



„DER ALTE“:  
5,5 Millionen  
weibliche Fans



„LINDENSTRASSE“:  
4 Millionen  
weibliche Fans

TV-FORSCHUNG

# Mutter Beimer rät

## Lebenshilfe durch die „Lindenstraße“: Frauen konsumieren Fernsehen ganz anders als Männer

Ist Helga Beimer eine ums Familienwohl besorgte Mutter oder eine nervtötende Glucke? Berta Griese – tapfere Alleinerziehende oder labile Hysterikerin? Mit völlig unterschiedlichen Ansätzen verarbeiten Frauen und Männer Fernsehunterhaltung wie die „Lindenstraße“, haben die Mainzer Medienwissenschaftler Hans Mathias Kepplinger und Christiane Tüllius herausgefunden: Viel eher als Männer beziehen Frauen die fiktiven Handlungen in Fernsehserien auf die eigene Realität.

**Überraschende Erkenntnis:** Die Unterschiede in der Verarbeitung nehmen mit steigendem Bildungsniveau eher zu als ab. „Frauen“, weiß Kepplinger, „betrachten Unterhaltungssendungen als Anlaß, um über die eigenen Lebensumstände nachzudenken.“ Männer fühlten sich eher durch Informationsbeiträge zur Reflexion über ihre Realität motiviert.

Grundlage der im Rahmen eines Forschungsprojekts des Bundesministeriums für Frauen und Jugend durchgeführten Untersuchung „Fernsehunterhaltung als Brücke zur Realität“ war eine Befragung von 820 Versuchspersonen durch das Institut für Demoskopie Allensbach zur Rezeption der Sendungen „Lindenstraße“ (ARD) und „Der Alte“ (ZDF).



„Wer Frauen für TV-News interessieren will, muß abstrakte Themen plastisch darstellen“

HANS MATHIAS KEPPLINGER  
MEDIENWISSENSCHAFTLER

Auch ohne wissenschaftlichen Beleg haben die Sender ihre Strategie diesen Erkenntnissen angepaßt. Die Invasion der Fernsehheldinnen, Identifikationsfiguren par excellence („Inge Meysels Enkelin“, FOCUS 48/94), hat längst den Bildschirm erobert. 4,16 Millionen der durchschnittlich 6,75 Millionen „Lindenstraßen“-Fans über 14 Jahre sind weiblich; Frauen verbrachten 1994 im Schnitt täglich 184 Minuten vor dem Fernseher, Männer 171 Minuten.

Ende August will mit TM3 ein eigener Fernsehkanal für Frauen starten, mit „femininem, aber nicht feministischem Programm“ (Geschäftsführer Jochen Kröhne).

**Moralische Unterstützung** liefert, wen wundert's, noch eine Studie. Wissenschaftlerinnen der Universität Hamburg ermittelten: zu wenige kluge und starke Frauen auf dem Bildschirm, zu viele Nackte, zu viele Dummchen. ■

### GOTTSCHALK ODER FUSSBALL

#### TOP TEN DER MÄNNER 1994

1. FUSSBALL-WM DEUTSCHLAND – BULGARIEN	ZDF	10. 7.	10,19 Mio.
2. FUSSBALL-WM DEUTSCHLAND – SPANIEN	ZDF	21. 6.	10,09 Mio.
3. FUSSBALL-WM DEUTSCHLAND – KOREA	ZDF	27. 6.	9,71 Mio.
4. FUSSBALL-WM DEUTSCHLAND – BOLIVIEN	ARD	17. 6.	9,09 Mio.
5. FUSSBALL-WM BRASIL IEN – ITALIEN	ZDF	17. 7.	8,93 Mio.
6. FUSSBALL-WM DEUTSCHLAND – BELGIEN	ARD	02. 7.	8,40 Mio.
7. FUSSBALL-LÄNDERSPIEL DEUTSCHLAND – ITALIEN	ARD	23. 3.	7,05 Mio.
8. FUSSBALL-BUNDESLIGA BAYERN M. – 1. FC NÜRNBERG	SAT.1	03. 5.	6,61 Mio.
9. FUSSBALL-WM BRASIL IEN – USA	ZDF	04. 7.	6,33 Mio.
10. FUSSBALL-LÄNDERSPIEL KANADA – DEUTSCHLAND	ARD	08. 6.	6,32 Mio.

#### TOP TEN DER FRAUEN 1994

1. UNTERHALTUNG WETTEN, DASS ... ?	ZDF	17. 9.	8,23 Mio.
2. FUSSBALL-WM DEUTSCHLAND – BOLIVIEN	ARD	17. 6.	8,17 Mio.
3. FUSSBALL-WM DEUTSCHLAND – KOREA	ZDF	27. 6.	8,05 Mio.
4. FUSSBALL-WM DEUTSCHLAND – SPANIEN	ZDF	21. 6.	7,90 Mio.
5. SERIE EIN FALL FÜR ZWEI	ZDF	28. 1.	7,80 Mio.
6. SERIE DIESE DROMBUSCHS	ZDF	16. 1.	7,71 Mio.
7. UNTERHALTUNG MAINZ BLEIBT MAINZ ...	ZDF	11. 2.	7,68 Mio.
8. FUSSBALL-WM BRASIL IEN – ITALIEN	ZDF	17. 7.	7,61 Mio.
9. FUSSBALL-WM DEUTSCHLAND – BULGARIEN	ZDF	10. 7.	7,40 Mio.
10. OLYMPISCHE SPIELE EISKUNSTLAUFE, KÜR d. DAMEN	ARD	25. 2.	7,38 Mio.

\*Einschaltquoten für Männer und Frauen getrennt ausgewiesen; Zuschauer ab 14 Jahre  
Quelle: media control/GfK-Innmarkt