammern oder dem Juristenbund, recherchiert.

In der Realität ist die Hälfte der Richterstellen mit Richterinnen besetzt, die Hälfte der Staatsanwaltsstellen mit Staatsanwältinnen. Da aber mehr Männer als Frauen als freie Rechtsanwälte arbeiten, haben wir die Summen anteilig gemittelt und kommen auf eine Geschlechterverteilung im Berufsfeld „Recht“ von 45% Frauen und dementsprechend 55% Männern. Sieht man sich die Anzahl an Expertinnen im Bereich „Recht“ in den Informationssendungen an, so kommen Frauen nicht so häufig vor wie im echten Leben (29%), wobei es einen 5-prozentigen Anstieg gab. Das gleiche Bild zeigt sich im Bereich „Bildung“. Ein Blick in die Schulen zeigt: Im Kollegium überwiegen meistens die Lehrerinnen, oft leiten Frauen die Schulen und es gibt viel mehr Erzieherinnen als Erzieher. In der Summe sind Frauen mit 80% sehr stark im Bereich „Bildung“ vertreten. Als Expertinnen für diesen Bericht sind sie wieder unterrepräsentiert: nur 35% sind Frauen, 65% sind Männer. Das heißt, Männer kommen in diesem Berufsfeld im Fernsehen mehr als doppelt so oft vor wie in der Realität. Dieses überproportionale Vorkommen von Männern zieht sich durch alle Bereiche -- sei es der Finanzsektor, der Dienstleistungssektor oder Berufe im Verkauf.

Zwar sehen wir in den einzelnen Berufsfeldern durchaus einen Anstieg weiblicher Expertinnen, wie im Bereich Recht und Mode, aber noch sind wir weit entfernt von einem Abbild der Realität oder der Parität.

Es gibt ein paar Ausnahmen: Im Bereich „Politik und Verwaltung“ kommen Frauen annähernd so oft vor wie im echten Leben. Wir sehen 25% Frauen als Expertinnen im Fernsehen, während tatsächlich 2020 ca. 31% der im Bereich Politik arbeitenden Personen weiblich waren (Helene Weber Kolleg 2021). Zwar erscheinen im Fernsehen weniger Politikerinnen als in der Realität, aber der Unterschied ist nicht so ausgeprägt wie in anderen Bereichen. Auch in dem Berufsfeld „Sicherheit und Polizei“ werden Frauen ungefähr der Realität entsprechend gezeigt. Eine Ausnahme bildet der „MINT“-Bereich. Hier ist ein deutlicher Anstieg an weiblichen Expertinnen zu verzeichnen, so dass diese bei geringen Fallzahlen sogar überproportional sichtbar sind. Dies zeigt, dass redaktionelle Bemühungen durchaus erfolgreich sein können.

Ein Erklärungsmotiv, das wir häufig aus Redaktionen hören, insbesondere für das Jahr 2020, ist, dass durch die Corona-Pandemie überwiegend die männlichen Direktoren der medizinischen Institute interviewt werden mussten, da es kaum Frauen in diesen Funktionen gibt. Eine gesonderte Analyse zur Medienberichterstattung während der ersten Monate der Corona-Pandemie (Prommer/Stüwe Mai 2020) zeigte jedoch, dass dies kein Erklärungsmuster sein kann. Für diese Studie wurden die medizinischen Leitungsfunktionen gesondert codiert. Betrachtet man die interviewten Ärzt:innen ohne Leitungsfunktion, also die Hausärzt:innen oder Krankenhausärzt:innen ohne Leitungsfunktion, dann wurden auch

Abbildung 12: Expert:innen nach Leitungsposition

	Weibliche Expertinnen	Männlich Experten	Gesamtanzahl
	(%)	(%)	Anzahl
Leitungsposition	22%	78%	4927
Mittlere Position	30%	70%	1174
Niedrige Position/Hilfsposition	35%	65%	34
nicht erkennbar	29%	71%	4474
Gesamt	26%	74%	10609

unter diesen 80% Männer befragt. Und dies vor dem Hintergrund, dass seit Jahren 50% der Ärzt:innen Frauen sind. Ferner zeigt sich in der 14 Tage Stichprobe bei einer Auswertung nach Monaten, dass vor Corona (Januar 2020 und Februar 2020) nur 24% der Expert:innen Frauen waren.

Auch die Gesamtstichprobe des Jahres 2020 zeigt, dass weibliche Expertinnen selbst ohne Leitungsfunktionen unterrepräsentiert sind. Lediglich 30% der Expert:innen in mittleren Positionen bzw. mit „nicht erkennbarer“ beruflicher Position sind Frauen.

4.1.3 NON-FIKTIONALE UNTERHALTUNG UND GESCHLECHTERGERECHTIGKEIT

In der non-fiktionalen Unterhaltung ist ein geringfügiger Anstieg des Frauenanteils zu verzeichnen. Dieser stieg um 3% auf insgesamt 34% an. Das jedoch insgesamt geringe Niveau ist v.a. in dem Genre der Quizshows/Unterhaltungsshow begründet, da hier der Frauenanteil nur bei 13% liegt und sogar gesunken ist. Nahezu ausgewogen ist das Geschlechterverhältnis in den gescipteten Dokusoaps und Help-Formaten. Hier sind 45% der Protagonist:innen weiblich. Zwar werden diese Formate oft von männlichen Stimmen aus dem off moderiert, aber die auftretenden Alltagspersonen sind überwiegend weiblich.

Mit einer hohen Fallzahl spielen v.a. die Quizshows für den geringen Frauenanteil in der non-fiktionalen Unterhaltung eine große Rolle. Hier sind es die Moderator:innen (14% Frauen) und regelmäßigen prominenten Spielteilnehmer:innen (8% Frauen), die fast ausschließlich Männer sind.

Der Altersgap ist hier am größten: Frauen ab 50 Jahre sind praktisch nicht existent – sie werden insgesamt nur zu 11% sichtbar. Das heißt 89% aller Personen, die in diesen Shows mit einem Alter von 50plus auftreten, sind Männer. Betrachtet man die Moderator:innen über 50 Jahre, dann zeigt sich, dass 95% dieser Funktionen von Männern eingenommen werden. In konkreten Zahlen bedeutet das: von 102 Moderator:innen, die in den zwei Wochen in Quiz- oder Unterhaltungsshow sichtbar wurden, sind fünf Frauen und 97 Männer über 50 Jahre. Dies umfasst alle Sender und ebenfalls die Wiederholungen. Auch in der Altersgruppe von 20 bis 49 Jahre werden nur 18% der Moderationen von Frauen erbracht.

Es gibt ein Genre, in dem ein Anstieg der Frauen zu verzeichnen ist: In Kochshows sind nun deutlich mehr, sogar fast dreifach so viele Frauen zu sehen. Das liegt sowohl an den Moderatorinnen, den Köchinnen, als auch den kochenden Alltagspersonen.

Abbildung 13: Wer kommt zu Wort in Corona Sendungen – Sonderstudie Quelle: (Prommer/Stüwe Mai 2020)

	Frau	Mann
Arzt / Ärztin ohne Leitungsfunktion	20%	80%
Ärztlicher Direktor / Chefarzt	5%	95%
Epidemiolog*in / Infektionsforscher*in	6%	94%
Virolog*in	27%	73%
Präsident Robert-Koch-Institut	0%	100%
Virologie-Leitung	7%	93%
Vizepräsident RKI	0%	100%
Labor Direktor	0%	100%
Präsident Paul-Ehrlich-Institut	0%	100%
Psycholog*in	45%	55%

Abbildung 14 : Non-fiktionale Unterhaltung nach Genre

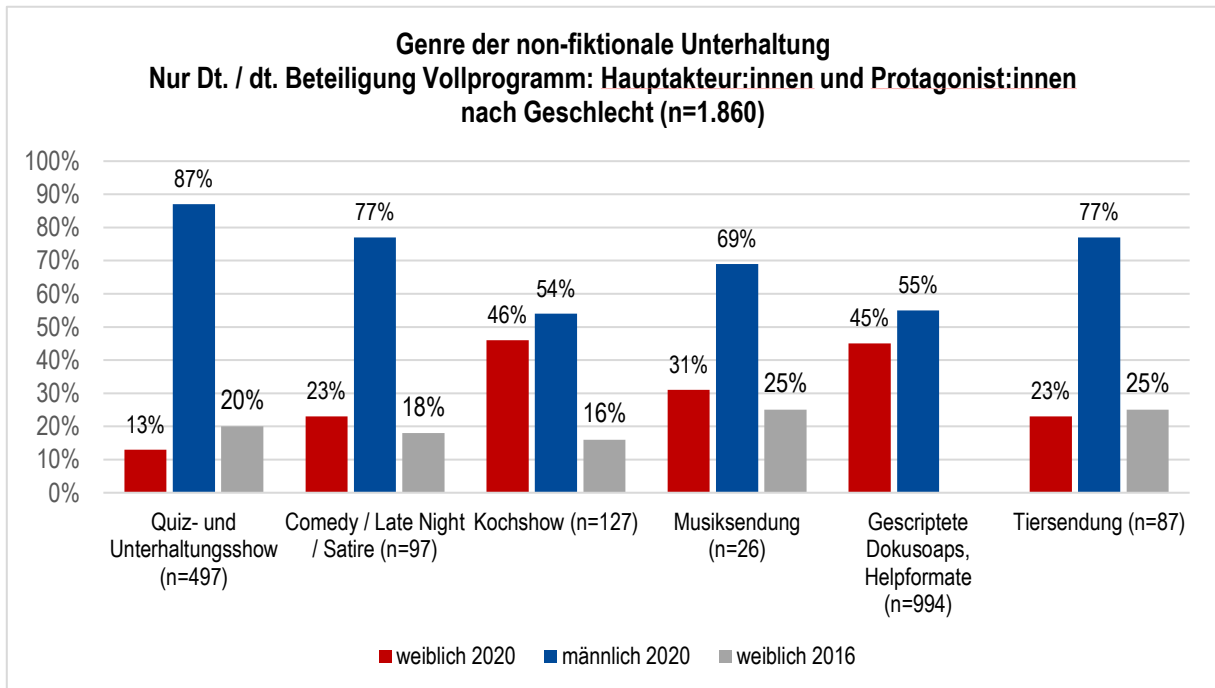
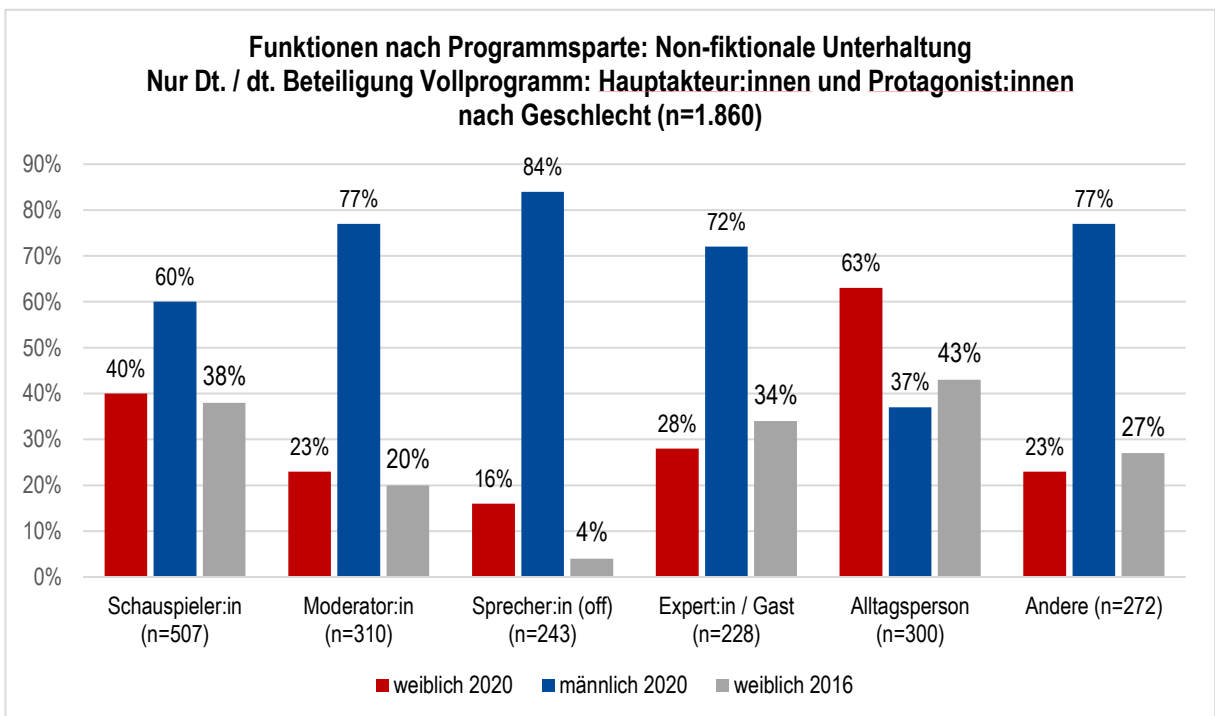


Abbildung 15: Non-fiktionale Unterhaltung nach Funktion



DIVERSITÄTSDIMENSIONEN MIGRATIONSHINTERGRUND UND ETHNIE

Eine der zentralen Fragen der Studie des Jahres 2020 war, inwieweit das deutsche Fernsehen auch die deutsche Gesellschaft abbildet.

Hierzu wurde untersucht, wie sichtbar die Vielfalt der Gesellschaft auf den Bildschirmen ist. Zunächst wird hier auf die Ergebnisse in Bezug auf den potenziellen Migrationshintergrund der Figuren und der ethnischen Herkunft eingegangen. Zur Erinnerung: sowohl Migrationshintergrund, als auch ethnische Herkunft wurden extern von den Codierer:innen zugeschrieben. Das bedeutet unsere Ergebnisse sind Fremdzuschreibungen und nur Annäherungen an die Wirklichkeit.

Das Statistische Bundesamt weist einen Migrationshintergrund von 26% in der Bevölkerung aus (Statistisches Bundesamt). Im Fernsehen des Jahres 2020 können wir bei 11%

der Protagonist:innen und Hauptakteur:innen einen Migrationshintergrund zuweisen. Dies ist ein kleiner Anstieg im Vergleich zu den Ergebnissen von 2016 – dort waren es 8%.

In Bezug auf die Zuschreibung der ethnischen Herkunft der Personen, die wir auf den Bildschirmen sehen, haben wir, wie oben beschrieben, in „Schwarz/PoC“ und „weiß“ unterschieden. „Schwarz/PoC“ steht für Personen, die aufgrund ihres Aussehens und Phänotyps sehr wahrscheinlich Rassismus-, Ausgrenzungs- oder Othering-Erfahrungen gemacht haben (Thiele 2019). Aus sehr wichtigen historischen Gründen wird ethnische Herkunft in Deutschland und in den wenigsten europäischen Ländern erfasst und somit gibt es keine offiziellen Statistiken, wer „Schwarz/PoC“ ist. Gleichzeitig lässt sich eine Zahl ableiten, wenn wir die Länder, aus denen die Personen nach Deutschland eingewandert sind, betrachten. Damit können wir den Anteil von „Schwarz/PoC“ Personen in Deutschland schätzen. Dieser beträgt um die 10% und umfasst alle Personen, die aus Afrika, der Türkei, Asien inkl. Naher Osten nach Deutschland gekommen sind

Abbildung 16: Migrationshintergrund und ethnische Herkunft nach Genre



und sehr wahrscheinlich als „Schwarz/PoC“ wahrgenommen werden.

Im deutschen Fernsehen sehen wir einen Anteil von 5%, den wir als „Schwarz/PoC“ codieren konnten. Damit werden diese Personen nur zur Hälfte sichtbar. Genauso wie Personen mit Migrationshintergrund nur zur Hälfte vorkommen.

Betrachten wir Migrationshintergrund und die Zuschreibung ethnischer Herkunft nach Programmsparten und Genres, so sehen wir mit 15% die größte Vielfalt in den fiktionalen Programmen. Die meisten Personen mit Migrationshintergrund werden in Serien mit 20% sichtbar. Dort sind auch mit 9% fast annähernd so viele „Schwarz/PoC“ Personen sichtbar, wie in der Bevölkerung vorhanden (Statistisches Bundesamt 04.10.2019).

In der Information sehen wir die größte Vielfalt in Talkshows und Sportsendungen mit jeweils 15% erkennbaren Migrationshintergrund und 7-8% „Schwarz/PoC“. Unterdurchschnittliche wenige Personen mit Migrationshintergrund oder „Schwarz/PoC“ sehen wir in Late-Night/Comedy Sendungen (2% Migrationshintergrund & 1% „Schwarz/PoC“) und Kochshows (5% Migrationshintergrund & 2% „Schwarz/PoC“).

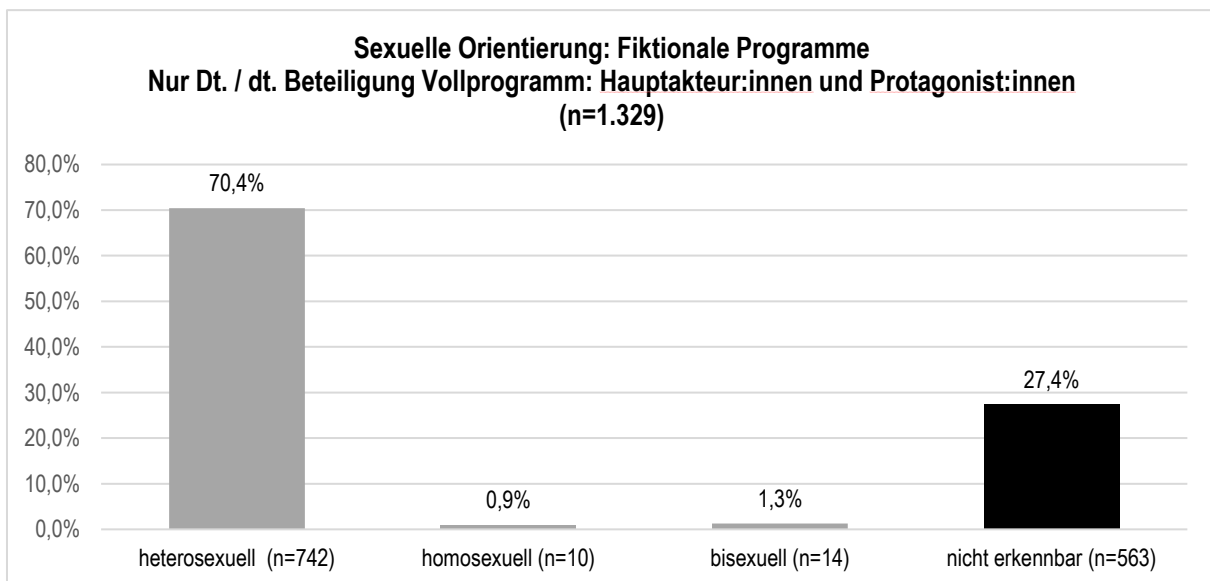
DIVERSITÄTSDIMENSION: SEXUELLE ORIENTIERUNG, RELIGION UND BEHINDERUNG

Die Frage nach der Sichtbarkeit von Vielfalt stellt sich auch in Bezug auf die Sichtbarkeit von LGBTQ-Personen. Dazu

für alle dort auftretenden Protagonist:innen die sexuelle Orientierung offen codiert. Wenn die nicht thematisiert wurde, dann erfolgte eine „nicht erkennbar“-Zuordnung. Dies betrifft 27% der Fälle. Insgesamt sind 24 Protagonist:innen entweder homosexuell (n=10; lesbisch oder schwul) oder bisexuell (n=14). Die Zahl entspricht 2% aller fiktionalen Figuren. Bezieht man dies nur auf Figuren, deren sexuelle Orientierung erkennbar ist, dann sind es 3%. Damit werden Personen mit einer nicht-heterosexuellen Orientierung deutlich seltener als Protagonist:innen sichtbar, als diese laut einer neusten international vergleichenden Studie mit 11 % (IPSOS 2021) der deutschen Bevölkerung vorkommen. Wichtig ist hier festzuhalten, dass diese Daten sich nicht auf Nebenfiguren beziehen. Das heißt zum Beispiel, dass die lesbische beste Freundin des männlichen Protagonisten damit nicht erfasst wird.

Zur Vielfalt gehört auch die Sichtbarkeit von Behinderung und Erkrankung. Diese wurden ebenfalls codiert und die Form der Behinderung und der Erkrankung offen erfasst. Es zeigt sich auch hier, dass Protagonist:innen und Hauptakteur:innen im Fernsehen nur zu 0,4 % bzw. 90 Figuren sichtbar eine als schwer zu klassifizierende Behinderung haben. Etwas weniger als ein Drittel der codierten Figuren trägt eine Brille (29%) und bei ca. 1% der Figuren konnte eine Krankheit codiert werden. Zum Vergleich: laut dem Statistischen Bundesamt (Statistisches Bundesamt 12.08.2019) sind 9,5% der Bevölkerung schwer behindert. Davon sind ca. zwei Drittel über 65 Jahre und ca. ein Drittel unter 65 Jahren und davon leben zwei Drittel mit einer sichtbaren schweren Behinderung (z.B. Rollstuhlfahrende, Prothesenträger:innen usw.). Zu den unsichtbaren schweren Behinderungen zählen

Abbildung 17 : Sexuelle Orientierung nur fiktionale Programme



haben wir die fiktionalen Programme genauer untersucht und

beispielsweise Krebserkrankungen oder psychische Erkrankungen. Da im Fernsehen insgesamt jüngere Personen gezeigt werden, gehen wir davon aus, dass der Vergleichswert bei 5-6% sichtbarer schwerer Behinderung liegen müsste.

Ein weiterer Aspekt, der codiert wurde, ist die Frage nach der Sichtbarkeit oder Thematisierung von Religion. Insgesamt wird Religion in 1,7% bzw. 417 Fällen sichtbar oder thematisiert. Dies ist in etwa über alle Programmsparten gleich verteilt. Im Ganzen überwiegt die Thematisierung des Christentums mit 72% der Fälle (inkl. Griechisch/Russisch Orthodox). Der Islam wird in 14% der Fälle sichtbar und das Judentum zu 11%. Die restlichen Inhalte verteilen sich auf verschiedene andere Religionen wie Buddhismus oder Hinduismus.

5. ZUSAMMENFASSUNG

Fassen wir die Ergebnisse zusammen, so bildet unser Fernsehprogramm bisher noch nicht die Vielfalt der in Deutschland lebenden Personen ab. Es wird eine überwiegend weiße und männliche Welt gezeigt. Aber: in einzelnen Bereichen und Funktionen sind Fortschritte in Bezug auf Vielfalt zu verzeichnen.

So sind in den erfundenen, also fiktionalen Geschichten des Fernsehens annähernd gleich viele Frauen und Männer zu sehen. Auch der Anteil an Protagonist:innen mit Migrationshintergrund und „Schwarz/PoC“ ist hier am höchsten. Vor allem in den neueren Produktionen, die 2020 produziert und/oder uraufgeführt wurden, sehen wir diese positive Entwicklung zu mehr Geschlechterparität und Vielfalt.

Betrachten wir die journalistischen Funktionen, dann ist auch hier ein Fortschritt zu verzeichnen: die Moderation ist fast paritätisch besetzt und bei den eingblendeten Journalist:innen und Reporter:innen ist eine deutliche Steigerung zu sehen.

Trotzdem gibt es noch „große Baustellen“ in Bezug auf die Geschlechtergerechtigkeit. So dominieren Männer die non-fiktionale Unterhaltung. Vor allem die sehr häufig gesendeten Quizshows werden überwiegend von Männern (87%) moderiert. Nach wie vor ist hier der Altersgap auch am größten. Eine andere Zuständigkeit liegt im Bereich der befragten Expertinnen in Informationsformaten. Hier dominieren die Männer – auch in Bereichen, in denen überwiegend Frauen arbeiten und von der Hierarchie her als Expertinnen formal zur Verfügung stünden. Das gleiche gilt für eingblendete Alltagspersonen. Hier überwiegen die Männer, wobei nicht die fehlende berufliche Qualifikation oder fehlende Leitungsfunktion bei Frauen als Erklärung gelten kann.

Im Hinblick auf die weiteren Diversitätsdimensionen bildet unser Fernsehen die Gesellschaft nicht so vielfältig ab, wie sie ist. So sehen wir so gut wie keine Personen mit Behinderung. Auch verschiedene sexuelle Orientierungen sind so gut wie unsichtbar. Wir sehen nur halb so häufig Personen mit einem zugeschriebenen Migrationshintergrund oder einer nicht „weißen“ ethnischen Zuschreibung, wie in der Bevölkerung verteilt. Zudem sehen wir innerhalb der Gruppe der Frauen einen geringfügig höheren Anteil an Migrationshintergrund und „Schwarz/PoC“ im Vergleich zu den Männern. Fassen wir die Ergebnisse überspitzt zusammen, so dominiert der mittelalte, weiße, heterosexuelle und nichtbehinderte Mann unser Fernsehen und prägt dessen Bild.

6. LITERATURVERZEICHNIS

- AGF (2021): TV-Daten. <https://www.agf.de/daten/tv-daten> (zuletzt aufgerufen am 16.09.2021).
- Aikins, Joshua K. et al. (2020): Wer nicht gezählt wird, zählt nicht. Empirische Forschung zu Schwarzen Menschen in Deutschland. In: WZB Mitteilungen, Heft 169 September.
- Annenberg Inclusion Initiative (2020): Inequality in 1,300 Popular Films: Inequality in 1,300 Popular Films:: Examining Portrayals of Gender, Race/Ethnicity, LGBTQ & Disability from 2007 to 2019. Los Angeles, CA. http://assets.uscannenberg.org/docs/aai-inequality_1300_popular_films_09-08-2020.pdf (zuletzt aufgerufen am 18.3.2021).
- Bundesärztekammer (26.03.2021): Gesamtzahl der Ärzte. <https://www.bundesaerztekammer.de/ueberuns/aerztestatistik/gesamtzahl-der-aerzte/> (zuletzt aufgerufen am 16.09.2021).
- Eder, Jens (2013): Die Figur im Film. Grundlagen der Figurenanalyse. Marburg.
- FFA Filmförderungsanstalt (21.03.2021): Programmkinos in der Bundesrepublik Deutschland und das Publikum von Arthouse-Filmen im Jahr 2019. Berlin. <https://www.ffa.de/programmkinos-in-der-bundesrepublik-deutschland-und-das-publikum-von-arthouse-filmen-im-jahr-2019.html> (zuletzt aufgerufen am 21.03.2021).
- Geena Davis Institute on Gender in Media: See Jane 100: Gender and Race Representations in the Top Family Films of 2017. <https://seejane.org/wp-content/uploads/see-jane-100-report-2017.pdf> (zuletzt aufgerufen am 26.03.2021).
- Geena Davis Institute on Gender in Media (28.5.2020): See Jane 2020 TV Report. 2020 TV: Historic Screen Time & Speaking time for Female Characters vom 28.5.
- Geena Davis Institute on Gender in Media (2021): Representations of black women in hollywood. <https://seejane.org/wp-content/uploads/rep-of-black-women-in-hollywood-report.pdf> (zuletzt aufgerufen am 19.03.2021).
- Götz, Maya et al. (2018): Whose story is being told? Results of an analysis of children's TV in 8 Countries. In: *TeleviZion*, 31 (2018), S. 61-65.

- Helene Weber Kolleg (2021): Frauen Macht Politik. <https://www.frauen-macht-politik.de/paritaetinderpolitik/> (zuletzt aufgerufen am 30.9.2021)
- IPSOS (2021): LGBT+ Pride 2021 Global Survey. <https://www.ipsos.com/en/lgbt-pride-2021-global-survey-points-generation-gap-around-gender-identity-and-sexual-attraction> (zuletzt aufgerufen am 30.09.2021).
- Jürgens, Pascal/Meltzer, Christine, E./Scharnow, Michael (preprint): Age and Gender Representation on German TV:A Longitudinal Computational Analysis. <https://osf.io/ykt5h> (zuletzt aufgerufen am 18.03.2021).
- Küchenhoff, Erich/Boßmann, Wilhelm (Hg.) (1975): Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen. Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz.
- Kupferschmitt, Thomas/Müller, Thorsten (2021): ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2021: Mediennutzung im Intermediavergleich. In: Media Perspektiven, 7-8, S. 370-395.
- Lauzen, Martha M. (2021): The Celluloid Ceiling Report: Behind-the-Scenes Employment of Women on the Top U.S. Films of 2020. San Diego, CA. https://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2021/01/2020_Celluloid_Ceiling_Report.pdf (zuletzt aufgerufen am 19.03.2021).
- Linke, Christine/Stüwe, Julia/Eisenbeis, Sarah (2017): Überwiegend unnatürlich, sexualisiert und realitätsfern. Eine Studie zu animierten Körpern im deutschen Kinderfernsehen. In: *TelevIZion*, 30. Jg., H. 2, S. 14-17.
- Lünenborg, Margreth et al. (2012): Geschlecht und Ethnizität in audiovisuellen Medien. Methodologische und methodische Herausforderungen intersektionaler Medieninhaltsanalyse. In: Maier, Tanja/Thiele, Martina/Linke, Christine (Hg.): *Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in Bewegung*. Forschungsperspektiven der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung. Bielefeld, S. 99-114.
- Mikos, Lothar (2008): *Film- und Fernsehanalyse*. Konstanz.
- Prommer, Elizabeth/Linke, Christine (2017): *Audiovisuelle Diversität? Geschlechterdarstellungen in Film und Fernsehen in Deutschland*. Rostock. https://www.imf.uni-rostock.de/fileadmin/uni-rostock/Alle_PHF/IMF/Forschung/Medienforschung/Audiovisuelle_Diversitaet/Broschuere_din_a4_audiovisuelle_Diversitaet_v06072017_V3.pdf (zuletzt aufgerufen am 05.08.2018).
- Prommer, Elizabeth/Linke, Christine (2019): *Ausgeblendet. Frauen im deutschen Film und Fernsehen*. Köln.
- Prommer, Elizabeth/Linke, Christine/Stüwe, Julia (2017): *Is the Future Equal? Geschlechterrepräsentationen im Kinderfernsehen*. In: *TelevIZion*, 30. Jg., H. 2, S. 4-10.
- Prommer, Elizabeth/Stüwe, Julia (Mai 2020): *Wer wird gefragt? Geschlechterverteilung in der Corona-Berichterstattung im Fernsehen*. Im Auftrag der MaLisa Stiftung. https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/Studie_MaLisa_Geschlechterverteilung_in_der_Corona_Berichterstattung.pdf (zuletzt aufgerufen am 13.12.2020).
- Sink, Alexander/Mastro, Dana (2017): *Depictions of gender on primetime television: A quantitative content analysis*. In: *Mass Communication and Society*, 20/1, S. 3-22.
- Smith, Stacy L. et al. (2018): *Inequality in 1,100 Popular Films. Examining Portrayals of Gender, Race/Ethnicity, LGBT & Disability from 2007 to 2017*. Los Angeles, CA. <http://assets.uscannenberg.org/docs/inequality-in-1100-popular-films.pdf> (zuletzt aufgerufen am 05.08.2018).
- Smith, Stacy L./Choueiti, Marc/Pieper, Katherine M. (2020): *Inequality in 1,300 Popular Films: Examining Portrayals of Gender, Race/Ethnicity, LGBTQ & Disability from 2007 to 2019*. Los Angeles, CA. http://assets.uscannenberg.org/docs/aii-inequality_1300_popular_films_09-08-2020.pdf (zuletzt aufgerufen am 25.03.2021).
- Statistisches Bundesamt (12.08.2019): *Behinderte Menschen*. https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Gesundheit/Behinderte-Menschen/_inhalt.html (zuletzt aufgerufen am 16.09.2021).
- Statistisches Bundesamt (04.10.2019): *Bevölkerung mit Migrationshintergrund & Ausländer in Deutschland*. https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/_inhalt.html (zuletzt aufgerufen am 16.09.2021).
- Thiele, Martina (2019): *Intersektionalität und Kommunikationsforschung: Impulse für kritische Medienanalysen*. In: Thomas, Tanja/Wischermann, Ulla (Hg.): *Feministische Theorie und Kritische Medienkulturanalyse. Ausgangspunkte und Perspektiven*. Bielefeld, S. 163-177.
- Weiß, H.-J./Beier, A./Wagner, M. (2015): *Konzeption, Methode und Basisdaten der ALM-Studie 2013/2014*. In: *Die Medienanstalten - ALM (Hg.): Programmbericht Fernsehen in Deutschland 2014*. Leipzig, S. 221-273.