

**Ergebnisbericht zur Studie**

# **„Die Darstellung von Berufen im Fernsehen und ihre Auswirkungen auf die Berufswahl“**

**durchgeführt von**



Institut für Medien- und Kompetenzforschung

für das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) der Bundesagentur für Arbeit

MMB Institut für Medien- und Kompetenzforschung

Inhaber und Geschäftsführer: Dr. Lutz P. Michel

Folkwangstraße 1, D 45128 Essen; Tel. 0201 72027-0; mail: [info@mmb-institut.de](mailto:info@mmb-institut.de)

(Büro Berlin: Chausseestraße 8E, D 10115 Berlin)

Durchführung der Studie:

Dr. Bastian Pelka (Projektleiter)

Dr. Lutz P. Michel (Projektsupervision)

Das 1996 in Essen gegründete private Forschungsinstitut MMB erarbeitet auf Basis empirischer Studien Handlungsempfehlungen für Entscheider in Politik und Wirtschaft. Schwerpunktthemen sind Berufs- und Arbeitsmarktforschung, Medien und Bildung.

## Die Darstellung von Berufen im Fernsehen und ihre Auswirkungen auf die Berufswahl

### Ergebnisband

Befunde - Kurzüberblick.....	3
1 Wie werden Berufe im Fernsehen dargestellt?.....	5
2 Die Darstellung von Berufen im Vorabendprogramm .....	6
3 Die Darstellung von Berufen in Daily Soaps .....	10
3.1 Welche Berufe werden angesprochen oder gezeigt? .....	10
3.2 Wie werden Berufe angesprochen oder gezeigt? .....	17
3.3 Welche Aspekte von Beruflichkeit werden angesprochen? .....	24
3.4 Wie sieht eine typische Berufsszene aus? .....	25
3.5 Welche Unterschiede existieren zwischen den Soaps?.....	27
3.6 Welche Informationen über Berufe werden vermittelt?.....	29
4. Fazit – Die TV-Wirklichkeit der Berufswelt .....	30
5. Hinweise zur Umsetzung für Berufsberater .....	32

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Berufe im Vorabendprogramm nach Sendungsformen.....	6
Abbildung 2: Berufe im Vorabendprogramm nach Branchen.....	8
Abbildung 3: Dienstleistungsberufe im Vorabendprogramm nach Tätigkeitsbeschreibungen.....	9
Abbildung 4: Berufe in Daily Soaps nach Branchen .....	10
Abbildung 5: Dienstleistungsberufe in Soaps nach Tätigkeitsbeschreibungen...	11
Abbildung 6: Berufe in Soaps nach Gruppen.....	13
Abbildung 7: Berufe im Vorabendprogramm nach Gruppen.....	15
Abbildung 8: Bewertung von Berufen in Soaps durch Inhaltsanalyse-Codierer ..	19
Abbildung 9: Bewertung von Berufen in Soaps, detailliert.....	20
Abbildung 10: Bewertung von Berufen im Vorabendprogramm, detailliert .....	21
Abbildung 11: Visualisierung von Berufen in Soaps .....	26
Abbildung 12: Dienstleistungsberufe in Marienhof und GZSZ im Vergleich.....	28

## Befunde - Kurzüberblick

Die folgenden Ergebnisse basieren auf der Analyse von zwei Sendungswochen. Aufgezeichnet wurden an zehn Werktagen die Vorabendprogramme (17.20 bis 20.15 Uhr) der Sender ARD, ZDF, Sat1 und RTL. Dies ergibt 117 Stunden Filmmaterial. Die hier ausgewerteten Sendewochen beinhalten 480 Sendeminuten der detailliert untersuchten Daily Soaps „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (GZSZ) (RTL) und „Marienhof“ (MH) (ARD). Einige Ergebnisse müssen auf Grund einer zu schmalen Datenbasis als vorläufig und lediglich als Anhaltspunkte für grobe Trends verstanden werden. Folgende Trends sehen wir als gesicherte Ergebnisse dieser Studie an:

- Soaps erreichen täglich 870.000 Zuschauer in der Altersgruppe der 14-19jährigen.
- Das Fernsehen thematisiert Berufe hauptsächlich in Unterhaltungsformaten.
- In zwei Untersuchungswochen wurden im Vorabendprogramm (17.20 bis 20.15 Uhr) der vier Hauptsender in 1560 Szenen 1767 mal Berufe thematisiert.
- In den beiden Testwochen thematisierten Soaps in 189 Szenen 213 mal Berufe. Das sind 5,3 Berufe pro ausgestrahlter Soap. Oder: Soaps thematisieren im Schnitt alle 4,5 Minuten einen Beruf.
- Zu 65,3 Prozent findet die Thematisierung von Berufen nur durch zeigende Darstellung ohne explizite Ansprache statt.
- Eine kontroverse Diskussion von beruflichen Themen findet kaum statt.
- Die dargestellten Berufe sind zu fast 90 Prozent Dienstleistungsberufe. Damit wird diese Branche in Soaps im Verhältnis zur Berufsrealität in Deutschland deutlich überrepräsentiert.
- Die meist genannten Dienstleistungsberufsgruppen in Soaps sind im Testzeitraum: Werber/Designer/Künstler, Kellner und Berufe im Zusammenhang mit der Erzeugung und dem Verkauf von Nahrungsmitteln. Die neun genannten Gruppen machen allein 79,3 Prozent der thematisierten Berufe aus. Soaps weisen eine höhere Konzentration auf wenige Berufe auf als das gesamte Vorabendprogramm.
- Gute Zeiten schlechte Zeiten (RTL) thematisiert sehr häufig journalistische und künstlerische Berufe, Marienhof (ARD) Gesundheitsdienstberufe, Sozial- und Erziehungsberufe und geisteswissenschaftliche Berufe. Das Vorabendprogramm thematisiert häufiger Ordnungs- und Sicherheitsberufe.
- Befund: Soaps manifestieren das abstrakte Thema Beruflichkeit personengebunden und an Hand konkreter Beispiele.

### **Thesen**

- Wenn Jugendliche im Fernsehen Berufe wahrnehmen, findet dies hauptsächlich über Daily Soaps statt.
- Die reine Darstellung von Berufen ohne Diskussion führt zu einem oberflächlichen Bild, das ausschließlich an sichtbaren Merkmalen verankert ist.
- Soaps konzentrieren sich auf wenige bevorzugte Berufe und zeigen eine geringere Berufsvielfalt auf als das sonstige Vorabendprogramm.
- Soap-Konsumenten wird eine verzerrte Sicht der Berufsrealität präsentiert, die sich auf Dienstleistung in kreativen und selbstständig ausgeübten Berufen mit freier Anstellung konzentriert.

## 1 Wie werden Berufe im Fernsehen dargestellt?

Um zu einer Analyse der im Fernsehprogramm gezeigten Berufe zu gelangen, wurden mittels Inhaltsanalyse in einer Sendewoche (fünf Werktagen) der vier Sender ARD, ZDF, RTL und Sat1 in der Zeit von 17.20 bis 20.15 Uhr alle Szenen mit Berufsbezug identifiziert. Unter *Beruf* verstehen wir dabei sehr weitgefasst jede Form von regelmäßigem Gelderwerb, somit auch Schüler- und Studentenjobs. Als *Berufsbezug* bezeichnen wir alle gezeigten oder explizit angesprochenen Phasen der Beruflichkeit, die bei der Berufssuche beginnt, die eigentliche Berufsausübung einbezieht und Berufsende sowie Rückblick auf den Beruf mit erhebt. Unter einer Daily Soap<sup>1</sup> – auch Seifenoper, Soap Opera oder einfach Soap – verstehen wir alle werktäglich fortgesetzten Endlosserie mit mehreren ineinander greifenden Handlungssträngen (Götz 2002: 13).

Grundsätzlich ist die Thematisierung von Berufen im Fernsehprogramm auf zwei Wegen möglich: *Gezeigt* (ausschließlich visuelle Darstellung) oder *angesprochen* (verbale Thematisierung). Wenn wir im Folgenden von *Thematisierung* sprechen, sind beide Formen gemeint. Schwierig gestaltete sich die Definition der Szenen, in denen Berufe angesprochen wurden, da die Ansprache oft auch indirekt erfolgt. Hier wurde mit einem weiten Raster gearbeitet, das auch indirekte, jedoch nur eindeutige Bezugnahmen auf Phasen der Beruflichkeit erfasste.

Alle Berufsthematisierungen wurden mit der sozialwissenschaftlichen Methode der Inhaltsanalyse untersucht (vgl. Dokumentationsband). Immer wenn eine der Berufsphasen oder deren eindeutige Berufsmerkmale wie Arbeitsorte, Arbeitsbekleidung oder Arbeitsgeräte im Bild zu sehen waren, wurde die entsprechende Szene durch die Inhaltsanalyse ausgewertet. In der Inhaltsanalyse wurden somit alle Szenen betrachtet, in denen Berufe – regelmäßiger Gelderwerb – thematisiert, das heißt entweder eindeutig gezeigt oder besprochen wurden. In einer Woche fanden sich insgesamt 1560 solcher Szenen. Sie thematisierten 1767 mal Berufe.<sup>2</sup> 189 Szenen in Soaps thematisierten 213 Berufe. In den beiden detailliert untersuchten Soaps „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (RTL) und „Marienhof“ (ARD) fanden wir 105 Berufsszenen.

---

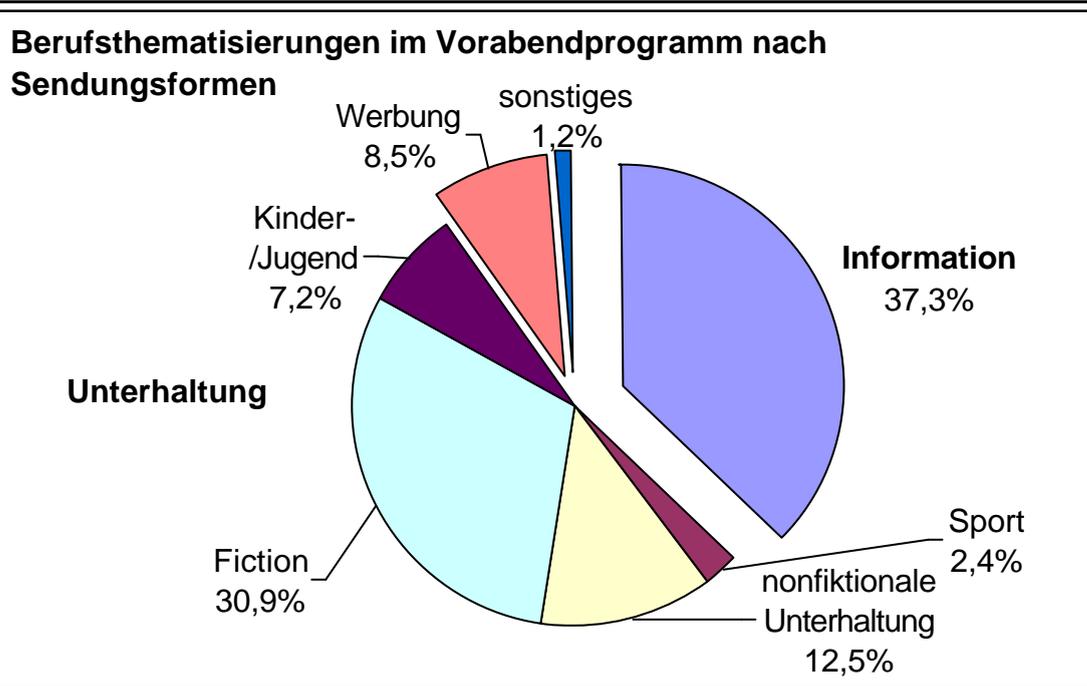
<sup>1</sup> Der Begriff stammt aus den frühen 20er Jahren, als in den USA im Radio vornehmlich von Seifenherstellern gesponserte Fortsetzungsgeschichten gesendet wurden. Diese eroberten in den 50ern das Fernsehen und 1992 mit „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ das deutsche Fernsehen.

<sup>2</sup> Bedingt durch die Verwendung dieses breiten Rasters trat der Beruf „Moderator“ sehr häufig auf, weil jede Szene, in der ein Moderator zum Beispiel einen Magazinbeitrag anmoderierte, einzeln von der Inhaltsanalyse erfasst wurde. Insgesamt traten so 2957 Fälle auf, von denen nach Abzug der Moderatoren 1560 Szenen mit „Nicht-Moderatoren-Berufen“ übrig blieben.

## 2 Die Darstellung von Berufen im Vorabendprogramm

Ausgangshypothese dieser Studie war die Annahme, in Seifenopern kumuliere sich eine hohe Reichweite unter jugendlichen Fernsehzuschauern mit einer häufigen Thematisierung von berufsbezogenen Inhalten, weil Soaps besonders Alltagsthemen von Jugendlichen thematisieren. Diese These wird durch eine Auszählung der vorgefundenen Berufsthematisierungen im Vorabendprogramm bestätigt: 19,0 Prozent der 1560 Berufsszenen werden in Nachrichtensendungen gesendet, darauf folgen mit 16,5 Prozent Magazinsendungen aus der Sparte „Information“ und schon an dritter Stelle Soaps mit 12,1 Prozent. Auch „sonstige fiktionale Fernsehserien“ (10,1 %) zeigen oder diskutieren häufig Berufe. Stellen wir die Segmente „Information“ und „Unterhaltung“ gegenüber, so vermitteln Informationsformate nur 37,3 Prozent der Berufsthematisierungen. Berufe werden im Fernsehprogramm also hauptsächlich in Unterhaltungsformaten thematisiert.

**Abbildung 1: Berufe im Vorabendprogramm nach Sendungsformen**



Quelle: MMB, *Die Darstellung von Berufen im Fernsehen und ihre Auswirkung auf die Berufswahl* (2003)

Basis: Vorabendprogramm (17.20 bis 20.15 Uhr) der Sender ARD, ZDF, RTL und Sat1, zwei Wochen

- **Befund: Berufe werden im Fernsehprogramm hauptsächlich in Unterhaltungsformaten thematisiert.**

Eine Gewichtung nach Sendezeit senkt die Bedeutung von Soaps zwar etwas, da die 12,1 Prozent der Thematisierungen in 13,9 Prozent<sup>3</sup> der Sendezeit erzielt werden. Soaps thematisieren Beruflichkeit also etwas seltener als andere Sendungen. Auf Grund der wesentlich höheren Reichweite<sup>4</sup> von Soaps unter Jugendlichen, die die der anderen Formate deutlich übersteigt, kann geschlossen werden, dass Jugendliche die meisten der TV-vermittelten Berufsthematisierungen durch Soaps rezipieren.

- **Befund: Die meisten Thematisierungen von Beruflichkeit rezipieren Jugendliche über Soaps. Es folgen sonstige fiktionale Formate.**

Welche Berufe sind es nun, die im Vorabendprogramm und speziell in Soaps thematisiert werden? Bei der Systematisierung der Berufe wurde auf die Datenbank für Ausbildungs- und Tätigkeitsbeschreibungen der Bundesanstalt für Arbeit zurückgegriffen.<sup>5</sup> Diese unterscheidet zunächst fünf *Branchen* („Dienstleistungsberufe“, „Fertigungsberufe“, „Pflanzenbauer, Tierzüchter, Fischereiberufe“, „Bergleute, Mineralgewinner“ und „technische Berufe“), die auf weiteren Ebenen feiner untergliedert werden. Für diese Studie wird die zweite Gliederungsebene verwendet, die 29 verschiedene *Tätigkeitsbeschreibungen* unterscheidet.

Bei der Auswertung der thematisierten Berufe nach deren Branchen fällt eine starke Überrepräsentation der Dienstleistungsberufe im Fernsehen im Vergleich zur Beschäftigungsrealität in Deutschland auf. Während rund 65,5 Prozent der arbeitstätigen Deutschen in Dienstleistungsberufen beschäftigt sind, gehören 91,6 Prozent aller im Vorabendprogramm und 88,7 Prozent aller in Soaps thematisierten Berufe in diese Branche. Dienstleistungsberufe sind also nicht nur stark überrepräsentiert, die anderen Branchen finden im Umkehrschluss auch nur selten Beachtung.

---

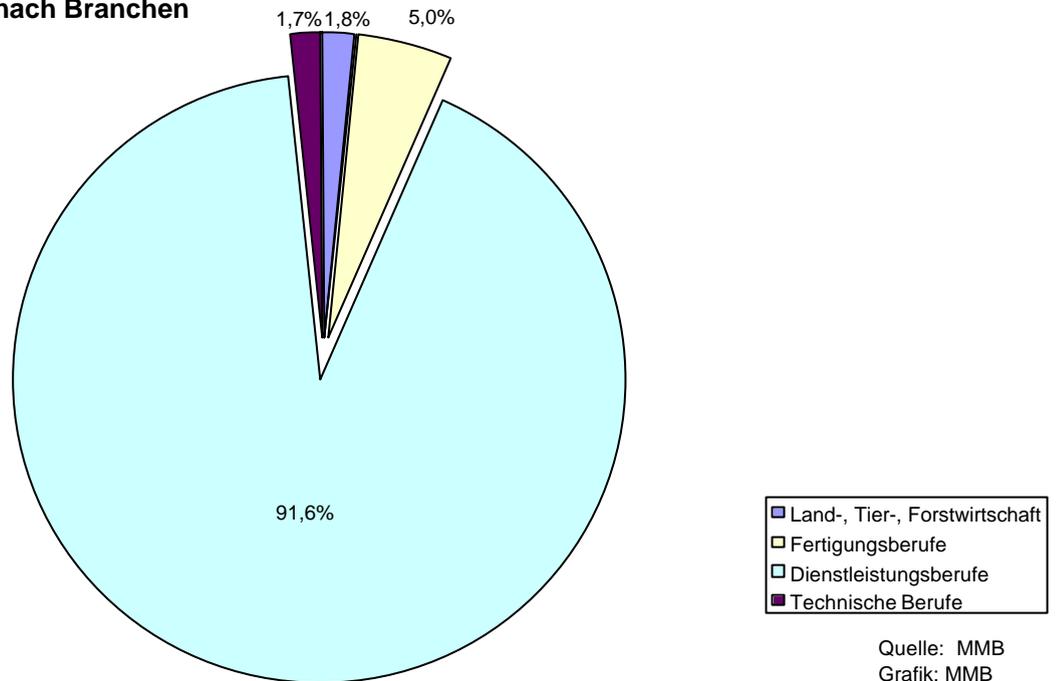
<sup>3</sup> Dies sind netto-Zeiten ohne Werbung. Die Länge der Soap-Sendungen schwankt täglich, so dass folgende netto-Sendezeiten rechnerisch verwendet wurden: 24 Minuten für „Gute Zeiten schlechte Zeiten“, „Marienhof“ und „Verbotene Liebe“ sowie 22,5 Min für „Unter Uns“.

<sup>4</sup> Unter den 50 meistgesehenen Sendungen im ersten Halbjahr 2000 nimmt die Daily Soap „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (RTL) laut einer Analyse des Bayerischen Rundfunks allein 30 Plätze ein (Vgl. Literaturexpertise „Sozialisation durch Fernsehen“ im Dokumentationsband). Die vier deutschen Seifenopern erreichen zusammen täglich 870.000 Zuschauer von 14 bis 19 Jahren. (Siehe Einschaltquoten im Dokumentationsband.)

<sup>5</sup> Vgl. [www.berufenet.de](http://www.berufenet.de).

**Abbildung 2: Berufe im Vorabendprogramm nach Branchen**

**TV-Realität der Berufe im Vorabendprogramm  
Beschäftigte nach Branchen**



Quelle: MMB, *Die Darstellung von Berufen im Fernsehen und ihre Auswirkung auf die Berufswahl* (2003)

Basis: Vorabendprogramm (17.20 bis 20.15 Uhr) der Sender ARD, ZDF, RTL und Sat1, zwei Wochen

- **Befund: Sowohl in Soaps, als auch im gesamten Vorabendprogramm sind Dienstleistungsberufe überrepräsentiert. Wenn Fernsehen Berufe thematisiert, dann Dienstleistungsberufe.**

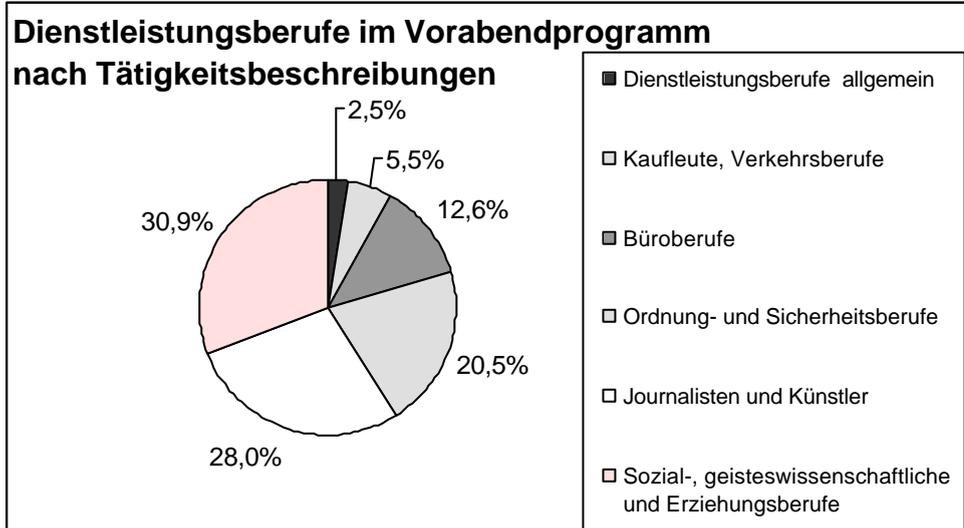
Eine These zur Begründung dieses Befunds lautet, dass sich Dienstleistungsberufe filmisch sehr viel leichter darstellen lassen als Berufe, zu deren Ausübung große Arbeitshallen, Geräte oder Freiflächen nötig sind. Da insbesondere Endlosserien auf die visuelle Darstellbarkeit des Thematisierten innerhalb der Soap-Kulissen angewiesen sind, können häufig nur solche Berufe dargestellt werden, die sich auch in den typischen Kulissen glaubhaft ausüben lassen.

Um die große Gruppe der Dienstleistungsberufe genauer zu untersuchen, wurde diese auf der zweiten Ebene der Berufssystematik ausgewertet. Dienstleistungsberufe werden darin unterschieden in die Tätigkeitsbeschreibungen:

- „Dienstleistungsberufe allgemein“
- „Warenkaufleute, Dienstleistungskaufleute, Verkehrsberufe“
- „Organisations-, Verwaltungs-, Büroberufe“
- „Ordnungs- und Sicherheitsberufe“
- „Schriftwerkschaffende, -ordnende und künstlerische Berufe“
- „Sozial- und Erziehungsberufe, anderweitig nicht genannte geistes- und naturwissenschaftliche Berufe“.

Im Vorabendprogramm werden am häufigsten die beiden letztgenannten Gruppen thematisiert, die zur Vereinfachung im Folgenden „Journalisten und Künstler“ und „Sozial-, geisteswissenschaftliche und Erziehungsberufe“ genannt werden. Sie machen allein 58,9 Prozent aller Thematisierungen aus.

**Abbildung 3: Dienstleistungsberufe im Vorabendprogramm nach Tätigkeitsbeschreibungen**



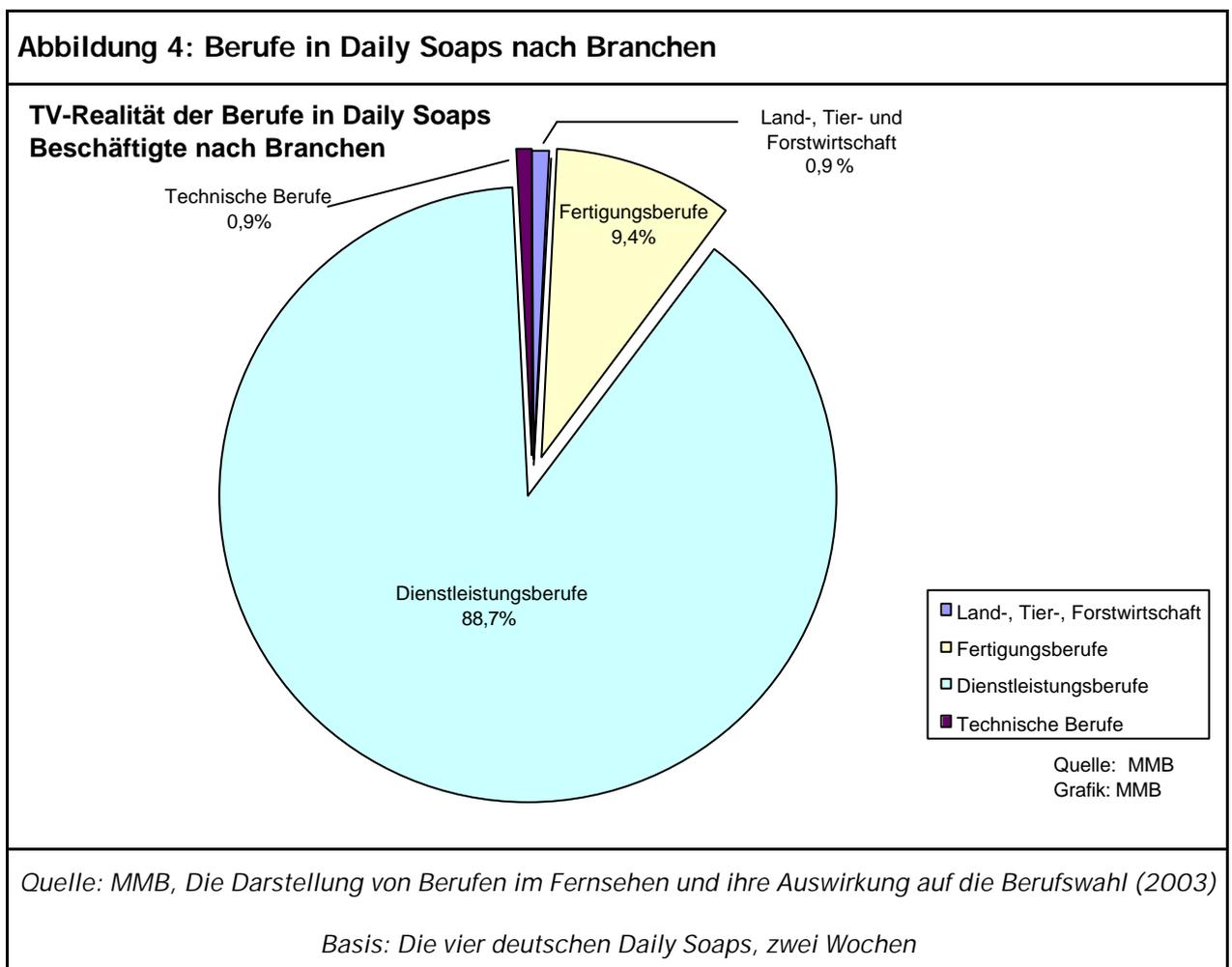
Quelle: MMB, Die Darstellung von Berufen im Fernsehen und ihre Auswirkung auf die Berufswahl (2003)

Basis: Vorabendprogramm (17.20 bis 20.15 Uhr) der Sender ARD, ZDF, RTL und Sat1, zwei Wochen

### 3 Die Darstellung von Berufen in Daily Soaps

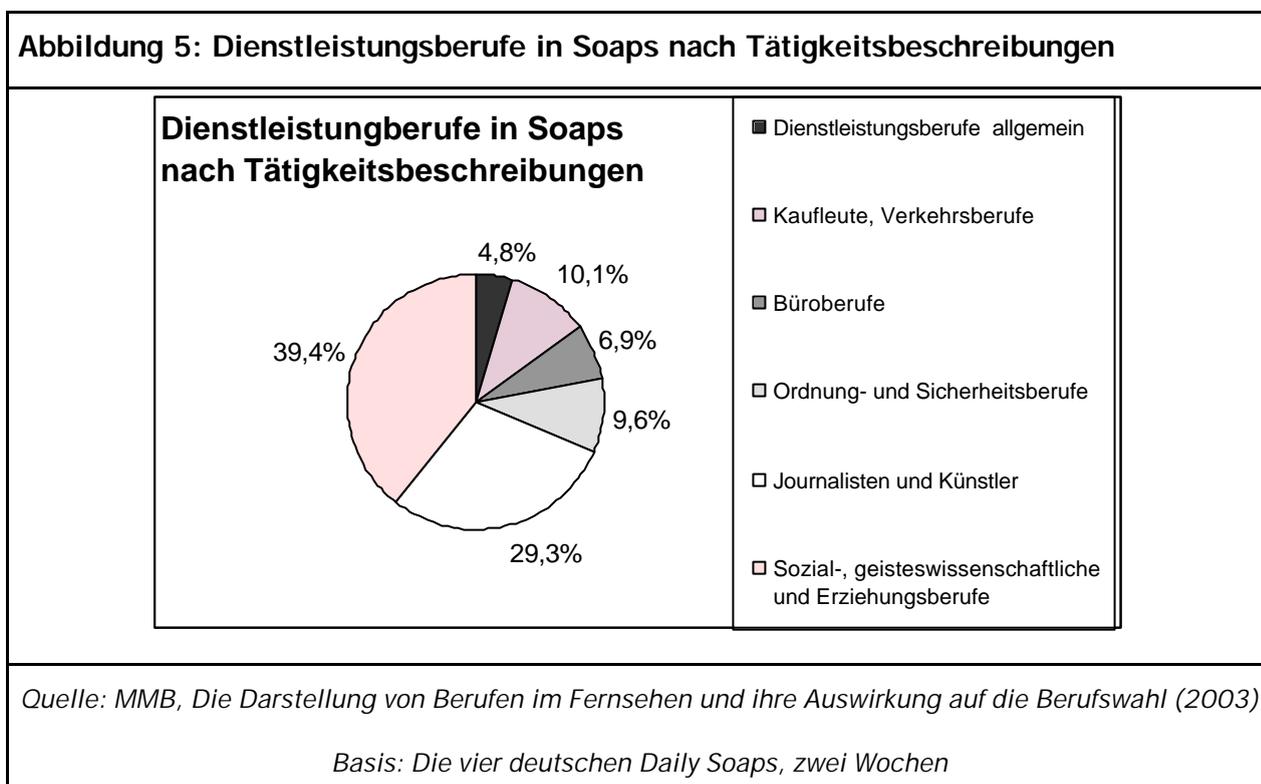
#### 3.1 Welche Berufe werden angesprochen oder gezeigt?

In Soaps gehören 88,7 Prozent aller dargestellten Berufe zur Gruppe der Dienstleistungsberufe. Damit ist diese Gruppe, der in Deutschland 65,5 Prozent aller Beschäftigten zugerechnet werden, in Seifenopern deutlich überrepräsentiert. Fertigungsberufe werden in 9,4 Prozent thematisiert, obwohl sie 25 Prozent der arbeitenden Deutschen beschäftigen. Technische Berufe und Berufe der Gruppe Gruppen „Pflanzenbauer, Tierzüchter, Fischereiberufe“ kommen in Soaps nur zu 0,9 Prozent vor, „Bergleute, Mineralgewinner“ werden nicht thematisiert.



Die thematisierten Dienstleistungsberufe wurden auch für Soaps feiner untersucht: Am stärksten repräsentiert ist dabei mit 39,4 Prozent die breite Kategorie der Tätigkeitsbeschreibung „Sozial- und Erziehungsberufe, Gesundheitsberufe, geistes- und naturwissenschaftliche Berufe und allgemeine Dienstleistungsberufe“. Es folgt - wie schon bei der Analyse des gesamten Abendprogramms - die

Kategorie „Schriftwerkschaffende, schriftwerkordnende sowie künstlerische Berufe“ („Journalisten und Künstler“) mit 29,3 Prozent. Diese beiden Tätigkeitsbeschreibungen machen also zusammen 68,7 Prozent aller Dienstleistungsberufe und auf Grund der Dominanz von Dienstleistungsberufen 60,9 Prozent aller Berufe aus, die in Soaps thematisiert werden.



- **Befund: Soaps thematisieren bevorzugt Dienstleistungsberufe (88,7 %). 60,9 Prozent aller in Soaps thematisierten Berufe gehören zu den Tätigkeitsbeschreibungen „Journalisten und Künstler“ sowie „sozial-, geisteswissenschaftliche und Erziehungsberufe“.**

Zu diesem Befund passt das Ergebnis, dass als Zugangsvoraussetzung für die thematisierten Berufe häufiger geistige und soziale Fähigkeiten (62,5 %) als körperliche (37,3 %) genannt werden.

Beim Vergleich von Vorabendprogramm und Soaps fällt auf, dass Seifenopern noch stärker zu einer Thematisierung dieser beiden Tätigkeitsbeschreibungen tendieren als andere Sendungen. Im Vorabendprogramm gehören 58,9 Prozent der thematisierten Berufe diesen Kategorien an, bei Soaps 68,7 Prozent, so dass von einem deutlichen Vorzug der Soaps gegenüber Berufen in den Kategorien „Journalisten und Künstler“ sowie „sozial-, geisteswissenschaftliche und Erziehungsberufe“ gesprochen werden kann. Während Soaps bei den Branchen (Dienstleistung, Fertigung, Technische Berufe etc.) also ungefähr gleiche Priori-

täten setzen wie andere Sendungen, bevorzugen sie innerhalb der Dienstleistungsberufe die beiden erwähnten Tätigkeitsbeschreibungen besonders stark. Diese werden daher im Folgenden genauer untersucht.

Während die Kategorisierung der thematisierten Berufe der vorgegebenen Systematik der Bundesanstalt für Arbeit folgt, wurden die Berufe zusätzlich nach von den Codierern der Inhaltsanalyse frei vergebenen Bezeichnungen erfasst. Der Unterschied beider Verfahren besteht darin, dass die Klassifikation nach einer gegebenen Systematik die Vergleichbarkeit mit bestehenden Daten erlaubt, die freie Auflistung aber vor allem das Aufspüren neuer Berufe begünstigt. Entsprechend wurde bei der freien Vergabe von Berufsbezeichnungen durch die Codierer eine sehr viel größere Vielfalt entdeckt; dies auch, weil unter Umständen gleiche Berufe unterschiedlich benannt wurden. Dieses Verfahren förderte eine große Zahl von Berufen zu Tage - im Umfeld einer Werbeagentur zum Beispiel „Agenturmitarbeiter“, „Werbemitarbeiter“, „Werbedesigner“, „Grafiker“ und „Designer“. Diese Berufe aggregieren sich in neun Gruppen<sup>6</sup>, die zusammen 79,3 Prozent der thematisierten Berufe ausmachen.

---

<sup>6</sup> Bei der Zusammenfassung der von den Codierern vergebenen Klarnamen als Berufsbezeichnungen wurde aus Gründen der Übersichtlichkeit immer dann die männliche Form gewählt, wenn beide Geschlechtsformen auftraten.

**Abbildung 6: Berufe in Soaps nach Gruppen**

**Thematisierte Berufe in Soaps nach Gruppen**

(gezeigte und angesprochene Berufe)

<b>Werbung/Design/Kunst</b>	<b>48</b>	<b>28,4%</b>	<b>Erzieher/Bildung</b>	<b>16</b>	<b>7,5%</b>
Werbemitarbeiter	7		Kinder mädchen	8	
Künstler	6		Lehrer	8	
Agenturmitarbeiter	6				
Grafiker	5		<b>Mediziner</b>	<b>13</b>	<b>6,1%</b>
Promoter	5		Krankenschwester	4	
Designer	4		Therapeut	3	
Fotograf	4		Arzt	2	
Grafikdesigner	2		Notarzt	2	
Maler	2		Physiotherapeut	1	
Werbedesigner	2		Erste-Hilfe-Mitarbeiter	1	
Eventmanager	2				
Modedesigner	1		<b>Juristen</b>	<b>12</b>	<b>5,6%</b>
Werbebranche	1		Anwalt	6	
Webdesigner	1		Jurist	6	
<b>Kellner/Wirt</b>	<b>34</b>	<b>16,0%</b>	<b>Polizisten</b>	<b>9</b>	<b>4,2%</b>
Kellner	24		Kommisar	5	
Barbesitzer/-chef/-wirt	6		Kriminalbeamter	2	
Kneipenbesitzer	3		Polizist	2	
Kneipenangestellter	1		Polizeibeamter	1	
<b>Nahrungsmittel</b>	<b>20</b>	<b>9,4%</b>	<b>"Laden"</b>	<b>9</b>	<b>4,2%</b>
Koch	7		Ladenbesitzer	6	
Bäcker	5		Ladenmitarbeiter	3	
Bäckereiangestellte	7				
Gemüsehändler	1				
			<b>Models</b>	<b>8</b>	<b>3,8%</b>
<b>Summe der neun Gruppen</b>	<b>169</b>		Model	2	
<b>Berufe gesamt:</b>	<b>213</b>		Werbemodell	6	
<b>Anteil der neun Gruppen</b>	<b>79,3%</b>				

Quelle: MMB, Die Darstellung von Berufen im Fernsehen und ihre Auswirkung auf die Berufswahl (2003)

Basis: Die vier deutschen Daily Soaps, zwei Sendewochen

Im Vorabendprogramm vereinen die neun größten Berufsgruppen hingegen nur 53,5 Prozent der Thematisierungen auf sich. Die neun am meisten vertretenen Berufsgruppen in Soaps machen vier Fünftel aller thematisierten Berufe aus. Soaps konzentrieren sich also stärker auf wenige Berufsgruppen. Die am häufigsten thematisierten Berufsgruppen sind Berufe in Verbindung mit Werbung, Design und Kunst sowie Kellner und Wirte. Diesen beiden Gruppen können allein 44,4 Prozent aller Berufe zugeordnet werden. Nehmen wir zur Gruppe „Werbung, Design, Kunst“ die thematisch nahe liegenden Models hinzu und zur Gruppe

„Kellner und Wirte“ die Berufe in Zusammenhang mit Herstellung und Verkauf von Nahrung, so erreichen diese Gruppen 57,6 aller Berufe.

Alle neun Gruppen beinhalten erwartungsgemäß ausschließlich Dienstleistungsberufe. Hier lässt sich nun eine Querverknüpfung zur oben genutzten Branchensystematik ziehen und die von den Codierern frei vergebenen Berufsbezeichnungen den Tätigkeitsbeschreibungen der Bundesanstalt für Arbeit zuordnen. Es zeigt sich, dass sich die Gruppen der am häufigsten thematisierten Berufe in den Tätigkeitsbeschreibungen „Sozial- und Erziehungsberufe, Gesundheitsberufe, geistes- und naturwissenschaftliche Berufe und allgemeine Dienstleistungsberufe“ und „Journalisten und Künstler“ finden.

Ein Vergleich mit den neun größten Gruppen im gesamten Vorabendprogramm verdeutlicht einige Unterschiede in der Berufsthematisierung von Soaps und anderen Formaten: Am häufigsten wird im Vorabendprogramm die Gruppe der Polizisten thematisiert, wahrscheinlich auf Grund der zahlreichen Krimi-Serien. Die Nennung von Medizinern an zweiter Stelle dürfte auf Arztserien zurückzuführen sein. Die darauf folgenden Politiker und Journalisten spielen in Soaps überhaupt keine Rolle und dürften hauptsächlich über Nachrichtensendungen thematisiert werden. An fünfter Stelle folgen Berufe aus dem Umfeld von Werbung, Design und Kunst, die zu 65,7 Prozent aus den Soaps beigesteuert werden. Den gleichen Effekt können wir bei Kellnern und Wirten beobachten, die zu 60,7 Prozent von Soaps thematisiert werden. Die anderen übereinstimmenden Gruppen werden zu einem kleinen Teil von Soaps bestimmt.

**Abbildung 7: Berufe im Vorabendprogramm nach Gruppen**

<b>Thematisierte Berufe im Vorabendprogramm nach Gruppen</b> (gezeigte und angesprochene Berufe)			
<b>Moderatoren</b>	<b>1397</b>		
Moderator	1397		
<b>Polizisten</b>	<b>283</b>	<b>16,0%</b>	
Polizist	91		
Kriminalpsychologe	53		
Kriminalbeamter	45		
BGS Beamter	29		
Polizeibeamter	28		
Beamte Küstenwache	21		
Polizeikommissar	8		
Detektiv	4		
Profiler	3		
Kriminalbiologe	1		
<b>Mediziner</b>	<b>223</b>	<b>12,6%</b>	
Arzt	118		
Krankenschwester	29		
Schönheitschirurg	10		
Hautarzt	7		
Apotheker	6		
Rettungssanitäter	6		
Sanitäter	5		
Zahnarzt	5		
Chirurg	5		
Psychologe	4		
Rechtsmediziner	3		
Therapeut	3		
Pathologe	2		
Arzthelfer	2		
Notarzt	2		
Orthopäde	2		
Physiotherapeut	2		
Kinderarzt	1		
Plastischer Chirurg	1		
Psychiater	1		
Allergologe	1		
Altenpfleger	1		
Erste-Hilfe-Mitarbeiter	1		
Hebamme	1		
Kinder-Notarzt	1		
Kardiologe	1		
Krankengymnast	1		
Zahnmediziner	1		
Zahntechniker	1		
<b>Politiker</b>	<b>123</b>	<b>7,0%</b>	
Politiker	67		
Minister	15		
Staatsoberhaupt	7		
Diplomat	5		
Gemeinderat	5		
Präsident	5		
Abgeordneter	5		
Bürgermeister	4		
Kanzler	4		
Botschafter	3		
Bundeskanzler	1		
Bundespräsident	1		
Landrat	1		
<b>Journalisten</b>	<b>121</b>	<b>6,8%</b>	
Reporter	83		
Journalist	15		
Außenkorrespondent	8		
Chefredakteur	5		
Redakteur	4		
Dokumentarfilmer	2		
Radiomoderator	2		
Börsenjournalist	1		
Börsenmoderator	1		
<b>Werbung/Design/Kunst</b>	<b>73</b>	<b>4,1%</b>	
Fotograf	9		
Künstler	8		
Werbemitarbeiter	7		
Agenturmitarbeiter	6		
Designer	6		
Grafiker	5		
Promoter	5		
Maler	4		
Modedesigner	4		
Webdesigner	4		
Modelagent	3		
Stylist	3		
Grafikdesigner	2		
Werbedesigner	2		
Eventmanager	2		
Werbebranche	1		
Inhaber Eventagentur	1		
Marketing- und Vertriebschef	1		
<b>Kellner/Wirt</b>	<b>56</b>	<b>3,2%</b>	
Kellner	39		
Aushilfskellner	3		
Restaurantinhaber	3		
Kneipenwirt	3		
Barbesitzer	2		
Kneipenbesitzer	2		
Cafe-Besitzer	1		
Gastronom	1		
Kneipenangestellter	1		
Schnellimbissangestellter	1		
<b>Juristen</b>	<b>49</b>	<b>2,8%</b>	
Anwalt	23		
Jurist	16		
Rechtsanwalt	4		
Richter	4		
Staatsanwalt	2		
<b>Models</b>	<b>44</b>	<b>2,5%</b>	
Model	38		
Werbemodell	6		
<b>Erzieher/Bildung</b>	<b>42</b>	<b>2,4%</b>	
Lehrer	20		
Kindermädchen	8		
Fahrlehrer	4		
Klavierlehrer	4		
Erzieher	1		
Kindergärtnerin	1		
Musiklehrer	1		
Schuldirektor	1		
Universitätsprofessor	1		
Zauberlehrer	1		
<b>Summe der neun Gruppen</b>	<b>1014</b>		
<b>Berufe gesamt:</b>	<b>1767</b>		
<b>Anteil der neun Gruppen</b>	<b>57,4%</b>		

Quelle: MMB, Die Darstellung von Berufen im Fernsehen und ihre Auswirkung auf die Berufswahl (2003)

Basis: Vorabendprogramm (17.20 bis 20.15 Uhr) der Sender ARD, ZDF, RTL und Sat1, zwei Wochen

- **Befund: Soaps thematisieren bevorzugt Berufe im Umfeld von Werbung und Design sowie Kellner und Wirte.**

Gegliedert nach dem typischen Arbeitsort der gezeigten oder thematisierten Berufe ergibt sich ein uneinheitliches Bild: Häufigster Arbeitsort ist mit 23,2 Prozent der „Laden“, gefolgt von den Arbeitsorten „Büro“ (18,3 %), „zu Hause“ (17,1 %), „draußen“ (3,7 %) und „Handwerksbetrieb“ (2,4 %). Berufe mit Ar-

beitsorten in Industriebetrieben werden nicht thematisiert. Auf Grund der häufig thematisierten Erziehungsberufe spielt auch der Arbeitsort Schule eine Rolle. Die Befunde zu vorherrschenden Arbeitsorten lassen sich mit der Dominanz der Dienstleistungsberufe erklären, die typischerweise an den genannten Arbeitsorten ausgeübt werden. Dies erklärt auch, warum Handwerksbetriebe, Industrieanlagen und Arbeitsplätze im Freien so selten thematisiert werden. Eine Rolle spielen sicherlich auch die erwähnten Produktionsbedingungen von Soaps, die fast ausschließlich an den bestehenden Drehorten aufgenommen werden und daher über keine Möglichkeit verfügen, Industrieanlagen oder Außengelände zu filmen.

- **Befund: Arbeitsorte in Handwerksbetrieben und Industrieanlagen sowie Arbeitsplätze im Freien werden in Soaps fast nie thematisiert. Es herrschen Läden und Büros vor.**

### **3.2 Wie werden Berufe angesprochen oder gezeigt?**

Beruflichkeit wird in Soaps in 65,2 Prozent der Fälle ausschließlich durch Zeigen dargestellt (z.B. kontrolliert ein Schaffner einen Fahrschein, spricht aber nicht seinen Beruf als Schaffner an) und erfolgt nur in 34,7 Prozent zusätzlich oder ausschließlich durch explizite Thematisierung, also ein Ansprechen des Berufes durch einen der Protagonisten.

Wenn Zeigen als Mittel der Berufsthematisierung dominiert, kann erwartet werden, dass dies meist an Hand bestimmter Protagonisten erfolgt und weniger über abstrakte Thematisierungen ganzer Berufsgruppen, weil sich diese weniger gut in Szene setzen lassen. Dieser Befund konnte sowohl für Soaps als auch für das gesamte Vorabendprogramm nachgewiesen werden: Im Vorabendprogramm werden Berufe in 96,4 Prozent der Fälle über in der Szene anwesende Protagonisten thematisiert, Soaps verwenden in 92,6 Prozent der Fälle zur Thematisierung von Beruflichkeit anwesende Protagonisten.<sup>7</sup> Der Unterschied zwischen einer Thematisierung von Berufen an Hand einer abstrakten Berufsgruppe einerseits oder von konkreten und in der Szene gezeigten Protagonisten andererseits liegt aus Sicht der Medienwirkungsforschung in der Übertragbarkeit und Eingängigkeit der dargestellten Sachverhalte. Während eine abstrakte Thematisierung zwar sehr gut übertragbar auf andere Situationen ist, dürfte sie andererseits auf Grund der fehlende Konkretisierung schwerer verständlich sein. Diese Personifizierung des Themas Beruflichkeit in konkreten Protagonisten lässt darauf schließen, dass die Thematisierung fast ausschließlich an Hand gut verständlicher Beispiele erfolgt, damit aber auch an die Eigenschaften der Protagonisten gebunden wird.

Der gleiche Mechanismus war bei der Größe der dargestellten Berufsgruppe zu erwarten. Hier wurde gefragt, ob eine ganze Berufsgruppe, Aspekte einer Berufsgruppe oder sehr konkret und exemplarisch nur Aspekte eines Teils einer Berufsgruppe thematisiert wurden. Wenn wir als Beispiel für „ganze Berufsgruppe“ Verkäufer nehmen, wäre ein Aspekt dieser Berufsgruppe das lange Stehen hinter einem Verkaufsstand. Ein Aspekt eines Teils der Gruppe wäre das lange Stehen in einem konkret thematisierten Supermarkt. Entsprechend dem oben beschriebenen Primat konkreter Beispiele fanden wir auch hier die kleinste Einheit von Berufsgruppen am häufigsten vertreten. In 75,2 Prozent der Fälle thematisiert das Vorabendprogramm Berufe über Aspekte eines Teils der Berufsgruppe, Soaps in 65,2 Prozent. Soaps greifen damit in 29,4 Prozent auf die etwas gröbere Kategorie der Aspekte einer Berufsgruppe als Inhalt zurück, eine Berufsgruppe allgemein wird nur in 1,6 Prozent der Fälle.<sup>8</sup> Dieser Unterschied zu anderen

---

<sup>7</sup> In den übrigen Fällen wurden die Kategorien „nicht anwesende Protagonisten“ und „unbestimmte Protagonisten“ verwendet.

<sup>8</sup> In der Soap „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ wurde am 11. November über Lehrer allgemein gesprochen. Dabei war kein bestimmter Lehrer gemeint.

Fernsehformaten, die nur in 23,5 Prozent die gröbere Kategorie verwenden, kann mit der weniger starken inhaltlichen Konkretion von Soaps begründet werden. Soaps setzen zwar genau wie andere Formate konkrete Protagonisten zur Manifestierung des Gezeigten ein, sind inhaltlich aber weniger konkret und setzen sich in geringerem Maße mit den Details der Berufe auseinander.

- **Befund: Soaps manifestieren das abstrakte Thema Beruflichkeit personen- gebunden und an Hand konkreter Beispiele.**

Zur Analyse der Art von Berufsthematisierung wurde als wichtige Unterscheidungsgröße die Anzahl der pro Szene thematisierten Berufe herangezogen. Hintergrund dieses Vorgehens ist die These, dass die gleichzeitige oder aufeinanderfolgende Thematisierung mehrerer Berufe innerhalb einer Szene dem Zuschauer Vergleichsmöglichkeiten der Berufe und somit ein stärkeres Informationsfundament bei der Bildung einer eigenen Einschätzung bieten. Die Thematisierung von mehreren Berufen pro Szene wird als Anzeichen einer stärkeren Auseinandersetzung mit Beruflichkeit eingestuft. Bei dieser Erhebung konnte jedoch kein signifikanter Unterschied in der Anzahl der pro Szene thematisierten Berufe ermittelt werden: Soaps thematisieren in 12,7 Prozent der Szenen mit Berufsbezug mehrere Berufe, das übrige Vorabendprogramm in 12,4 Prozent. Sie offerieren dem Rezipienten somit rechnerisch in jeder achten Berufsszene auch Vergleichsmöglichkeiten von Berufen.

Als besonders vermittlungstark schätzten wir dabei kontroverse Diskussionen ein, weil darin die Vor- und Nachteile verschiedener Berufe explizit nebeneinander gestellt werden und dem Rezipienten noch bessere Möglichkeit zum Vergleich bieten. Doch solche Diskussionen finden in Soaps kaum statt. In den beiden untersuchten Wochen konnten nur drei kontroverse Diskussion mit Berufs- vergleichen festgestellt werden, was zu dem vorläufigen Befund führt, dass Soaps ihren Rezipienten kaum Streitgespräche zum Thema Berufe bieten. Die 12,7 Prozent Berufsszenen mit mehreren Berufen sind also nicht als kontroverse Gegenüberstellungen zu verstehen, sondern eher eine Nebeneinanderstellung von Berufen, bei der es nicht um eine Bewertung in Form von „besser oder schlechter“ geht. Dies deckt sich mit dem nächsten Befund zur Art der Darstellung von Berufen:

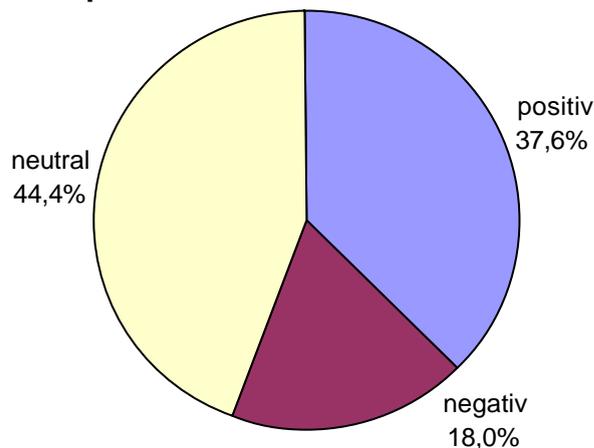
Wenn Protagonisten in Soaps Berufe bewerten, dann meist positiv. In 59,0 Prozent aller Szenen wurden die thematisierten Berufe positiv, in 20,5 neutral und in nur 20,5 Prozent negativ bewertet.

Während dies die Bewertungen der Protagonisten zu den Berufen sind, wurde auch getrennt nach der ganz persönlichen Bewertung der Codierer gefragt, wie die Darstellung der jeweiligen Berufe empfunden wurden. Es ergibt sich ein ähnliches Bild: 37,6 Prozent der Berufe wurden von den Codierern als eher positiv

dargestellt empfunden, 44,4 Prozent als neutral und nur 18,0 Prozent als negativ. Nur ein Fünftel der Berufe wird also negativ bewertet. Die Codierer bewerteten die Darstellung von Berufen in Soaps übrigens als positiver als im gesamten Vorabendprogramm.

**Abbildung 8: Bewertung von Berufen in Soaps durch Inhaltsanalyse-Codierer**

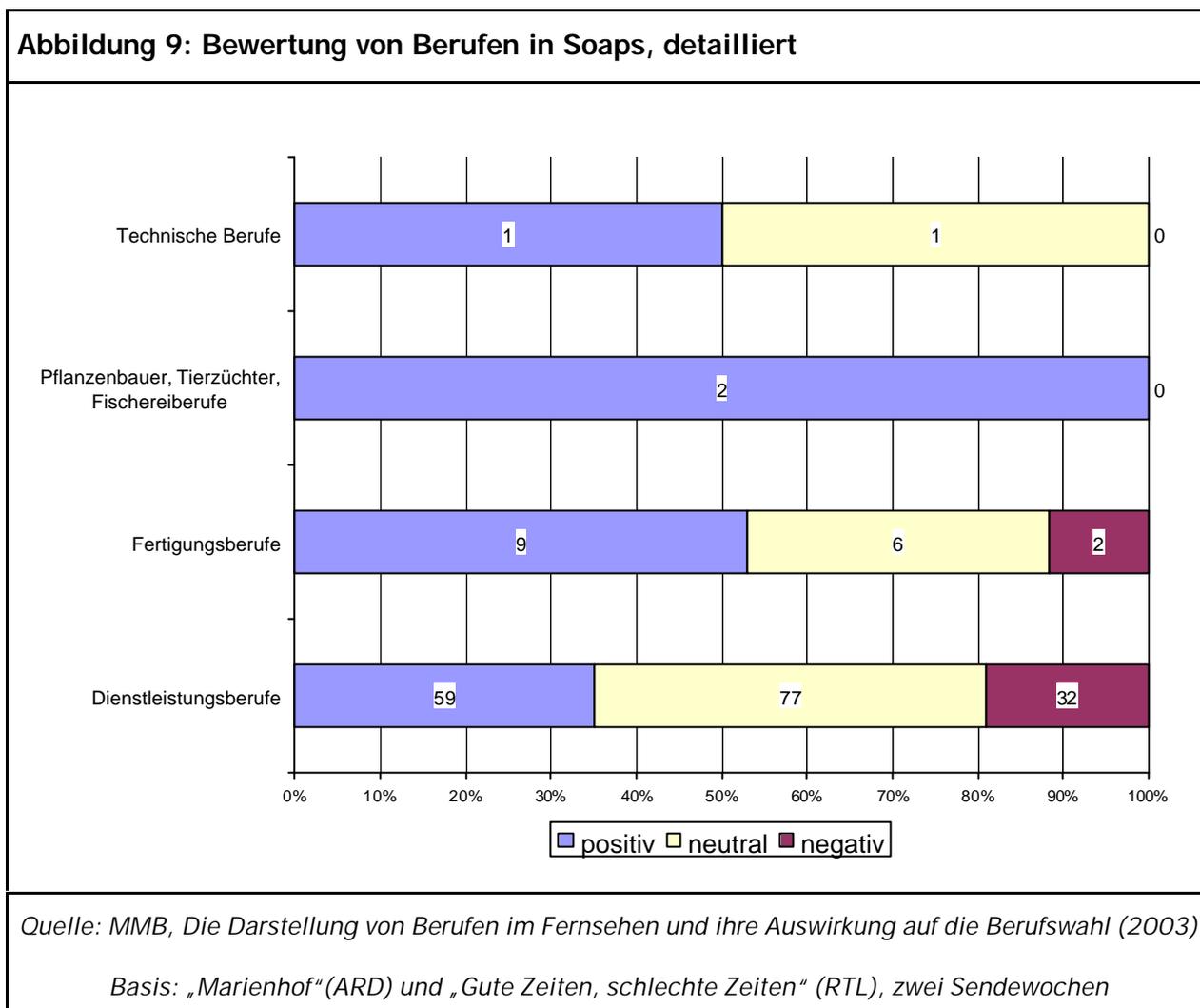
**Bewertung der thematisierten Berufe  
in Soaps**



Quelle: MMB, *Die Darstellung von Berufen im Fernsehen und ihre Auswirkung auf die Berufswahl* (2003)

Basis: „Marienhof“ (ARD) und „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (RTL), zwei Sendewochen

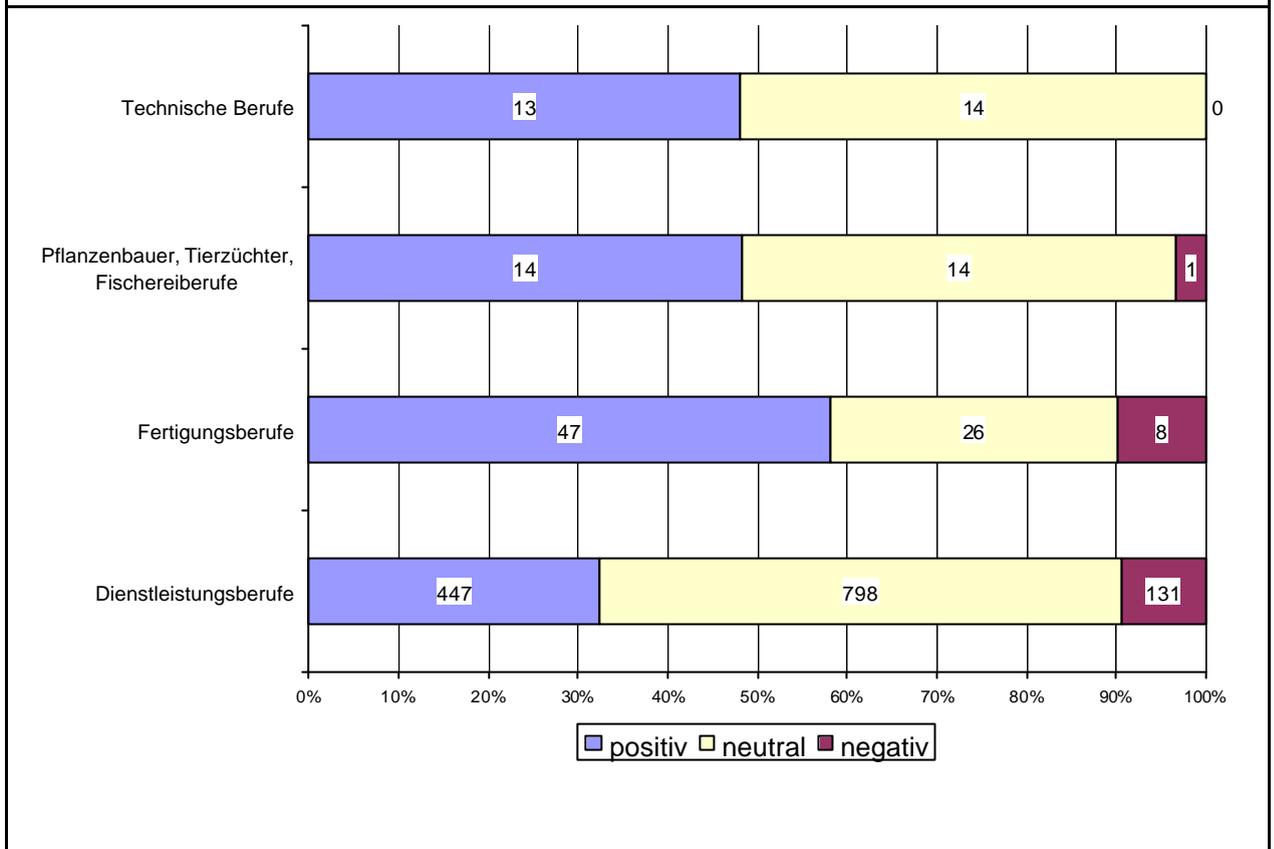
Die bisher erarbeiteten Unterschiede in der Thematisierung von Berufen durch Soaps legen die Frage nahe, ob unterschiedslos alle Berufe eher positiv bewertet werden, oder ob es „Präferenzen“ gibt. Werden die unterschiedlichen Berufe gleich bewertet?



Die Auswertung zeigt, dass bisher nicht genug Daten vorliegen, um Aussagen über die Bewertung von technischen Berufen, Fertigungsberufen und Pflanzenbauern, Tierzüchtern und Fischereiberufen treffen zu können.<sup>9</sup> Es deutet sich aber an, dass Fertigungsberufe etwas positiver dargestellt werden als Dienstleistungsberufe. Hier lohnt sich ein Vergleich mit den Bewertungen des Vorabendprogramms, weil hier genug Fälle für alle Berufsgruppen vorliegen:

<sup>9</sup> Es liegen jeweils nur zwei Fälle vor.

**Abbildung 10: Bewertung von Berufen im Vorabendprogramm, detailliert**



Quelle: MMB, Die Darstellung von Berufen im Fernsehen und ihre Auswirkung auf die Berufswahl (2003)

Basis: Vorabendprogramm (17.20 bis 20.15 Uhr) der Sender ARD, ZDF, RTL und Sat1, zwei Wochen

Im gesamten Vorabendprogramm deutet sich eine positivere Bewertung der Fertigungs- als der Dienstleistungsberufe an. Ein plausible Begründung für diesen Effekt lässt sich zur Zeit noch nicht nennen. Zur Erklärung dieses Phänomens muss die Datenbasis verbreitert werden.

Die Befund zur positiven Darstellung von Berufen in Soaps decken sich mit dem Ergebnis, dass in Seifenopern häufig über „Neigungsberufe“ und weniger über Berufe als Gelderwerb oder sogar als notgedrungene Sicherung des Lebensunterhalts gesprochen wird. Am häufigsten wird über „Neigungsberufe“ gesprochen (60,0 %), deutlich weniger von „Gelderwerb“ (30,0 %) und „Berufung“ (10 %). „Notgedrungene“ Berufsausübung wird überhaupt nicht thematisiert.

- **Befund: Soaps bewerten Berufe überwiegend neutral oder positiv und nur selten negativ. Das Vorabendprogramm bewertet vor allem Fertigungsberufe positiv.**

Als möglichen Grund der positiven Stimmung in Berufsszenen sehen wir ferner die – wie weiter unten erläutert (vgl. 4.2.3 Aussichten) – eher positiven Berufsaussichten an. Obwohl keine negativen Zukunftsaussichten beschrieben werden, finden auch kritische Kommentare zu den Berufen statt, woraus geschlossen werden kann, dass eher die Berufspraxis kritisiert wird, nicht aber die Berufszukunft.

Die recht positive Bewertung der thematisierten Berufe geht einher mit einer positiven Ausstrahlung der Protagonisten: Diese wirkten auf die Codierer in 65,7 Prozent sympathisch, 27,1 Prozent uneinheitlich oder uneindeutig und nur in 7,2 Prozent unsympathisch. Diejenigen Protagonisten, die das Thema Beruf in der jeweiligen Situation ansprechen, wirkten sogar besonders sympathisch: 70,8 Prozent wirkten sympathisch, nur 6,2 Prozent unsympathisch.

Beruflichkeit wird in Soaps hauptsächlich von älteren und männlichen Protagonisten thematisiert. 65,2 Prozent der Personen, die das Thema Beruf ansprechen sind männlich, 62,3 Prozent älter als 24 Jahre, was in Soaps als älteste Kategorie<sup>10</sup> angesehen werden kann. Um diese Personen näher zu identifizieren, wurde im Rahmen dieser Studie eine Auswertung der Rollenprofile aller Soap-Protagonisten vorgenommen. Von den Homepages der Serien wurden alle verfügbaren Daten über die Protagonisten gesammelt und zu Steckbriefen verdichtet. Diese Steckbriefe sind im Dokumentationsband angefügt. Diese Steckbriefe erlauben eine Zuordnung der Gesprächssituationen zu bestimmten Protagonisten. So können wir feststellen, dass die älteren männlichen Gesprächspartner keine Väter sind, sondern in der Regel Freunde und Bekannte darstellen. Die innerfamiliäre Berufsthematisierung findet in Soaps nur wenig statt, dafür überwiegen Gespräche zwischen Freunden – auch bei großen Altersunterschieden. Diese älteren männlichen Freunde scheinen Hauptansprechpartner in Berufsfragen zu sein.

Wenn Berufe explizit besprochen werden – was im Gegensatz zu den 65,2 Prozent gezeigten Berufen nur in 34,7 Prozent der Fall ist – erfolgt dies meist sachlich und neutral (62,5 %). Nur in 37,5 Prozent argumentiert mindestens einer der Protagonisten emotional und leidenschaftlich. Berufsszenen sind also durch ernste und sachliche Gespräche gekennzeichnet.

- **Befund: Berufe werden in Soaps in sachlicher Atmosphäre von hauptsächlich älteren, männlichen Protagonisten angesprochen. Diese wirken in den Berufsszenen überwiegend sympathisch.**

---

<sup>10</sup> Die Inhaltsanalyse unterschied zwischen den Altersgruppen „0-16 Jahre“, „17-19 Jahre“, „0-24 Jahre“ und „älter“.

Die Thematisierung von Berufen erfolgt emotional und leidenschaftlich bis sachlich und neutral, jedoch nie distanziert. Daraus folgern wir, dass Beruflichkeit nicht thematisiert wird, wenn einer der Gesprächspartner dem Beruf sehr distanziert gegenübersteht. Die Dialoge beinhalten also eher positive Berufsmeinungen.

Als Gesprächsform dominiert in Situationen mit Berufsbezug der Dialog (82,5 %), gefolgt von Gruppengesprächen (12,5 %) und Vorträgen (5 %). Innere Monologe werden zur Thematisierung von Beruflichkeit nicht eingesetzt. Die beiden Vermittlungsformen Dialog und Gruppengespräch bieten eher Potenzial zu kontroversen Diskussionen, die wiederum die Möglichkeit bieten, einen Beruf aus verschiedenen Perspektiven zu beschreiben. Da kontroverse Diskussionen jedoch kaum stattfinden, können wir schließen, dass die typischen Berufsszenen jeweils einen Beruf thematisieren, diesen aber nicht kontrovers diskutieren.

Diese Trends ergänzen sich gegenseitig und entsprechen intuitiven Erwartungen, weil in einer nicht-distanzierten Dialogsituation über Berufe mit guten Zukunftsaussichten eher positive Urteile abzusehen sind. Rücken wir diese Befunde vor den Hintergrund der Art der Berufe, können wir folgern, dass dieses recht positive konnotative Umfeld sich vor allem auf die für Soaps typischen Dienstleistungsberufe bezieht. Wenn von Soaps eine positive Bewertung von Berufen ausgeht, dann gilt dies vor allem für Dienstleistungsberufe.

- **Befund: Kontroverse Vergleiche von Berufen finden in Soaps nur selten statt, die Darstellung ist überwiegend positiv. Berufe werden hauptsächlich in Diskussionen von zwei Personen besprochen.**

### **3.3 Welche Aspekte von Beruflichkeit werden angesprochen?**

Wenn Berufe in Soaps angesprochen werden, betrifft dies in 85,6 Prozent der Fälle die Phase „Berufspraxis“, in 9,0 Prozent die Phase „Berufswahl, -orientierung und -suche“ und in 5,3 Prozent „Berufszukunft“. Eine ähnliche Verteilung mit noch stärkerer Betonung der Phase „Berufspraxis“ entfällt auch auf die Berufe im gesamten Abendprogramm, unabhängig davon, ob sie thematisiert oder gezeigt werden. Die starke Betonung der Phase „Berufspraxis“ kann nicht nur als soap-typisch, sondern als vorherrschendes Merkmal jeder Beschäftigung mit Beruflichkeit im Fernsehprogramm angesehen werden. Die Phase der Berufswahl wird im gesamten Programm nur in 2,3 Prozent der Fälle thematisiert; Seifenopern thematisieren mit 9,0 Prozent also überdurchschnittlich häufig diese Phase. Ein möglicher Grund dafür sind sicher die eher jüngeren Protagonisten der Endlosserien, die sich in größerem Maße in dieser frühen Phase von Beruflichkeit befinden.

Die Berufsaussichten der thematisierten Berufe werden meist (87,5 %) positiv dargestellt. Dies betrifft finanzielle Aussichten, Weiterbeschäftigung und die beruflichen Perspektiven allgemein. Unter den Vor- und Nachteilen der verschiedenen Berufe stellt der Gehaltsaspekt einen wesentlichen Diskussionspunkt dar. Die Höhe des Gehalts wird als eher positiv besetztes Argument im Für- und Wider der Berufe eingesetzt, kennzeichnet also erstrebenswerte Berufe. Für eine wirklich tragfähige Auswertung dieser Befunde reicht die Datengrundlage zur Zeit allerdings nicht aus, da nur in wenigen Berufsszenen auch über die beruflichen Aussichten gesprochen wird. Eine Verbreiterung der Datenbasis wird hier belastbarere Ergebnisse liefern.

- **Befund: Als thematische Phase von Beruflichkeit bevorzugen Soaps die gut darstellbare Berufspraxis.**

### **3.4 Wie sieht eine typische Berufsszene aus?**

Beruflichkeit ist in Soaps ein ortsunabhängiges Thema. Die These, Berufe würden vor allem in beruflichem Umfeld gezeigt oder angesprochen, konnte nicht bestätigt werden, weil sich in 61,2 Prozent der Fälle thematisierter oder gezeigter Berufe keiner der Protagonisten am Arbeitsplatz befand. 32,7 Prozent der Berufsszenen spielten zu Hause, 16,8 Prozent in Gaststätten/Kneipen und 14,9 Büros und 35,6 Prozent an sonstigen Orten, darunter als größte Gruppe (5 %) an der Schule.

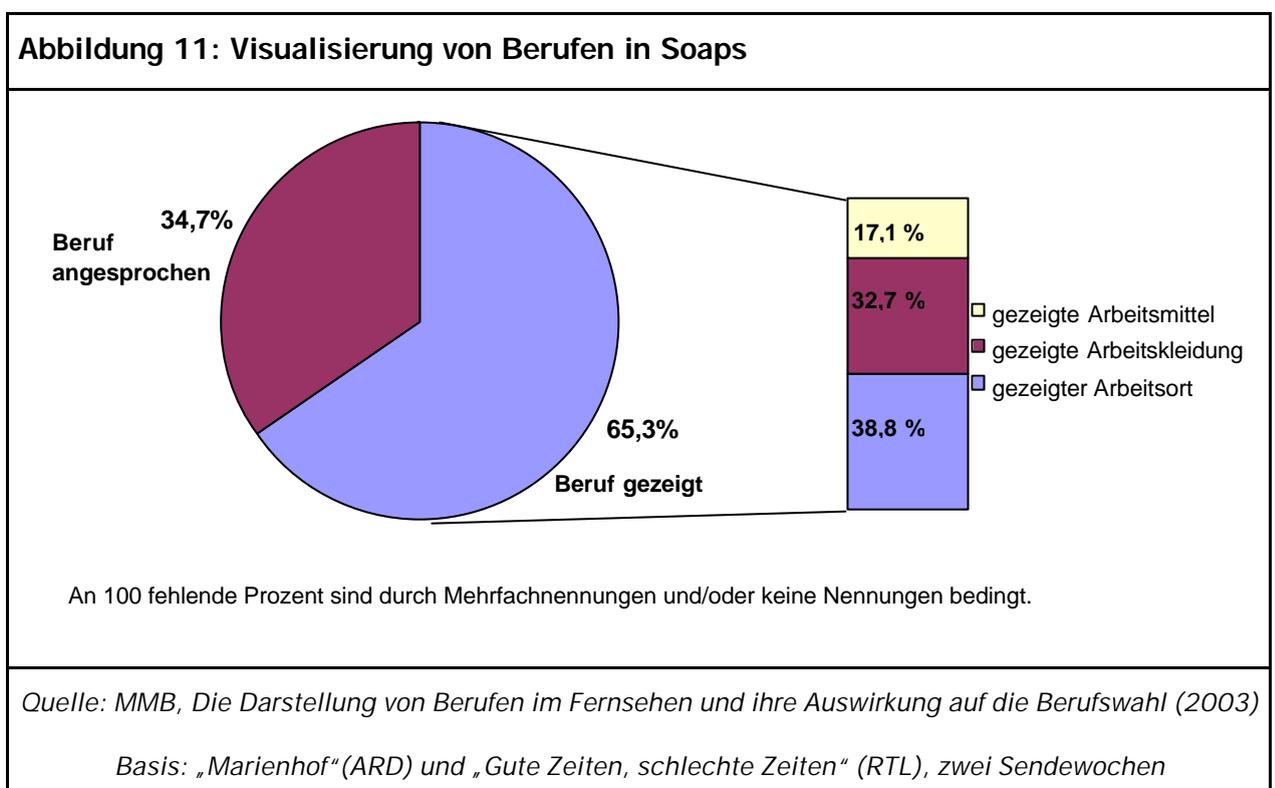
Diesem Befund der Arbeitsplatzferne entspricht die Kleidung der Protagonisten, die als weiteres Merkmal zur Beschreibung der Situationen herangezogen wurde: In 67,5 Prozent der Szenen mit thematisierten oder gezeigten Berufen tragen die Protagonisten Freizeitkleidung, nur in 12,2 Prozent Berufskleidung und in 20,3 Prozent Business-Kleidung. In jeder dritten Berufsszene wird also entweder Berufskleidung oder Business-Kleidung getragen. Hierbei muss jedoch berücksichtigt werden, dass die überwiegende Anzahl der Berufe in Dienstleistungsbranchen verortet ist, die häufig keine genuine Berufskleidung erfordern, so dass auch Freizeitkleidung während der Berufsausübung getragen werden kann.

Als drittes Stilmittel der Visualisierung von Beruflichkeit wurde die Verwendung von Arbeitsmitteln erhoben. Auch dieses Mittel kann als ergänzendes berufsverdeutlichendes Symbol angesehen werden: In 17,1 Prozent der Berufsszenen waren Arbeitsmittel zu sehen. Dabei überwiegen erwartungsgemäß Büroarbeitsmittel wie Computer und EDV-Geräte (8,6 %), sowie Telefone und Schreibutensilien (4,8 %) und Werkzeuge (3,9 %). Mess- und Diagnosegeräte sowie Fahrzeuge wurden nur in 0,9 Prozent der Berufsszenen, Maschinen, Anlagen, Mess- und Diagnosegeräte gar nicht gezeigt.

Da Berufe der Dienstleistungsbranche am häufigsten thematisiert werden, wurden typische Arbeitsmittel dieser Arbeitsgebiete gesondert erhoben. Diese Detailanalyse zeigt, dass Soaps besonders häufig Telefone zeigen, gefolgt von PCs und Schreibutensilien. Auch Mobiltelefone werden gezeigt, Laptops konnten in den beiden Erhebungswochen nicht entdeckt werden. Die erhobenen Daten deuten an, dass vor allem sehr neue High-Tech-Arbeitsmittel gezeigt werden; die Datenbasis reicht hier allerdings für valide Interpretationen noch nicht aus.

Die Befunde der Erhebung von Arbeitsplatz, Arbeitskleidung und Arbeitsmitteln können zusammen interpretiert werden, um Berufsszenen in Soaps zu charakterisieren. Da Berufe hauptsächlich gezeigt und nur in 34,7 Prozent der Fälle direkt angesprochen werden, spielen die drei visuellen Mittel eine wichtige Rolle bei der Thematisierung von Beruflichkeit. Zusammenfassend ergibt sich folgendes Bild von „typischen“ Berufsszenen in Soaps:

- Berufe werden in 65,3 Prozent der Fälle gezeigt und nur in 34,7 Prozent angesprochen
- In 38,8 Prozent der Fälle befindet sich einer der Protagonisten am Arbeitsplatz
- In 32,7 Prozent wird eindeutige Arbeitskleidung (Berufskleidung und Business-Kleidung) getragen. Freizeitkleidung überwiegt, kann aber auch Berufskleidung in Dienstleistungsberufen sein.
- In knapp 17,1 Prozent der Berufsszenen sind Arbeitsmittel zu sehen. Bürogeräte herrschen klar vor.



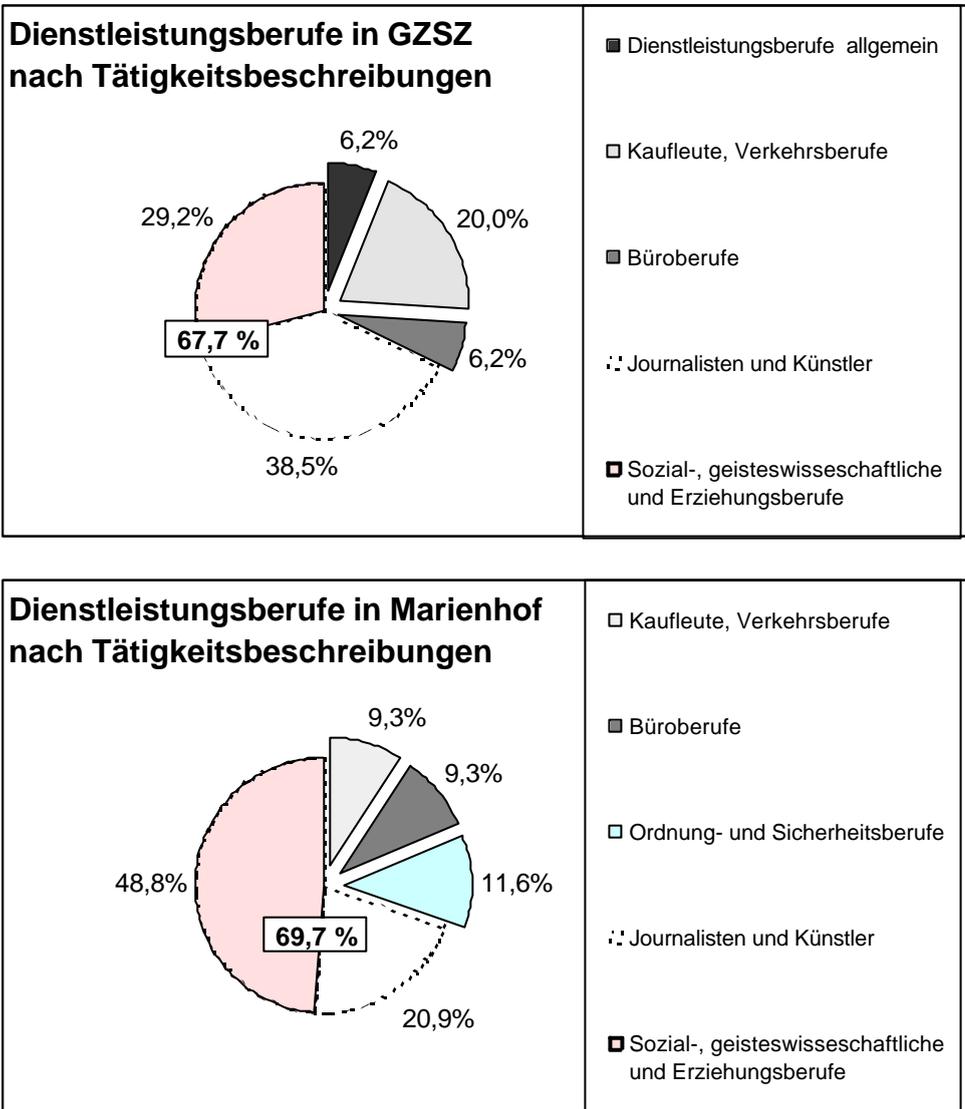
- **Befund: Berufsbezug wird in Soaps unterschiedlich visualisiert. Der gezeigte Arbeitsplatz und Arbeitskleidung herrschen vor, werden jedoch auch durch Arbeitsmittel als Visualisierungsmittel ergänzt.**

### **3.5 Welche Unterschiede existieren zwischen den Soaps?**

Im gesamten Vorabendprogramm entfallen 12,1 Prozent aller Berufsthematisierungen auf Daily Soaps. Unter diesen nimmt die RTL-Soap „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (GZSZ) mit 33,1 Prozent aller Nennungen die Spitzenposition ein, gefolgt von „Unter Uns“ (RTL) mit 25,6 Prozent. Marienhof (ARD) und „Verbotene Liebe“ (ARD) folgen mit 22,3 und 19,0 Prozent. Da die Serie „Verbotene Liebe“ vornehmlich komplizierte Liebesbeziehungen thematisiert, wurden hier auch nur wenige Berufsthematisierungen erwartet. Der deutliche Abstand zwischen „GZSZ“ und „Marienhof“ (MH) überrascht allerdings, denn nach Maya Götz (2002) sind für „GZSZ“-Fans vor allem die spektakulären Geschichten wichtig, während Marienhof-Fans die sozialkritischen Problemkonstellationen ihrer Serie schätzen, in denen wir eher Potenzial für Berufsthematisierungen sahen.

Bevor nach Begründungen für dieses Abweichen von Erwartungen gesucht wird, muss die Datenbasis verbreitert werden, denn zur Zeit liegen gemäß Studienbeschreibung nur detaillierte Befunde zu den Soaps „GZSZ“ und „MH“ vor. Diese unterschieden sich allerdings zum Teil erheblich: GZSZ konzentriert sich auf die Gruppe „journalistische und künstlerische Berufe“ (38,5 % der Berufe gehören dieser Tätigkeitsbeschreibung an), während bei Marienhof eine stärkere Fokussierung der Gruppe „Gesundheitsdienstberufe, Sozial- und Erziehungsberufe und geisteswissenschaftliche Berufe“ (48,8 %) zu erkennen ist. Bei GZSZ machen beide Gruppen zusammen 67,7 Prozent, bei MH 69,7 Prozent aus, so dass nur von einer Verschiebung der Präferenz zwischen diesen beiden dominierenden Gruppen zu sprechen ist.

**Abbildung 12: Dienstleistungsberufe in Marienhof und GZSZ im Vergleich**



Quelle: MMB, Die Darstellung von Berufen im Fernsehen und ihre Auswirkung auf die Berufswahl (2003)

Basis: Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (RTL) und „Marienhof“ (ARD), zwei Sendewochen

### **3.6 Welche Informationen über Berufe werden vermittelt?**

Grundlage dieser Analyse ist die Codierung von zwei Soaps über zwei Wochen (240 Minuten Material). In diesem Zeitraum wurden in 189 Berufsszenen 213 Berufe thematisiert. Detailliert untersucht wurden 105 Szenen mit Berufsthematisierungen der Soaps GZSZ und MH. Über Berufe explizit gesprochen wurde darin in 41 Szenen. Diese 41 Fälle bieten zur Zeit eine zu dünne Datengrundlage, um sehr detaillierte Fragen zu beantworten, die nur in wenigen Fällen gestellt werden konnten.

Es wurden schon jetzt Daten zu folgenden Themenkomplexen gesammelt, die aber erst eines weiteren „Datenzuflusses“ bedürfen:

- A) Zugangsvoraussetzungen zu den thematisierten Berufen
- B) typisches Anstellungsverhältnis
- C) typische Beschäftigungsform
- D) notwendige Fähigkeiten
- E) Bewertung als Neigungsberuf – Gelderwerb.

#### 4. Fazit – Die TV-Wirklichkeit der Berufswelt

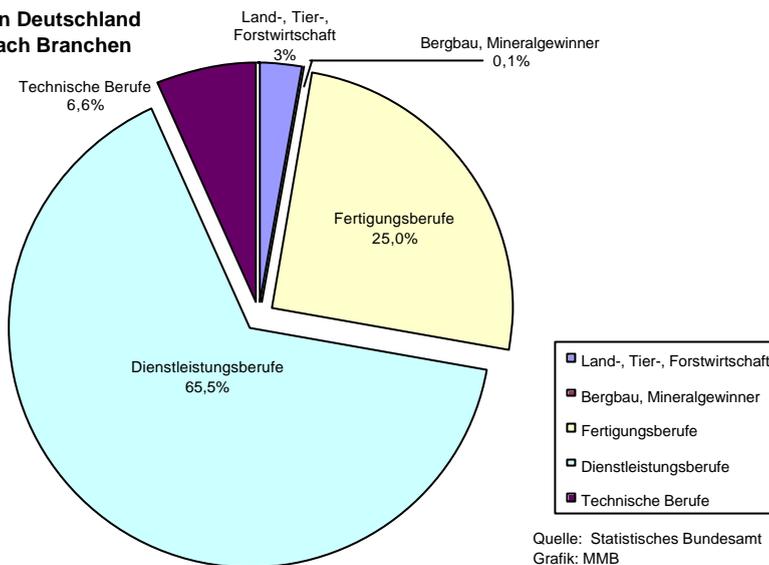
Fernsehen stellt die Berufswelt verzerrt dar. So lautet ein deutliches Ergebnis der Untersuchung sowohl von Soaps als auch des gesamten Vorabendprogramms. Dies betrifft die Art der Berufsausübung, vor allem aber die Häufigkeit der Thematisierung unterschiedlicher Berufe. Alle Sendungen des Vorabendprogramms konzentrieren sich in ihrer Thematisierung auf Dienstleistungsberufe und klammern damit insbesondere die Branchen „Technische Berufe“ und „Fertigungsberufe“ weitgehend aus. Die Verzerrung durch das Fernsehen liegt also in einer nicht der tatsächlichen Beschäftigungswelt entsprechenden Thematisierung. Wer seine Berufsinformationen hauptsächlich über das Fernsehen bezieht, übernimmt dieses verzerrte Bild und erfährt nur wenig über die anderen Berufe.

Eine Parallele zu diesen Befunden bildet eine Studie von Buerkel-Rothfuss (1981). Sie hat im Rahmen der „Kultivationsforschung“ (nach George Gerbner) untersucht, inwiefern die regelmäßigen Zuschauer von „soap operas“ ihre Umwelt anders einschätzen als Personen, die keine Daily Soaps sehen. Gefragt wurde u.a., wie groß die Teilnehmer die Häufigkeit von Berufen in der "realen Welt" einschätzen. Hier überschätzten die Soap-Opera-Zuschauer signifikant den Anteil von Ärzten, Rechtsanwälten und Geschäftsleuten – eben jene Berufe, die in Daily Soaps häufiger vorkommen als beispielsweise „blue-collar-worker“. Buerkel-Rothfuss konnte so Gerbners Kultivierungshypothese bestätigen, nach der Mediennutzer ihre Vorstellungen über die „reale“ Welt aus der medial erfahrenen Realität ableiten. Die bekannteste Annahme Gerbners illustriert diesen Effekt: Nach Gerbner schätzen besonders Konsumenten von gewalthaltigen Filmen das allgemeine Gewaltpotenzial in der Gesellschaft viel höher ein, als dies nicht-Konsumenten tun.

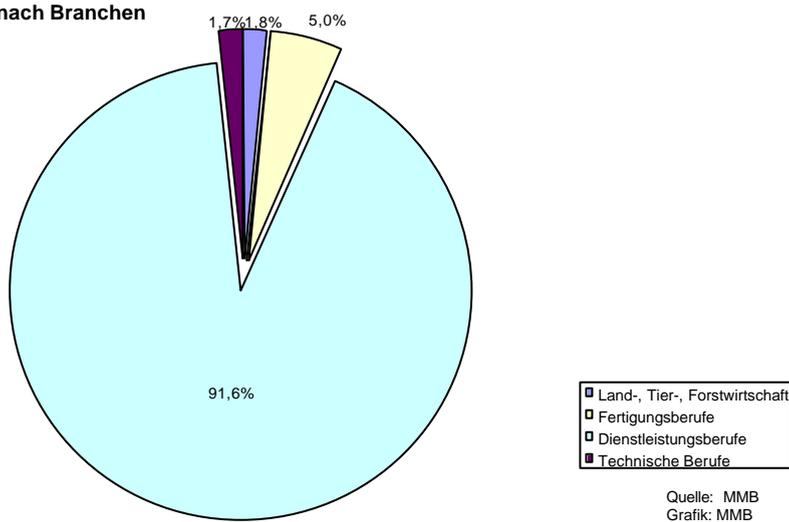
- **These: Soap-Konsumenten haben eine verzerrte Sicht der Berufsrealität. Sie schätzen die Anzahl der Arbeitsplätze in Dienstleistungsbranchen zu hoch und die in Fertigungsberufen zu gering ein.**

Folgende Zusammenstellung verdeutlicht die „Verzerrung“ der „TV-Realität“ von Vorabendprogramm und Soaps im Verhältnis zur „Berufsrealität“ Deutschland:

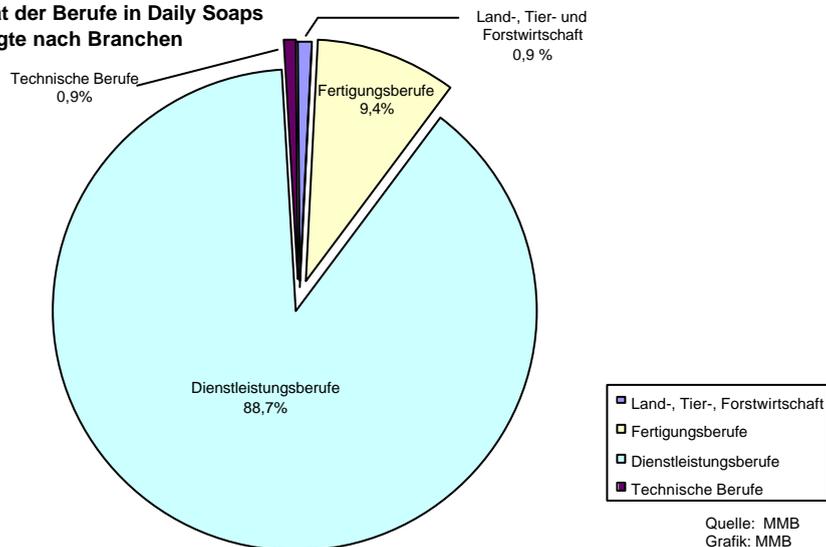
**Berufsrealität in Deutschland  
Beschäftigte nach Branchen**



**TV-Realität der Berufe im Vorabendprogramm  
Beschäftigte nach Branchen**



**TV-Realität der Berufe in Daily Soaps  
Beschäftigte nach Branchen**



## 5. Hinweise zur Umsetzung für Berufsberater

Ziel dieser Studie ist neben einer ersten Erhebung zur Thematisierung von Berufen im Vorabendprogramm und in Daily Soaps auch, konkrete Empfehlungen aus diesen Befunden für die Arbeit von Berufsberatern auszusprechen. Dabei wird auf Ergebnisse der Medienwirkungsforschung<sup>11</sup> zurückgegriffen, die untersucht, wie Mediendarstellungen auf die Konsumenten wirken und welche Effekte sie erzielen. Folgende Empfehlungen für Berufsberater können aus den bisher gesicherten Erkenntnissen über die Berufsdarstellung in Soaps abgeleitet werden:

- Vorbilder kennen

Medien erfüllen laut den Befunden der Pädagogik und Medienwissenschaft für Jugendliche zwei wichtige Funktionen: die Befriedigung sozial-integrativer und integrativ-habituellder Bedürfnisse.<sup>12</sup> Sozial-integrativ ist zum Beispiel das Bedürfnis nach Orientierung an und Identifikation mit fiktionalen Figuren. Integrativ-habituell ist der Wunsch nach Hilfe bei der Strukturierung des Alltags. Jugendliche, die in der Sozialisation die Regeln unserer Gesellschaft kennen lernen, sehnen sich in diesem Prozess nach Vorbildern für die Gestaltung ihres eigenen Lebens. Da in unserer Gesellschaft viele Bedürfnisse durch Medien befriedigt werden, suchen Jugendliche auch nach diesen Vorbildern in den Medien und finden sie in zielgruppenadäquatem Zuschnitt in den Daily Soaps. Auf diese immens wichtige Rolle der Medien sollten sich alle einstellen, die mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Kontakt treten. Nur wer die nachgeahmten Vorbilder kennt, die als Trendsetzer besonders für die Vielseher von TV-Reihen fungieren, kann Wünsche und Vorstellungen von Jugendlichen nachvollziehen. Eine gewisse Kenntnis der Logik, Funktionsweise, Struktur und Ästhetik von Soaps wird Berufsberatern sicher nützen.

- Berufe auf der "Tagesordnung" verfolgen

Angeht die Fülle von Themen, mit denen wir täglich konfrontiert werden, können nicht alle gleich wichtig sein. In Gesprächen mit Freunden und Bekannten, vor allem aber durch die Medien wird beeinflusst, welche Themen auf unsere aktuelle „Agenda“ – die tägliche Liste aktueller Themen - kommen. Dies gilt nicht nur für politische Themen (BSE-Krise, Korruptionsskandal), sondern auch für Alltagsthemen, z.B. „Zeitgeist“, Mode. Auf diese Weise entstehen auch „Modeberufe“, die nicht zuletzt durch die Medien beeinflusst werden. Als Arbeitsberater

---

<sup>11</sup> Eine fundierte Darstellung der aktuellen Befunde der Medienwirkungsforschung findet sich im Dokumentationsband.

<sup>12</sup> Vgl. Literaturexpertise „Sozialisation durch Fernsehen“ im Anhang.

muss man damit rechnen, dass plötzlich junge Leute zur Marine möchten, weil die Serie „Nicht von schlechten Eltern“ bei Jugendlichen beliebt ist. Zur Zeit dürfte der Wunsch nach einer Sänger-Karriere dominieren, weil gleich auf mehreren Kanälen (plus Internet und Mobilfunk) der „Superstar“ gesucht wird.

Es gilt also nicht nur, die Vorbilder zu kennen, sondern auch ihren ständigen Wechsel zu verfolgen. Das private „Monitoring“ von Fernsehserien, aber auch Gespräche mit Jugendlichen im eigenen Umfeld können dazu beitragen.

- Bewertung von Berufen kennen

Entscheidend für die Berufswahl ist nicht nur, welche Berufe im Fernsehen präsentiert werden. Auch die Darstellung und Bewertung des Berufs beeinflusst die Berufspräferenz. So kann das hohe Ansehen, das ein Beruf im privaten Umfeld hat (z.B. Bankangestellter, Makler) von den Massenmedien durch die Darstellung in Magazinsendungen und Serien in sein Gegenteil verkehrt werden. Die Sendungen stellen diese Bewertung als Mehrheitsmeinung dar, obwohl sie vielleicht rein statistisch nur von einer Minderheit geteilt wird.

Umgekehrt verhilft das Fernsehen beispielsweise durch Serien wie „Nikola“ oder „Für alle Fälle Stefanie“ dem Beruf der Krankenschwester zu einem ausgesprochen positiven Image. Die Fernsehpräsentation ist so auch in der Lage, das Image eines Berufs gezielt zu beeinflussen.