

# Was passiert mit unseren Kindern?



Von Lillifee zu Topmodel  
von Superman zu Homer Simpson  
Einflussfaktor Rollenbilder in den Medien



Dr. Maya Götz (IZI)  
www.izi.de

Internationales Zentralinstitut  
für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)  
PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL



# Was macht das IZI?



Internationales  
Zentralinstitut für das  
Jugend- und  
Bildungsfernsehen (IZI)



IZI-Bibliothek:  
28.000 Einheiten



Publikation



Grundlagenforschung  
Trendforschung



Sendungsbegleitung





Land Bayern, Stadt München, BR, ZDF, BLM, EBU, UNESCO  
 Deutsche Welle, UNICEF, Goethe Institut, ACCM, ACM, ABU, ASBU, ALA u.v.m.



Gesellschaft zur Förderung  
 des Internationalen Jugend-  
 und Bildungsfernsehens e.V.



Internationales Zentralinstitut  
 für das Jugend- und  
 Bildungsfernsehen (IZI)



P R I X  
 J E U N E S S E  
 I N T E R  
 N A T I O N A L  
 M Ü N C H E N



P R I X  
 J E U N E S S E  
 I N T E R  
 N A T I O N A L  
 M Ü N C H E N

## PRIX JEUNESSE Workshops 2013

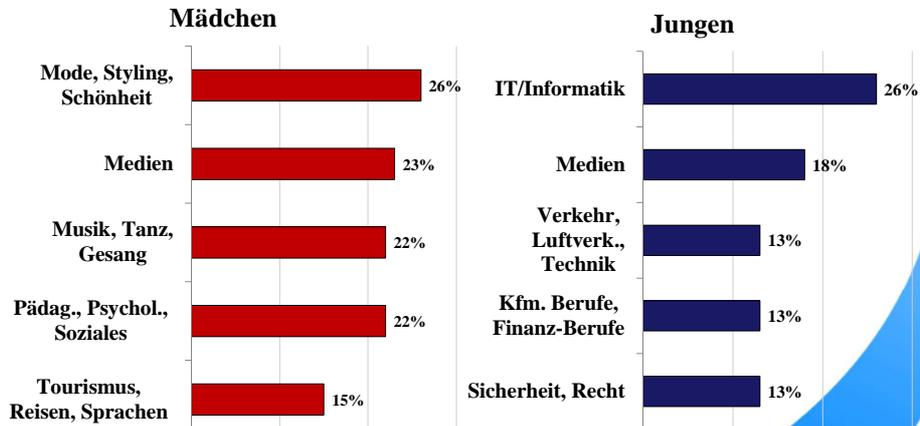




# Traumjobs 2014



Wenn sich die Jugendlichen ihren Traumjob aussuchen könnten, in welchem Bereich würden sie gern arbeiten?

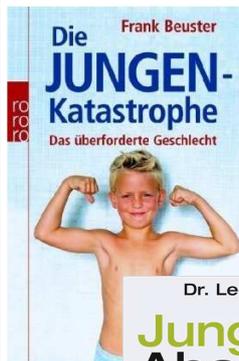


## Warum so geschlechterstereotyp?

Quelle: Bravo Trendmonitor 2014. Bauer Media Group, S. 14. ; Basis: 961 Jugendliche im Alter von 12-19 Jahren;



## Das Problem „Jungen“



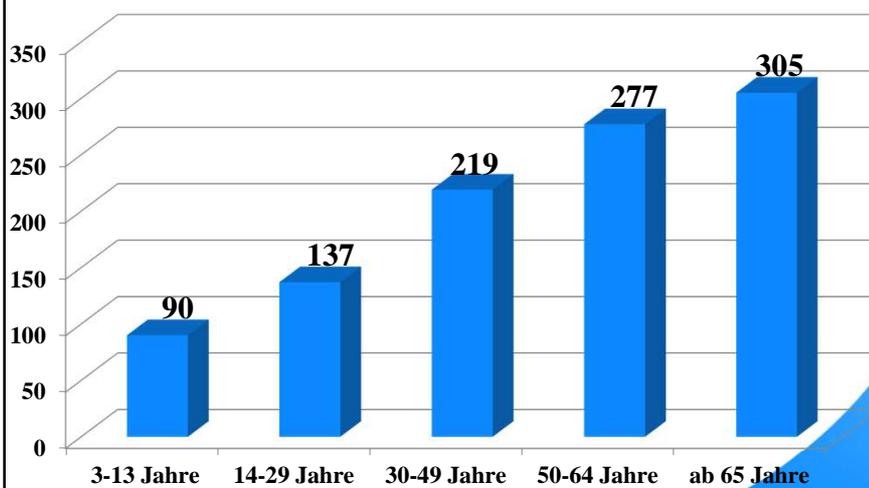
# 2.

## Spielen Medien eine Rolle?



### Kinder (3-13 Jahre) sehen 2013 täglich durchschnittlich 1,5 Stunden fern

Durchschnittliche Sehdauer / Tag in Minuten



Basis: Daten 2012 BRD gesamt, Mo-So, 3:00-3:00 Uhr.

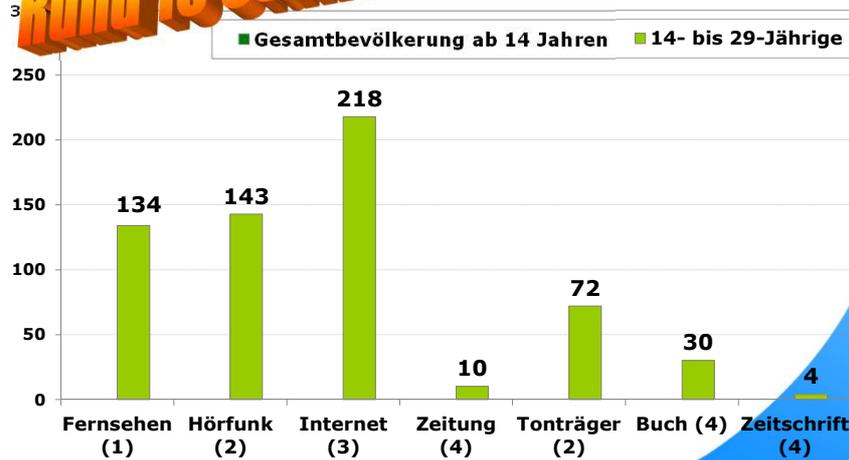
Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, TV Scope, Panel (D+EU) 2012

## Jugendliche – Medien



**Rund 10 Stunden tägl.**

Tägliche Nutzungsdauer in Minuten



Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland, Montag bis Sonntag

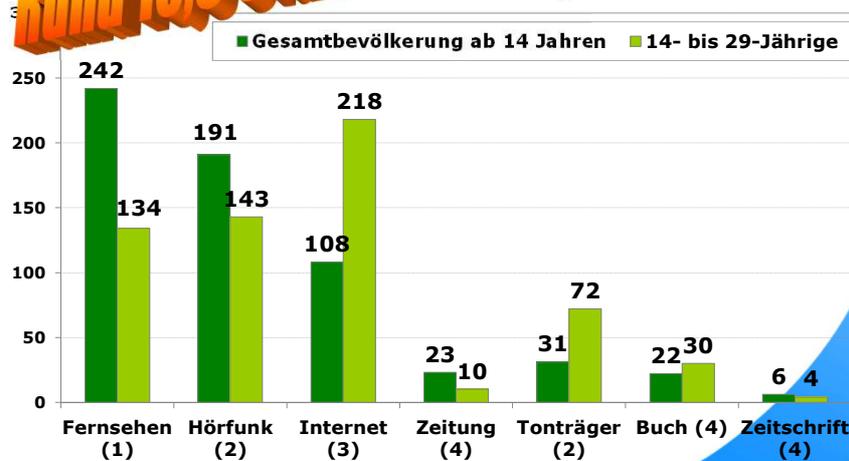
Quellen: (1) GfK-TV Scope (2011), (2) MA 2011 Radio II, (3) ARD-/ZDF-Online-Studie 2011, (4) Massenkommunikation 2010

## Erwachsene – Medien (2011)



**Rund 10,5 Stunden tägl.**

Tägliche Nutzungsdauer in Minuten



Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland, Montag bis Sonntag

Quellen: (1) GfK-TV Scope (2011), (2) MA 2011 Radio II, (3) ARD-/ZDF-Online-Studie 2011, (4) Massenkommunikation 2010

# 3.

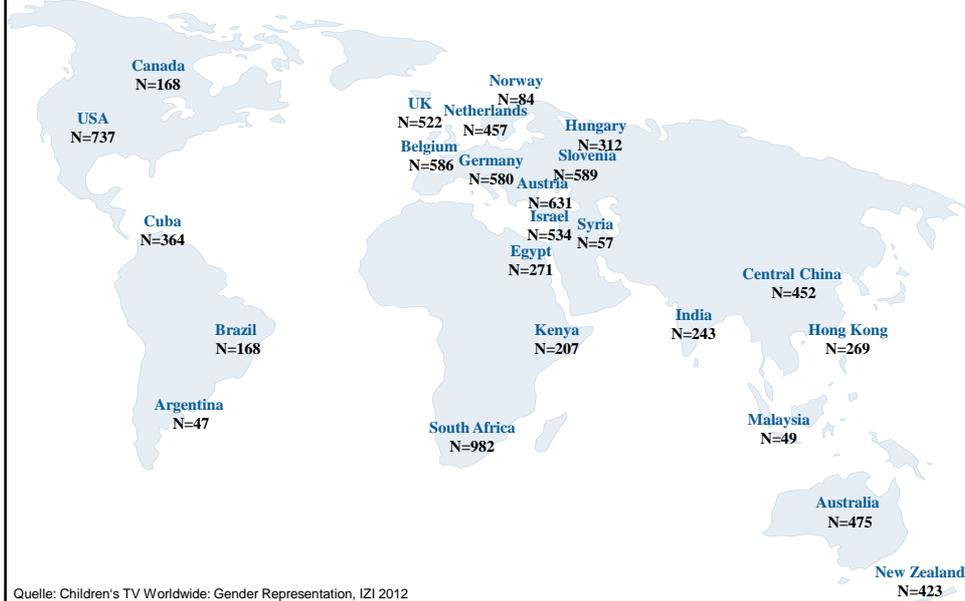
## Welche Bilder von Gender bieten Medien?



## Children's Television Worldwide 1: Gender Representation

- 24 Länder
- 2.367 Stunden explizites Kinderfernsehen
- 9.207 Sendungen
- 26.332 Hauptcharaktere (fiction)
- 15.503 menschliche Figuren

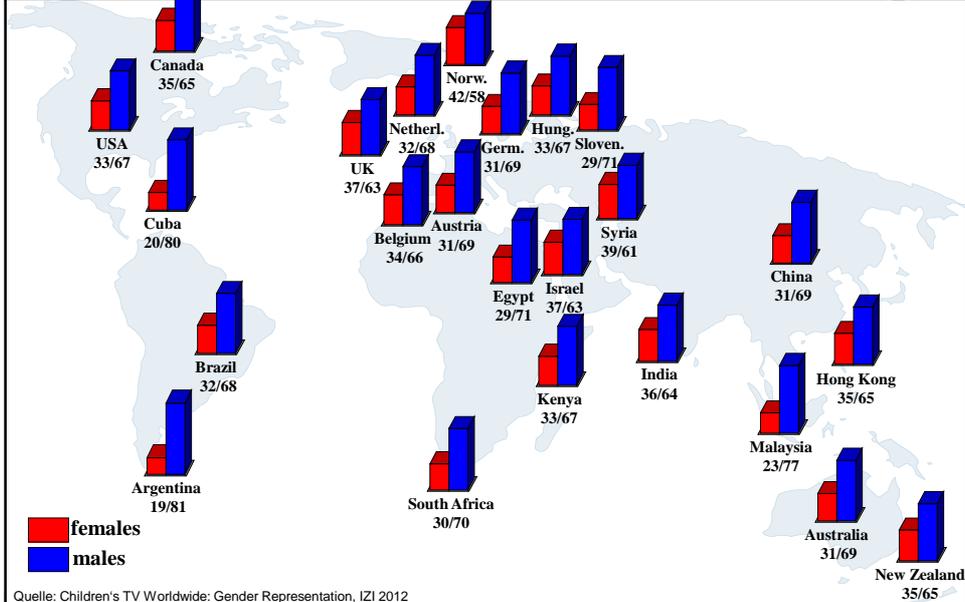
# Children's Television Worldwide 1: Gender Representation (N=Shows)



Quelle: Children's TV Worldwide: Gender Representation, IZI 2012

# Geschlecht der Hauptfiguren

32% weiblich / 68% männlich

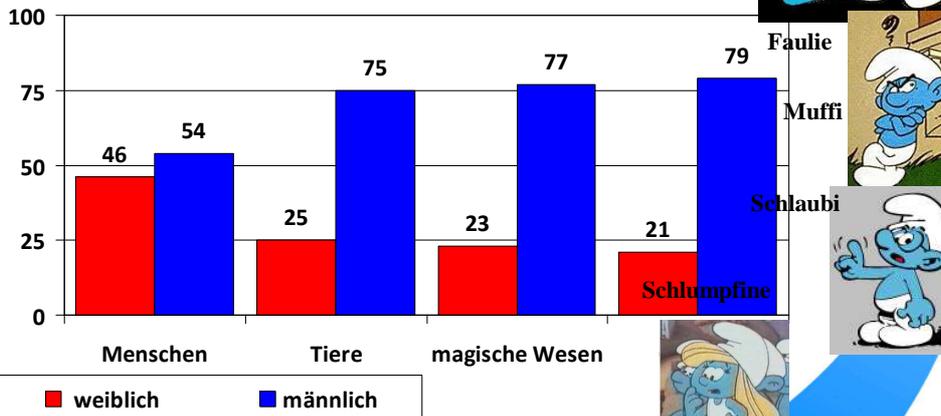


Quelle: Children's TV Worldwide: Gender Representation, IZI 2012

## Kinderfernsehen in Deutschland 2011



### Je konstruierter, je männlicher



Quelle: Medienanalyse Diversity im dt. Kinderfernsehen, IZI 2011

## Medienanalyse weitere Ergebnisse



### Weibliche Figuren sind

- eher Teamarbeiterinnen,
- eher jünger,
- konsumieren mehr,
- nutzen kaum Technik,
- Add-On-Figuren
- und haben überproportional häufig rote Haare



Quelle: Children's TV Worldwide: Gender Representation, IZI 2012

## Medienanalyse weitere Ergebnisse



### Weibliche Figuren sind

eher Teamarbeiterinnen,  
eher jünger,  
konsumieren mehr,  
nutzen kaum Technik,  
Add-On-Figuren  
und haben überproportional  
häufig rote Haare



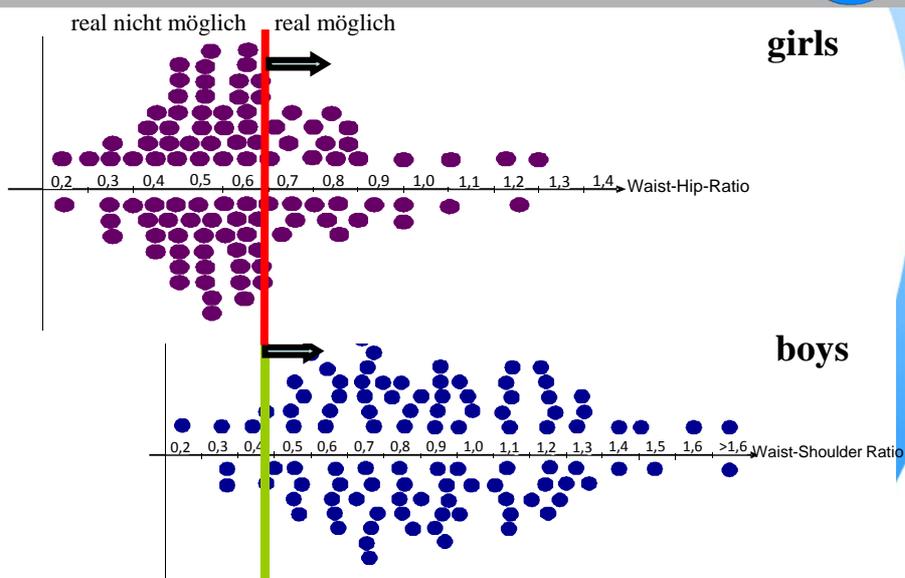
### Männliche Figuren sind

dominanter, lauter, lachen,  
beleidigen und bedrohen mehr  
fähiger,  
in verantwortungsvolleren  
Positionen,  
und werden innerhalb der  
Handlung häufiger belohnt.



Quelle: Children's TV Worldwide: Gender Representation, IZI 2012

## The „global body“ (n=102; n=102)



Source: Götz / Herche 2012

## Wollen Kinder sexualisierte Körper?



WHR 0,57



WHR 0,8

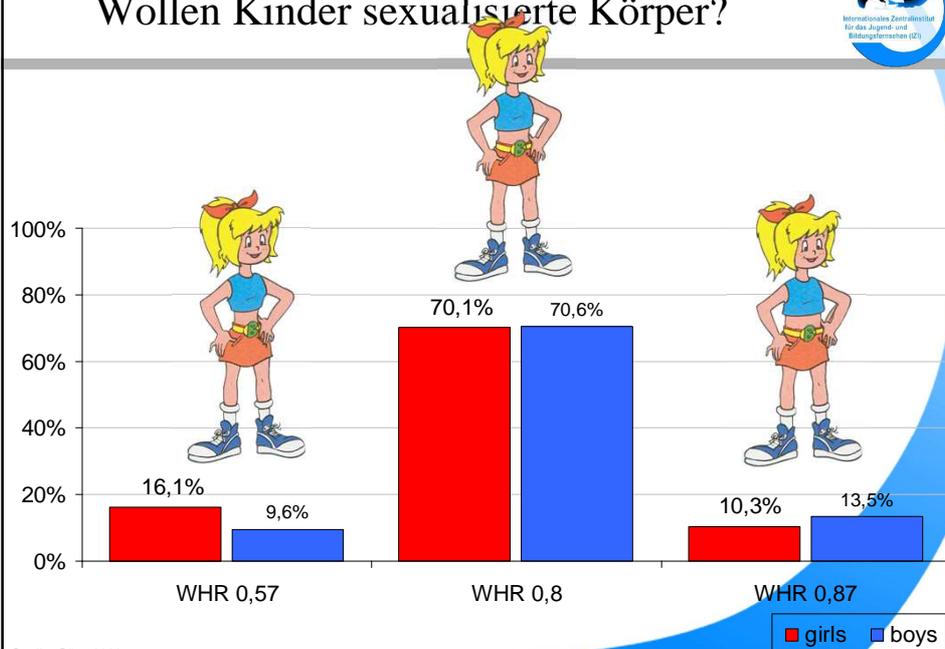


WHR 0,87

Wir fragten N= 1.055 3- bis 12-Jährige:  
Wie soll Bibi aussehen?

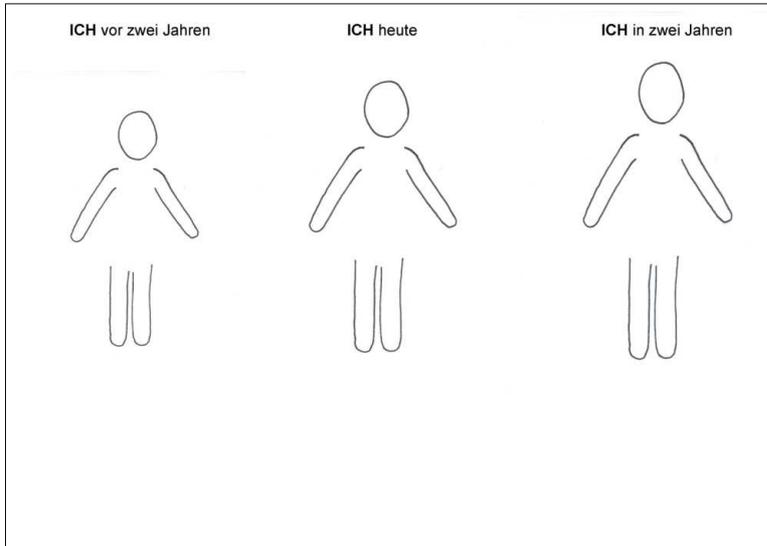
Quelle: Götz, 2008

## Wollen Kinder sexualisierte Körper?



Quelle: Götz, 2008

## Studie zum Lebensgefühl der 8-13 Jährigen Methode – Kreativteil “ICH”



Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

## Natasha, 10 J.



### Entwicklung zu attraktiver (fraulicher) Erscheinung



Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

# Aisha, 10 J.



ICH vor zwei Jahren

Mir fällt im richtigen Moment nie ein guter Spruch ein



Andere sind oft gemein zu mir

Mir fällt im richtigen Moment nie ein guter Spruch ein

Ich finde das Leben fällt schwer

ICH heute

Ich fühle mich zu Hause meistens wohl



Andere sind meistens nett zu mir

Ich finde das Leben fällt leicht

Ich finde mich gut wie ich bin

ICH in zwei Jahren <sup>13</sup>

Ich komme bei anderen gut an



Ich mag wie ich aussehe

Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

# Naima, 11 J.



ICH vor zwei Jahren



ICH heute



ICH in zwei Jahren



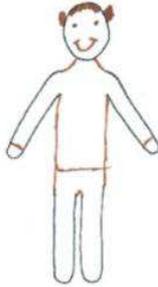
Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

# Daniel, 10 J.

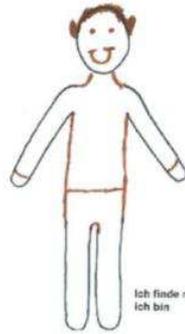


ICH vor zwei Jahren

Andere sind meistens  
nett zu mir

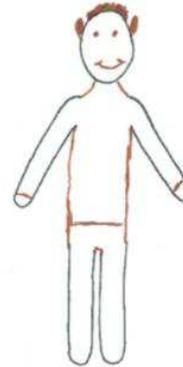


ICH heute



Ich finde mich gut wie  
ich bin

ICH in zwei Jahren



Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

# Sergio, 9 J.



ICH vor zwei Jahren



ICH heute



ICH in zwei Jahren



Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

# Maxi, 10 J.



ICH vor zwei Jahren



ICH heute



ICH in zwei Jahren



Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

## 4.

**Warum lassen sich  
Mädchen/Mütter darauf ein?**



# Phänomen Prinzessin Lillifee



Fallstudien zu Lillifee-Fans  
und ihren Müttern  
(Götz/Cada 2009; 2013)



## Ergebnisse u.a.

- Mädchen: Genuss eines mädchenhaften Medienarrangements
- Mutter: biografische „Heilung“

## Zelebrieren von Weiblichkeit



Quelle: Götz/Cada 2009; 2013, Abbildung Lillifee Copyright Copperrath

# Die Fernsehlieblingsfiguren 2014 (6-12 Jahre)



<u>Jungen</u>	<u>Mädchen</u>
SpongeBob	Prinzessin Lillifee
Bart Simpson	Sally Bollywood
Homer Simpson	Violetta
Jake Long	Jessi
Mr. Bean	Hexe Lilli
Garfield	Kim Possible

Obendrüber  
Unterdurch

Leistung und  
Aufbau

Quelle: IZI 2014; N = 350 Mädchen und N = 376 Jungen zwischen 6 und 12 Jahren,  
durchgeführt von iconKids bus – November 2014, iconkids & youth international research

## Hitliste 2014 Jungen 12-17 Jahre

ohne Sport, Nachrichtensendungen und Lottozahlen!



Platz	Titel	Mio	MA in %
01.	Joko gegen Klaas – Das Duell um die Welt	0,25	44,7%
02.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Folge 9	0,22	45,6%
03.	Men in Black 3	0,20	44,5%
04.	Die Simpsons	0,20	36,3%
05.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Finale	0,20	51,8%
06.	Die Tribute von Panem – The Hunger Games	0,20	40,1%
07.	Die Simpsons – Der Film	0,20	47,1%
08.	Die Simpsons	0,19	38,2%
09.	Die Simpsons	0,19	38,9%
10.	Joko gegen Klaas – Das Duell um die Welt	0,19	42,8%
11.	Galileo	0,19	42,4%

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope 6.0, 01.01.2014-31.12.2014

\* ohne Sport, Nachrichtensendungen und Lottozahlen

## Hitliste 2014 Mädchen 12-17 Jahre

ohne Sport, Nachrichtensendungen und Lottozahlen!



Platz	Titel	Mio	MA in %
01.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Folge 9	0,34	66,9%
02.	DSDS, Folge 5	0,33	54,0%
03.	DSDS, Folge 3	0,32	61,4%
04.	Eurovision Song Contest 2014	0,31	61,5%
05.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Folge 2	0,31	65,8%
06.	Das Supertalent, Folge 7	0,29	48,1%
07.	Das Supertalent, Folge 6	0,27	45,5%
08.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Folge 8	0,26	64,4%
09.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Folge 1	0,26	48,7%
10.	Germany's Next Topmodel, Finale	0,25	52,9%
11.	DSDS, Folge 2	0,25	43,6%

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope 6.0, 01.01.2014-31.12.2014

\* ohne Sport, Nachrichtensendungen und Lottozahlen

## Was an Castingshows (u.a.) fasziniert



Gesamtgesellschaftlicher Trend:

Verunsicherung und die Suche nach Sicherheit und Orientierung

=> **Castingshows als Lernen für das „richtige Leben“**

„Man muss lernen, Kritik zu ertragen“  
(Mädchen, 16 Jahre)

„Immer kämpfen für sein Ziel.“  
(Junge, 19 Jahre)

„Man muss ehrgeizig sein.“  
(Mädchen, 17 Jahre)

„Niemals gegen Herr Bohlen sprechen.“  
(Mädchen, 13 Jahre)

Quelle: Götz / Gather 2010 ; 2013, Götz / Bulla 2009

## Faszination Germany's Next Topmodel



Qualitativ:

n= 120 GNTM-Fans (10 bis 21 Jahre),  
Videoprojekt (6.+8. Klasse, n= 28)

Quantitativ:

n= 1.166 (repräsentativ 9 bis 19 Jahre,  
Icon Kids & Youth Bus)



Quelle: Götz / Gather 2010 / 2011 / 2013

## Was fasziniert Mädchen an Germany's Next Topmodel?



- Ästhetischer Genuss  
+ praktischer Gebrauchswert  
(schminken, stylen, sich inszenieren)
- Mitgehen, mitfiebern, mithoffen  
und mitfühlen mit echten Mädchen
- Bewundern ↔ Beurteilen
- Selbstpositionierung



„Nacktfotoshooting. Ich dachte nur,  
dass ich so was nie machen würde“  
(Mädchen, 14 Jahre)

⇒ **Identitätsarbeit**  
⇒ **in Kommunikation mit Peers und Mutter**



Quelle: Götz / Gather 2010 / 2011 / 2013

## Was nehmen Mädchen von Germany's Next Topmodel mit?



- Selbstinszenierung
- Körperbewusstsein
- Berufsbild Model
- Professionellen Blick  
auf den weiblichen Körper



„Ich motiviere mich, dass ich auch abnehmen  
kann.“ (Mädchen, 13 Jahre)

„Ich merke mir Posen und  
Ausdrücke.“ (Mädchen, 15)



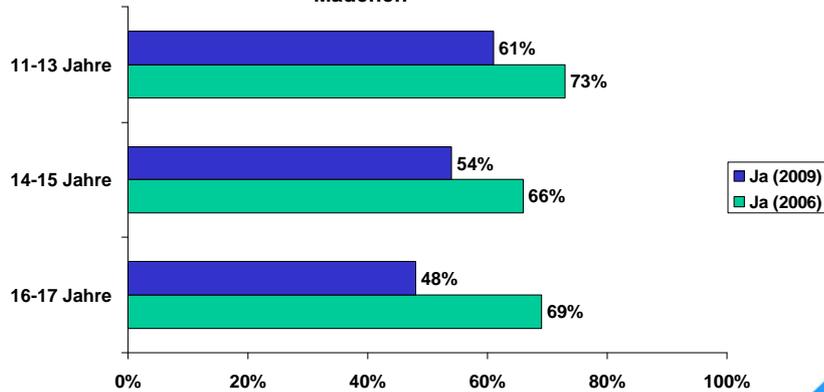
Quelle: Götz / Gather 2010 / 2011 / 2013

# Ist GNTM unproblematisch?



## Dr.-Sommer-Studie 2006-2009: „Bist du zufrieden mit deinem Gewicht?“

Mädchen

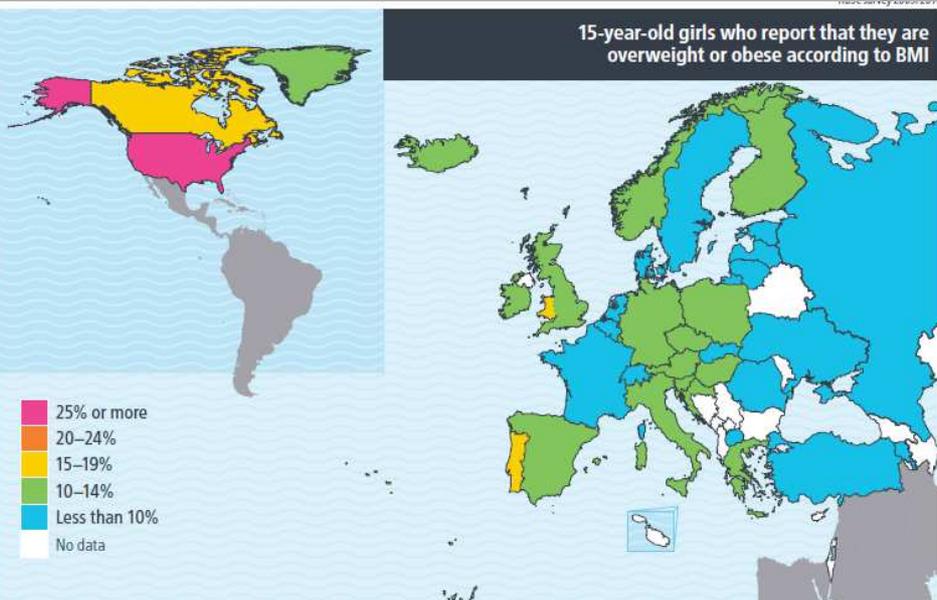


78% der Befragten sind normalgewichtig.

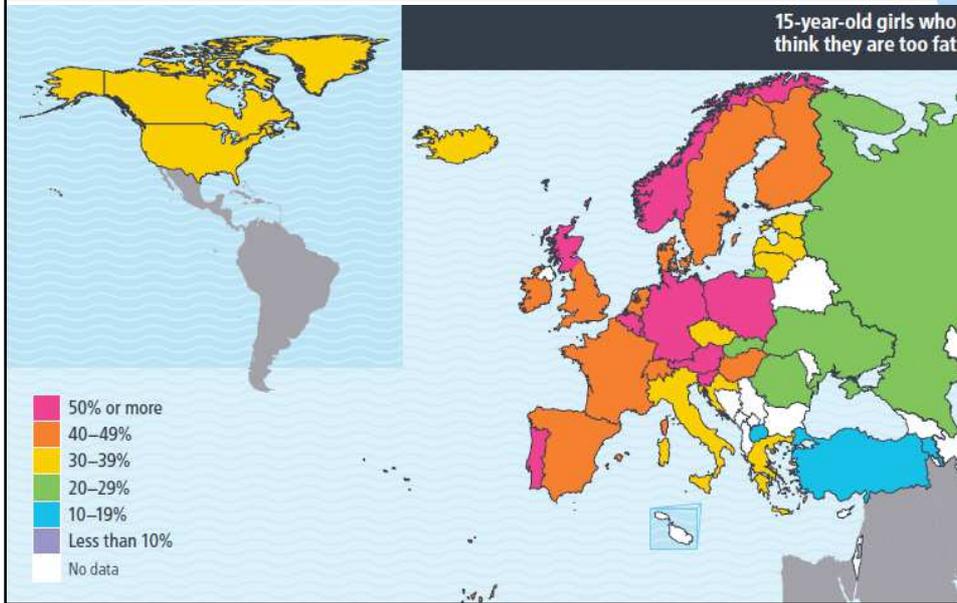
# 15-Jährige und ihr BMI



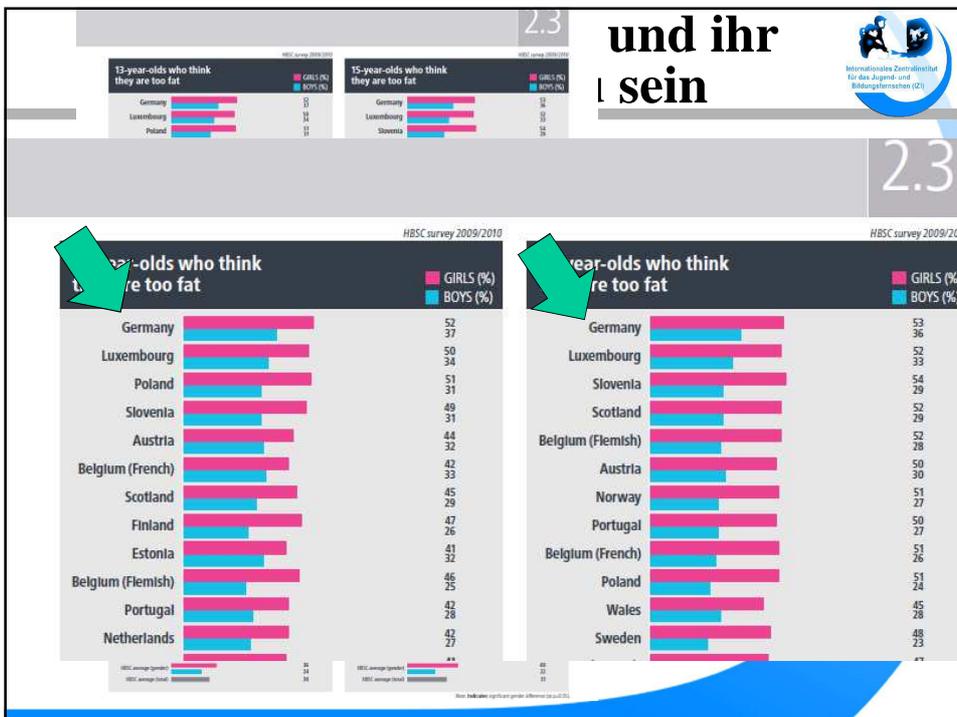
15-year-old girls who report that they are overweight or obese according to BMI



# 15-jährige Mädchen und ihr Gefühl zu dick zu sein



## und ihr Gefühl zu dick zu sein



## Was passiert mit unseren Kindern?



### Von Lillifee zu Topmodel



**Leistung, Anpassung und  
Perfektionismus**  
(in patriarchalen Strukturen  
ohne genügend Vorbilder)

=> **Selbstüberforderung  
und falsche Bilder**

### Von Superman zu Homer Simpson



**Obendrüber und Untendurch**

(ohne geschlechtersensiblen Blick)

=> **Erfolgreiche  
und Verlierer**

## Fast alle der angegebenen Studien in



**Götz, Maya (Hg.):  
Die Fernsehheld(inn)en der  
Mädchen und Jungen**  
Geschlechterspezifische Studien zum  
Kinderfernsehen

Weitere Infos: [WWW.IZI.de](http://WWW.IZI.de)

**Copyright**

Weitergabe, Nachdruck oder Vervielfältigung von Texten, Bildern, Grafiken, Sounddateien, Animationsdateien, Videodateien sowie alle anderen vom IZI zur Verfügung gestellten Inhalte, auch auszugsweise, ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des IZI gestattet.

© Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)

März 2015

# Was passiert mit unseren Kindern?



Von Lillifee zu Topmodel  
von Superman zu Homer Simpson  
Einflussfaktor Rollenbilder in den Medien



Dr. Maya Götz (IZI)  
www.izi.de

Internationales Zentralinstitut  
für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)  
PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL



# Was macht das IZI?



Internationales  
Zentralinstitut für das  
Jugend- und  
Bildungsfernsehen (IZI)



IZI-Bibliothek:  
28.000 Einheiten



Publikation



Grundlagenforschung  
Trendforschung



Sendungsbegleitung





Land Bayern, Stadt München, BR, ZDF, BLM, EBU, UNESCO  
 Deutsche Welle, UNICEF, Goethe Institut, ACCM, ACM, ABU, ASBU, ALA u.v.m.



Gesellschaft zur Förderung  
 des Internationalen Jugend-  
 und Bildungsfernsehens e.V.



Internationales Zentralinstitut  
 für das Jugend- und  
 Bildungsfernsehen (IZI)



P R I X  
 J E U N E S S E  
 I N T E R  
 N A T I O N A L  
 M Ü N C H E N



P R I X  
 J E U N E S S E  
 I N T E R  
 N A T I O N A L  
 M Ü N C H E N

## PRIX JEUNESSE Workshops 2013

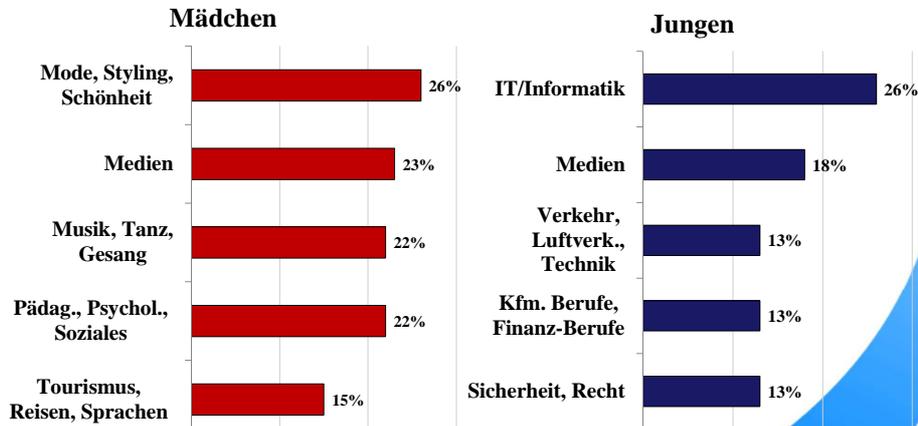




# Traumjobs 2014



Wenn sich die Jugendlichen ihren Traumjob aussuchen könnten, in welchem Bereich würden sie gern arbeiten?



## Warum so geschlechterstereotyp?

Quelle: Bravo Trendmonitor 2014. Bauer Media Group, S. 14. ; Basis: 961 Jugendliche im Alter von 12-19 Jahren;



## Das Problem „Jungen“



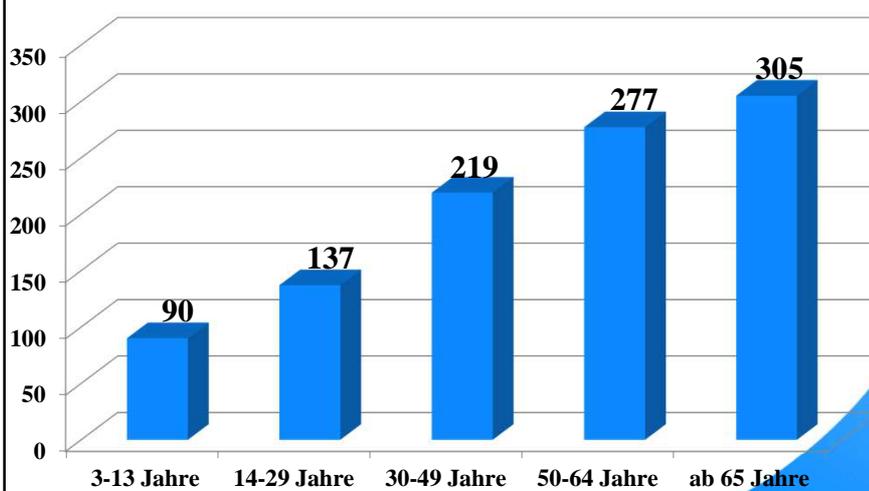
# 2.

## Spielen Medien eine Rolle?



### Kinder (3-13 Jahre) sehen 2013 täglich durchschnittlich 1,5 Stunden fern

Durchschnittliche Sehdauer / Tag in Minuten



Basis: Daten 2012 BRD gesamt, Mo-So, 3:00-3:00 Uhr.

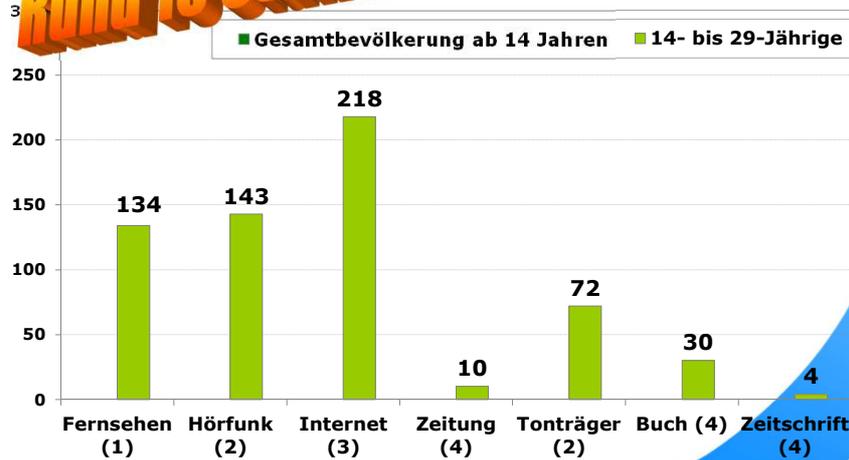
Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, TV Scope, Panel (D+EU) 2012

## Jugendliche – Medien



**Rund 10 Stunden tägl.**

Tägliche Nutzungsdauer in Minuten



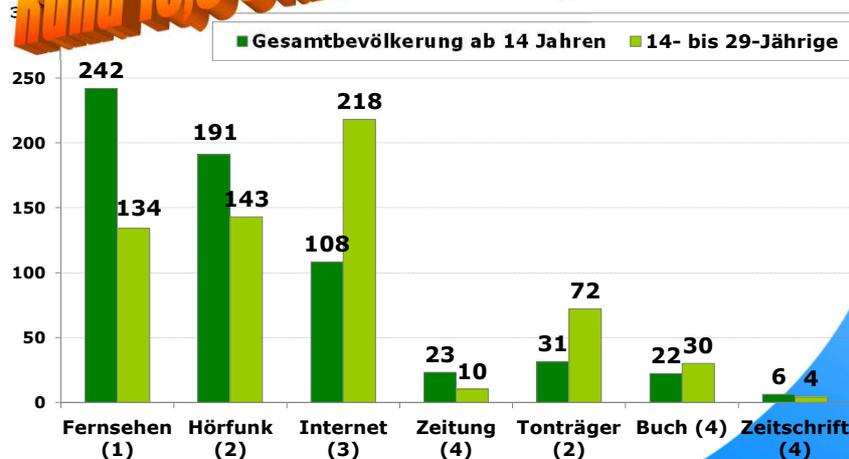
Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland, Montag bis Sonntag  
 Quellen: (1) GfK-TV Scope (2011), (2) MA 2011 Radio II, (3) ARD-/ZDF-Online-Studie 2011, (4) Massenkommunikation 2010

## Erwachsene – Medien (2011)



**Rund 10,5 Stunden tägl.**

Tägliche Nutzungsdauer in Minuten



Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland, Montag bis Sonntag  
 Quellen: (1) GfK-TV Scope (2011), (2) MA 2011 Radio II, (3) ARD-/ZDF-Online-Studie 2011, (4) Massenkommunikation 2010

# 3.

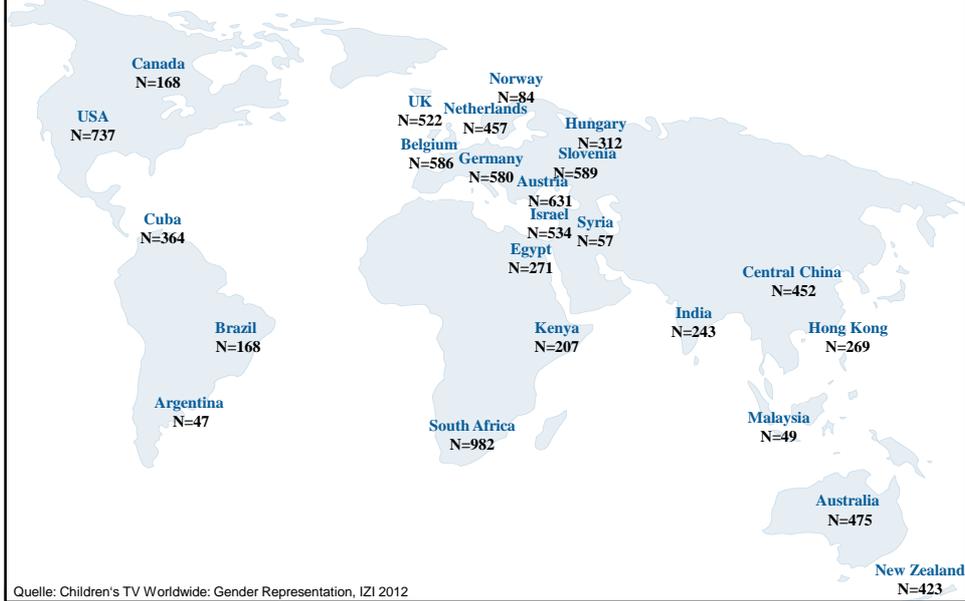
## Welche Bilder von Gender bieten Medien?



## Children's Television Worldwide 1: Gender Representation

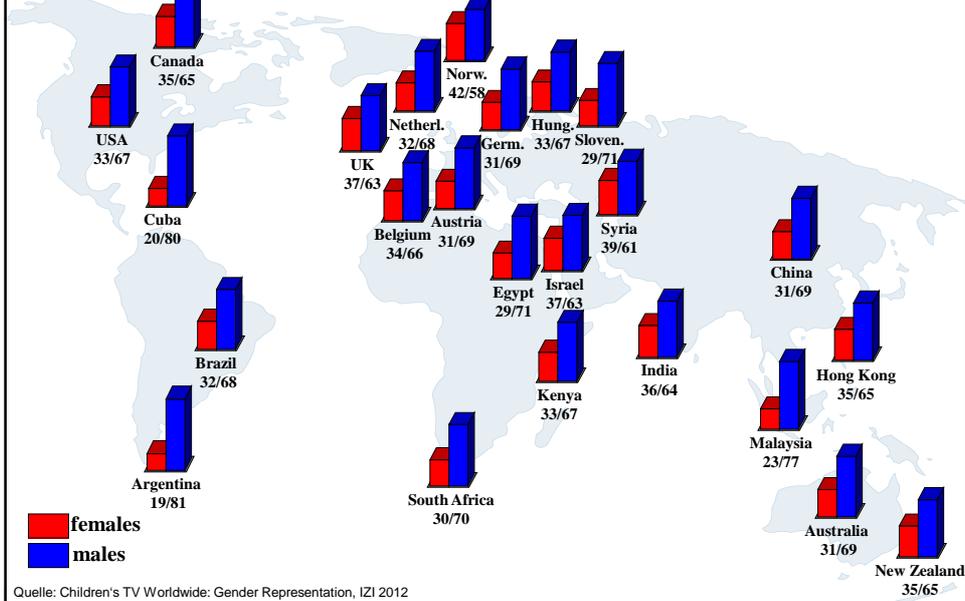
- 24 Länder
- 2.367 Stunden explizites Kinderfernsehen
- 9.207 Sendungen
- 26.332 Hauptcharaktere (fiction)
- 15.503 menschliche Figuren

# Children's Television Worldwide 1: Gender Representation (N=Shows)



# Geschlecht der Hauptfiguren

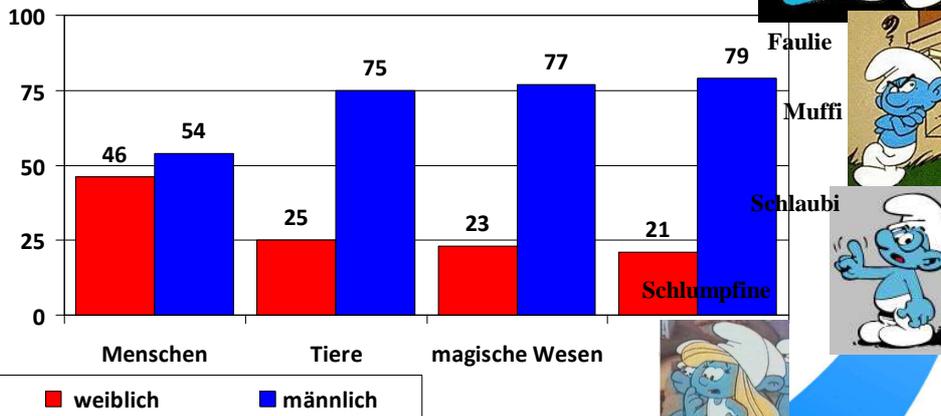
32% weiblich / 68% männlich



## Kinderfernsehen in Deutschland 2011



### Je konstruierter, je männlicher



Quelle: Medienanalyse Diversity im dt. Kinderfernsehen, IZI 2011

## Medienanalyse weitere Ergebnisse



### Weibliche Figuren sind

eher Teamarbeiterinnen,  
 eher jünger,  
 konsumieren mehr,  
 nutzen kaum Technik,  
 Add-On-Figuren  
 und haben überproportional  
 häufig rote Haare



Quelle: Children's TV Worldwide: Gender Representation, IZI 2012

## Medienanalyse weitere Ergebnisse



### Weibliche Figuren sind

eher Teamarbeiterinnen,  
eher jünger,  
konsumieren mehr,  
nutzen kaum Technik,  
Add-On-Figuren  
und haben überproportional  
häufig rote Haare



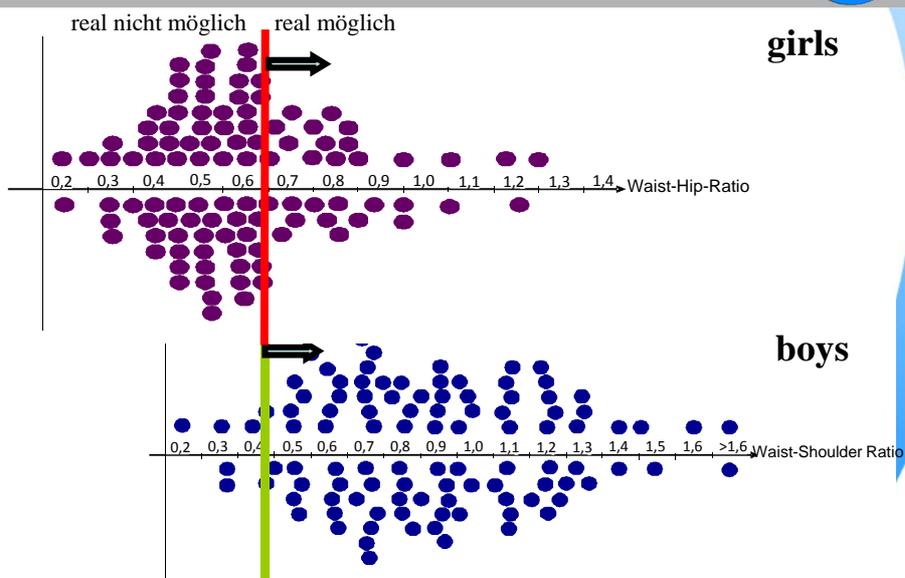
### Männliche Figuren sind

dominanter, lauter, lachen,  
beleidigen und bedrohen mehr  
fähiger,  
in verantwortungsvolleren  
Positionen,  
und werden innerhalb der  
Handlung häufiger belohnt.



Quelle: Children's TV Worldwide: Gender Representation, IZI 2012

## The „global body“ (n=102; n=102)



Source: Götz / Herche 2012

## Wollen Kinder sexualisierte Körper?



WHR 0,57



WHR 0,8

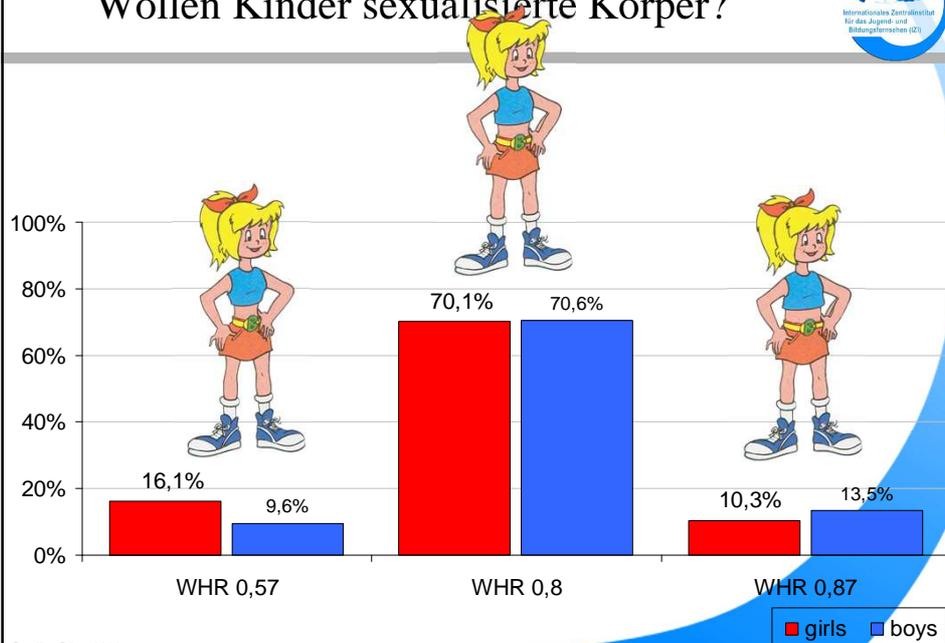


WHR 0,87

Wir fragten N= 1.055 3- bis 12-Jährige:  
Wie soll Bibi aussehen?

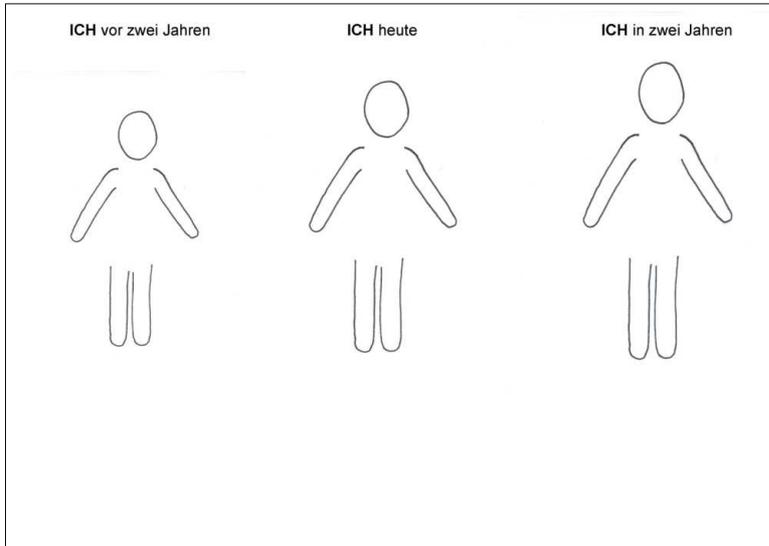
Quelle: Götz, 2008

## Wollen Kinder sexualisierte Körper?



Quelle: Götz, 2008

## Studie zum Lebensgefühl der 8-13 Jährigen Methode – Kreativteil “ICH”



Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

## Natasha, 10 J.



### Entwicklung zu attraktiver (fraulicher) Erscheinung



Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

# Aisha, 10 J.



ICH vor zwei Jahren

Mir fällt im richtigen Moment nie ein guter Spruch ein



Andere sind oft gemein zu mir

Mir fällt im richtigen Moment nie ein guter Spruch ein

Ich finde das Leben fällt schwer

ICH heute

Ich fühle mich zu Hause meistens wohl



Andere sind meistens nett zu mir

Ich finde das Leben fällt leicht

Ich finde mich gut wie ich bin

ICH in zwei Jahren <sup>13</sup>

Ich komme bei anderen gut an



Ich mag wie ich aussehe

Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

# Naima, 11 J.



ICH vor zwei Jahren



ICH heute



ICH in zwei Jahren



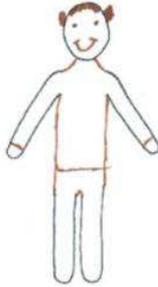
Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

# Daniel, 10 J.

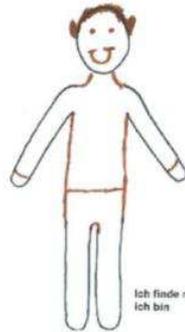


ICH vor zwei Jahren

Andere sind meistens  
nett zu mir

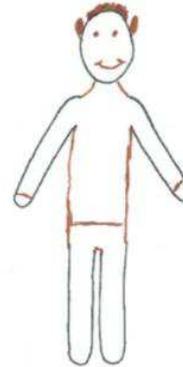


ICH heute



Ich finde mich gut wie  
ich bin

ICH in zwei Jahren



Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

# Sergio, 9 J.



ICH vor zwei Jahren



ICH heute



ICH in zwei Jahren



Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

## Maxi, 10 J.



ICH vor zwei Jahren



ICH heute



ICH in zwei Jahren



Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

## 4.

**Warum lassen sich  
Mädchen/Mütter darauf ein?**



# Phänomen Prinzessin Lillifee



Fallstudien zu Lillifee-Fans  
und ihren Müttern  
(Götz/Cada 2009; 2013)



## Ergebnisse u.a.

- Mädchen: Genuss eines mädchenhaften Medienarrangements
- Mutter: biografische „Heilung“

## Zelebrieren von Weiblichkeit



Quelle: Götz/Cada 2009; 2013, Abbildung Lillifee Copyright Coppenrath

# Die Fernsehlieblingsfiguren 2014 (6-12 Jahre)



<u>Jungen</u>	<u>Mädchen</u>
SpongeBob	Prinzessin Lillifee
Bart Simpson	Sally Bollywood
Homer Simpson	Violetta
Jake Long	Jessi
Mr. Bean	Hexe Lilli
Garfield	Kim Possible

Obendrüber  
Unterdurch

Leistung und  
Aufbau

Quelle: IZI 2014; N = 350 Mädchen und N = 376 Jungen zwischen 6 und 12 Jahren,  
durchgeführt von iconKids bus – November 2014, iconkids & youth international research

## Hitliste 2014 Jungen 12-17 Jahre

ohne Sport, Nachrichtensendungen und Lottozahlen!



Platz	Titel	Mio	MA in %
01.	Joko gegen Klaas – Das Duell um die Welt	0,25	44,7%
02.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Folge 9	0,22	45,6%
03.	Men in Black 3	0,20	44,5%
04.	Die Simpsons	0,20	36,3%
05.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Finale	0,20	51,8%
06.	Die Tribute von Panem – The Hunger Games	0,20	40,1%
07.	Die Simpsons – Der Film	0,20	47,1%
08.	Die Simpsons	0,19	38,2%
09.	Die Simpsons	0,19	38,9%
10.	Joko gegen Klaas – Das Duell um die Welt	0,19	42,8%
11.	Galileo	0,19	42,4%

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope 6.0, 01.01.2014-31.12.2014

\* ohne Sport, Nachrichtensendungen und Lottozahlen

## Hitliste 2014 Mädchen 12-17 Jahre

ohne Sport, Nachrichtensendungen und Lottozahlen!



Platz	Titel	Mio	MA in %
01.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Folge 9	0,34	66,9%
02.	DSDS, Folge 5	0,33	54,0%
03.	DSDS, Folge 3	0,32	61,4%
04.	Eurovision Song Contest 2014	0,31	61,5%
05.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Folge 2	0,31	65,8%
06.	Das Supertalent, Folge 7	0,29	48,1%
07.	Das Supertalent, Folge 6	0,27	45,5%
08.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Folge 8	0,26	64,4%
09.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Folge 1	0,26	48,7%
10.	Germany's Next Topmodel, Finale	0,25	52,9%
11.	DSDS, Folge 2	0,25	43,6%

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope 6.0, 01.01.2014-31.12.2014

\* ohne Sport, Nachrichtensendungen und Lottozahlen

## Was an Castingshows (u.a.) fasziniert



Gesamtgesellschaftlicher Trend:

Verunsicherung und die Suche nach Sicherheit und Orientierung

=> **Castingshows als Lernen für das „richtige Leben“**



## Faszination Germany's Next Topmodel



Qualitativ:

n= 120 GNTM-Fans (10 bis 21 Jahre),  
Videoprojekt (6.+8. Klasse, n= 28)

Quantitativ:

n= 1.166 (repräsentativ 9 bis 19 Jahre,  
Icon Kids & Youth Bus)



Quelle: Götz / Gather 2010 / 2011 / 2013

## Was fasziniert Mädchen an Germany's Next Topmodel?



- Ästhetischer Genuss  
+ praktischer Gebrauchswert  
(schminken, stylen, sich inszenieren)
- Mitgehen, mitfiebern, mithoffen  
und mitfühlen mit echten Mädchen
- Bewundern ↔ Beurteilen
- Selbstpositionierung



„Nacktfotoshooting. Ich dachte nur, dass ich so was nie machen würde“ (Mädchen, 14 Jahre)

⇒ **Identitätsarbeit**  
⇒ **in Kommunikation mit Peers und Mutter**



Quelle: Götz / Gather 2010 / 2011 / 2013

## Was nehmen Mädchen von Germany's Next Topmodel mit?



- Selbstinszenierung
- Körperbewusstsein
- Berufsbild Model
- Professionellen Blick  
auf den weiblichen Körper



„Ich motiviere mich, dass ich auch abnehmen kann.“ (Mädchen, 13 Jahre)

„Ich merke mir Posen und Ausdrücke.“ (Mädchen, 15)



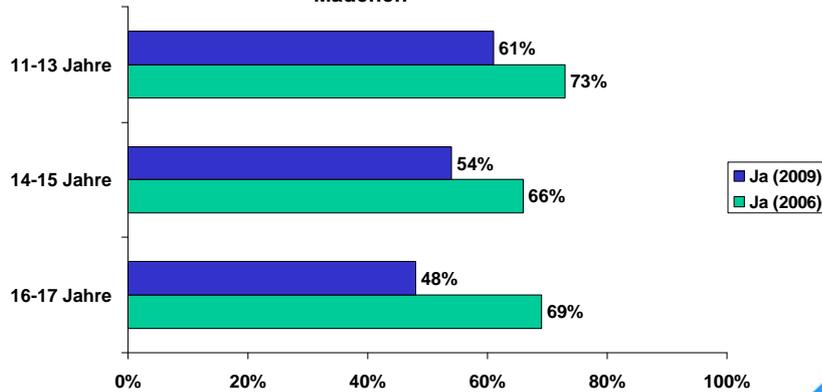
Quelle: Götz / Gather 2010 / 2011 / 2013

# Ist GNTM unproblematisch?



## Dr.-Sommer-Studie 2006-2009: „Bist du zufrieden mit deinem Gewicht?“

Mädchen

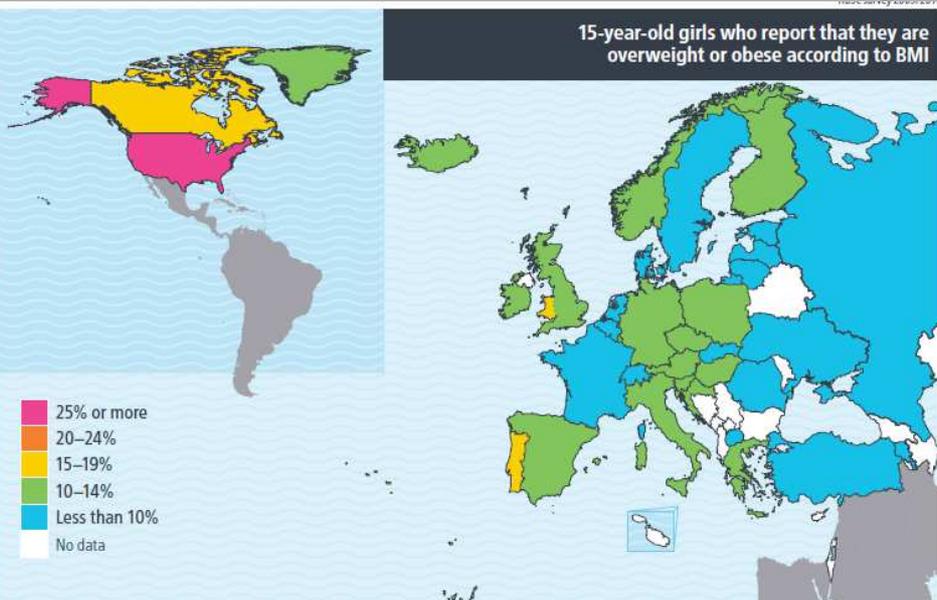


78% der Befragten sind normalgewichtig.

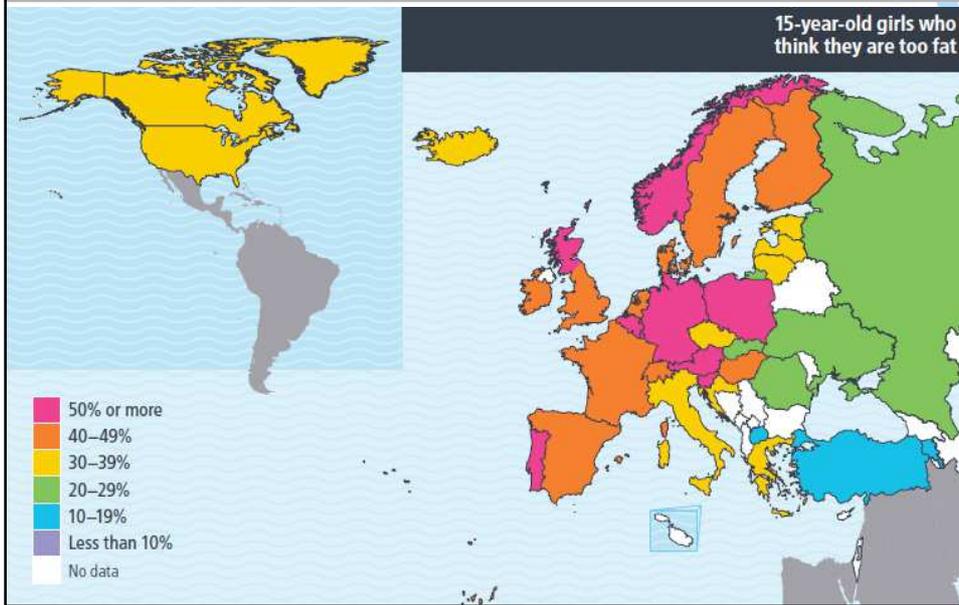
# 15-Jährige und ihr BMI



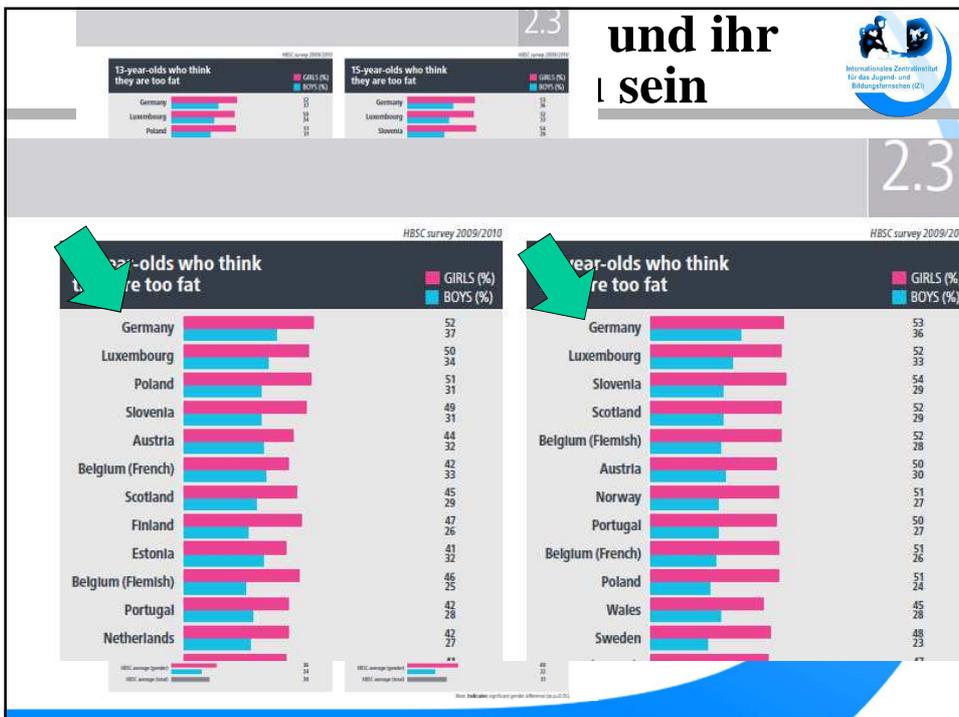
15-year-old girls who report that they are overweight or obese according to BMI



# 15-jährige Mädchen und ihr Gefühl zu dick zu sein



## und ihr Gefühl zu dick zu sein



## Was passiert mit unseren Kindern?



**Von Lillifee  
zu Topmodel**



**Leistung, Anpassung und  
Perfektionismus**  
(in patriarchalen Strukturen  
ohne genügend Vorbilder)

=> **Selbstüberforderung  
und falsche Bilder**

**Von Superman  
zu Homer Simpson**



**Obendrüber und Untendurch**

(ohne geschlechtersensiblen Blick)

=> **Erfolgreiche  
und Verlierer**

## Fast alle der angegebenen Studien in



**Götz, Maya (Hg.):  
Die Fernsehheld(inn)en der  
Mädchen und Jungen**  
Geschlechterspezifische Studien zum  
Kinderfernsehen

Weitere Infos: [WWW.IZI.de](http://WWW.IZI.de)

**Copyright**

Weitergabe, Nachdruck oder Vervielfältigung von Texten, Bildern, Grafiken, Sounddateien, Animationsdateien, Videodateien sowie alle anderen vom IZI zur Verfügung gestellten Inhalte, auch auszugsweise, ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des IZI gestattet.

© Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)

März 2015

# Was passiert mit unseren Kindern?



Von Lillifee zu Topmodel  
von Superman zu Homer Simpson  
Einflussfaktor Rollenbilder in den Medien



Dr. Maya Götz (IZI)  
www.izi.de

Internationales Zentralinstitut  
für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)  
PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL



# Was macht das IZI?



Internationales  
Zentralinstitut für das  
Jugend- und  
Bildungsfernsehen (IZI)



IZI-Bibliothek:  
28.000 Einheiten



Publikation



Grundlagenforschung  
Trendforschung



Sendungsbegleitung





Land Bayern, Stadt München, BR, ZDF, BLM, EBU, UNESCO  
 Deutsche Welle, UNICEF, Goethe Institut, ACCM, ACM, ABU, ASBU, ALA u.v.m.



Gesellschaft zur Förderung  
 des Internationalen Jugend-  
 und Bildungsfernsehens e.V.



Internationales Zentralinstitut  
 für das Jugend- und  
 Bildungsfernsehen (IZI)



P R I X  
 J E U N E S S E  
 I N T E R  
 N A T I O N A L  
 M Ü N C H E N



P R I X  
 J E U N E S S E  
 I N T E R  
 N A T I O N A L  
 M Ü N C H E N

## PRIX JEUNESSE Workshops 2013

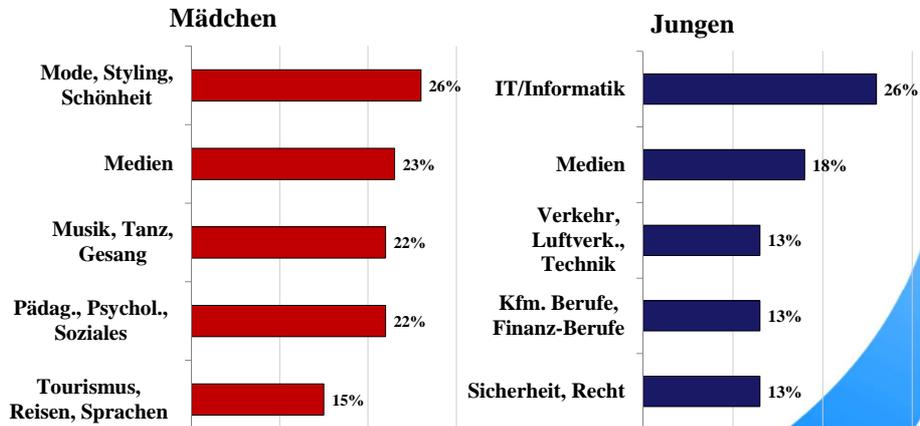




# Traumjobs 2014



Wenn sich die Jugendlichen ihren Traumjob aussuchen könnten, in welchem Bereich würden sie gern arbeiten?

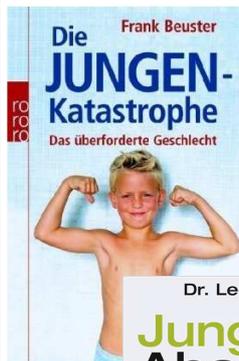


## Warum so geschlechterstereotyp?

Quelle: Bravo Trendmonitor 2014. Bauer Media Group, S. 14. ; Basis: 961 Jugendliche im Alter von 12-19 Jahren;



## Das Problem „Jungen“



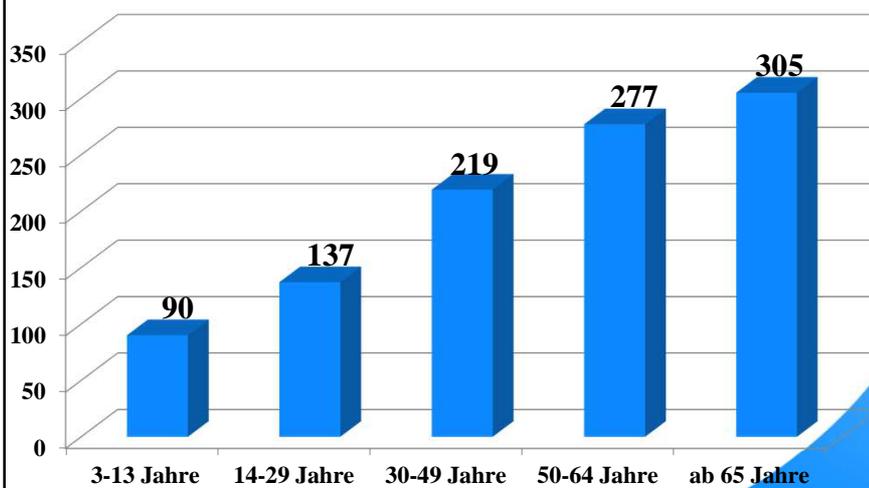
# 2.

## Spielen Medien eine Rolle?



### Kinder (3-13 Jahre) sehen 2013 täglich durchschnittlich 1,5 Stunden fern

Durchschnittliche Sehdauer / Tag in Minuten



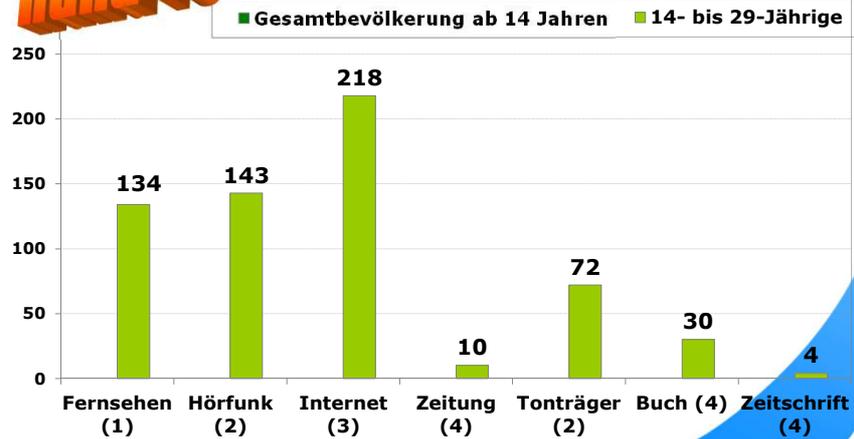
Basis: Daten 2012 BRD gesamt, Mo-So, 3:00-3:00 Uhr.

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, TV Scope, Panel (D+EU) 2012

## Jugendliche – Medien



**Rund 10 Stunden tägl.**  
Tägliche Nutzungsdauer in Minuten

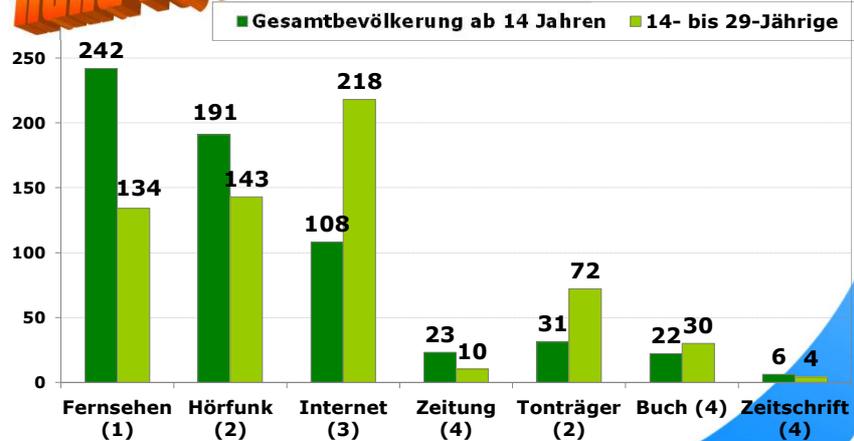


Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland, Montag bis Sonntag  
 Quellen: (1) GfK-TV Scope (2011), (2) MA 2011 Radio II, (3) ARD-/ZDF-Online-Studie 2011, (4) Massenkommunikation 2010

## Erwachsene – Medien (2011)



**Rund 10,5 Stunden tägl.**  
Tägliche Nutzungsdauer in Minuten



Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland, Montag bis Sonntag  
 Quellen: (1) GfK-TV Scope (2011), (2) MA 2011 Radio II, (3) ARD-/ZDF-Online-Studie 2011, (4) Massenkommunikation 2010

# 3.

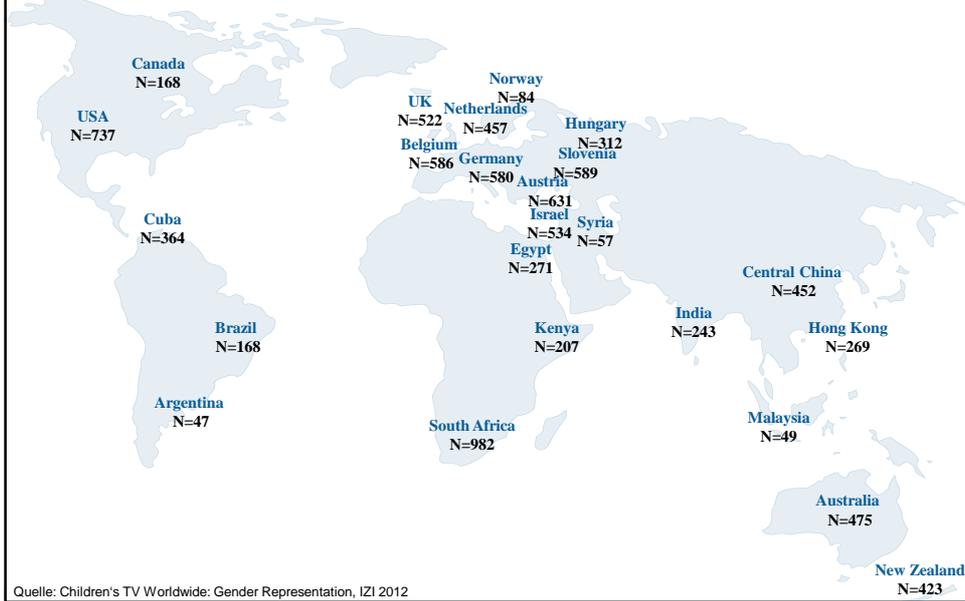
## Welche Bilder von Gender bieten Medien?



## Children's Television Worldwide 1: Gender Representation

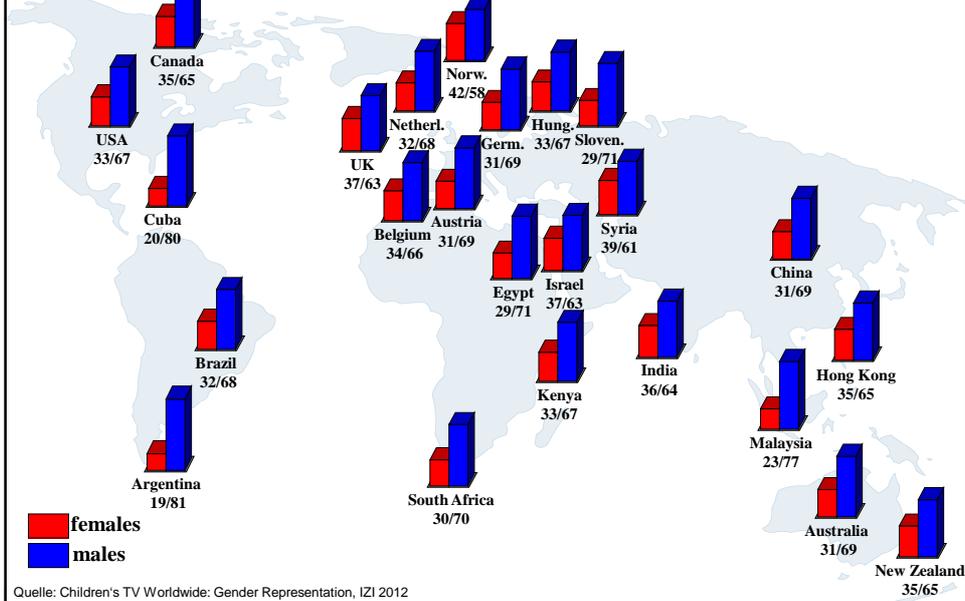
- 24 Länder
- 2.367 Stunden explizites Kinderfernsehen
- 9.207 Sendungen
- 26.332 Hauptcharaktere (fiction)
- 15.503 menschliche Figuren

# Children's Television Worldwide 1: Gender Representation (N=Shows)



# Geschlecht der Hauptfiguren

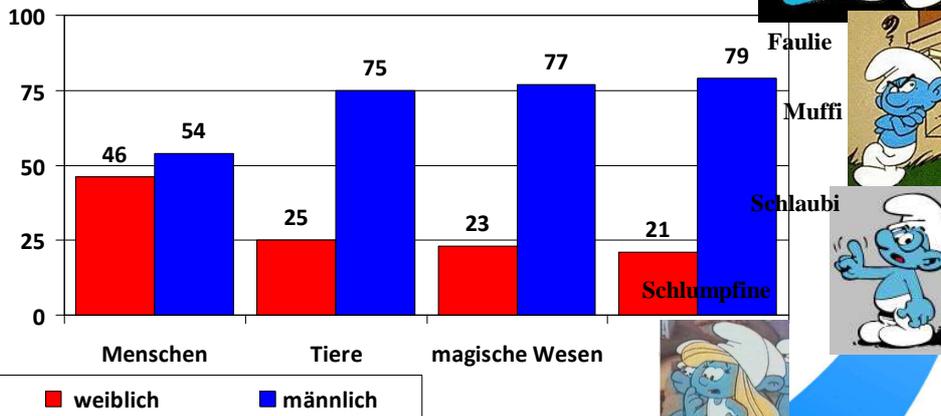
32% weiblich / 68% männlich



## Kinderfernsehen in Deutschland 2011



### Je konstruierter, je männlicher



Quelle: Medienanalyse Diversity im dt. Kinderfernsehen, IZI 2011

## Medienanalyse weitere Ergebnisse



### Weibliche Figuren sind

eher Teamarbeiterinnen,  
eher jünger,  
konsumieren mehr,  
nutzen kaum Technik,  
Add-On-Figuren  
und haben überproportional  
häufig rote Haare



Quelle: Children's TV Worldwide: Gender Representation, IZI 2012

## Medienanalyse weitere Ergebnisse



### Weibliche Figuren sind

eher Teamarbeiterinnen,  
eher jünger,  
konsumieren mehr,  
nutzen kaum Technik,  
Add-On-Figuren  
und haben überproportional  
häufig rote Haare



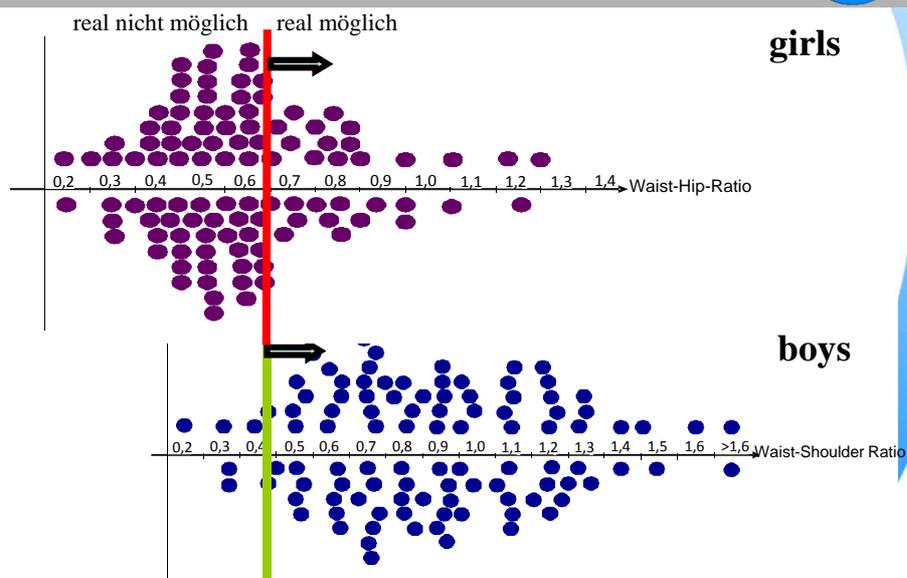
### Männliche Figuren sind

dominanter, lauter, lachen,  
beleidigen und bedrohen mehr  
fähiger,  
in verantwortungsvolleren  
Positionen,  
und werden innerhalb der  
Handlung häufiger belohnt.



Quelle: Children's TV Worldwide: Gender Representation, IZI 2012

## The „global body“ (n=102; n=102)



Source: Götz / Herche 2012

## Wollen Kinder sexualisierte Körper?



WHR 0,57



WHR 0,8

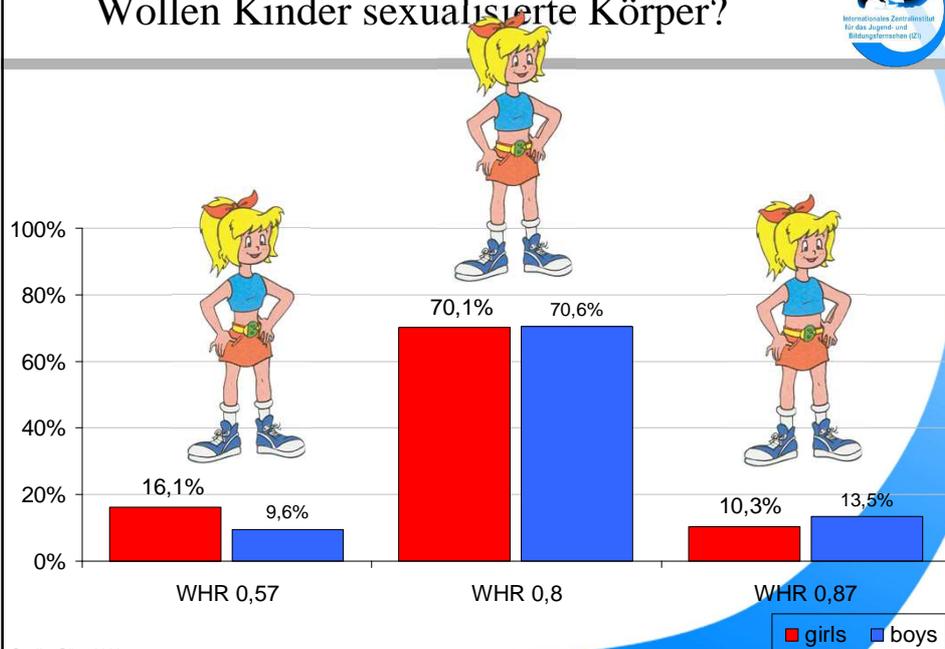


WHR 0,87

Wir fragten N= 1.055 3- bis 12-Jährige:  
Wie soll Bibi aussehen?

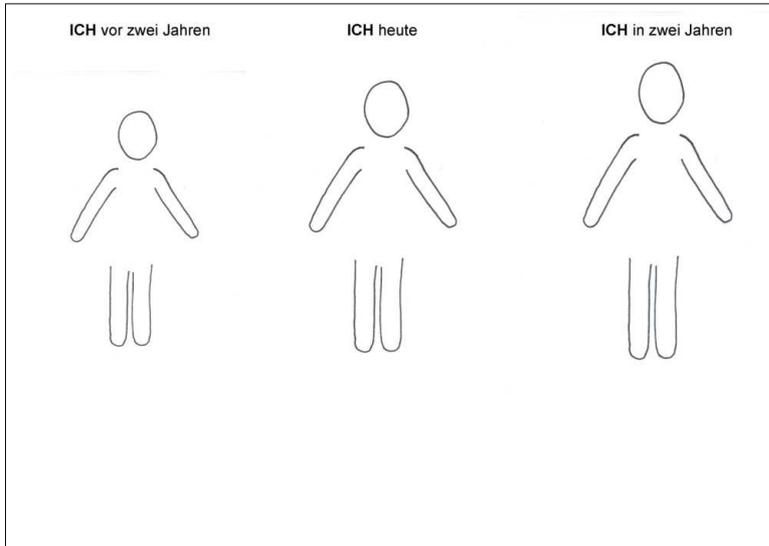
Quelle: Götz, 2008

## Wollen Kinder sexualisierte Körper?



Quelle: Götz, 2008

## Studie zum Lebensgefühl der 8-13 Jährigen Methode – Kreativteil “ICH”



Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

## Natasha, 10 J.



### Entwicklung zu attraktiver (fraulicher) Erscheinung



Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

# Aisha, 10 J.



ICH vor zwei Jahren

Mir fällt im richtigen Moment nie ein guter Spruch ein



Andere sind oft gemein zu mir

Mir fällt im richtigen Moment nie ein guter Spruch ein

Ich finde das Leben fällt schwer

ICH heute

Ich fühle mich zu Hause meistens wohl



Andere sind meistens nett zu mir

Ich finde das Leben fällt leicht

Ich finde mich gut wie ich bin

ICH in zwei Jahren <sup>13</sup>

Ich komme bei anderen gut an



Ich mag wie ich aussehe

Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

# Naima, 11 J.



ICH vor zwei Jahren



ICH heute



ICH in zwei Jahren



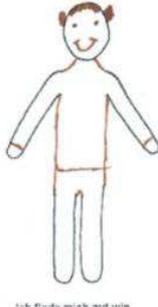
Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

# Daniel, 10 J.

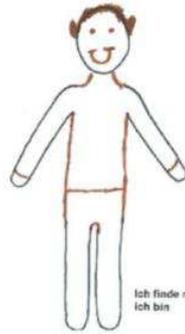


ICH vor zwei Jahren

Andere sind meistens  
nett zu mir

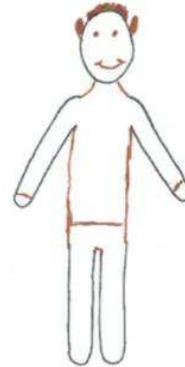


ICH heute



Ich finde mich gut wie  
ich bin

ICH in zwei Jahren



Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

# Sergio, 9 J.



ICH vor zwei Jahren



ICH heute



ICH in zwei Jahren



Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

## Maxi, 10 J.



ICH vor zwei Jahren



ICH heute



ICH in zwei Jahren



Quelle: IZI Befragung 2012 N=36 (8-13 Jahre); Götz/Unterstell 2012

## 4.

**Warum lassen sich  
Mädchen/Mütter darauf ein?**



# Phänomen Prinzessin Lillifee



Fallstudien zu Lillifee-Fans  
und ihren Müttern  
(Götz/Cada 2009; 2013)

## Ergebnisse u.a.

- Mädchen: Genuss eines mädchenhaften Medienarrangements
- Mutter: biografische „Heilung“

## Zelebrieren von Weiblichkeit



Quelle: Götz/Cada 2009; 2013, Abbildung Lillifee Copyright Coppenrath

# Die Fernsehlieblingsfiguren 2014 (6-12 Jahre)



<u>Jungen</u>	<u>Mädchen</u>
SpongeBob	Prinzessin Lillifee
Bart Simpson	Sally Bollywood
Homer Simpson	Violetta
Jake Long	Jessi
Mr. Bean	Hexe Lilli
Garfield	Kim Possible

Obendrüber  
Unterdurch

Leistung und  
Aufbau

Quelle: IZI 2014; N = 350 Mädchen und N = 376 Jungen zwischen 6 und 12 Jahren,  
durchgeführt von iconKids bus – November 2014, iconkids & youth international research

## Hitliste 2014 Jungen 12-17 Jahre

ohne Sport, Nachrichtensendungen und Lottozahlen!



Platz	Titel	Mio	MA in %
01.	Joko gegen Klaas – Das Duell um die Welt	0,25	44,7%
02.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Folge 9	0,22	45,6%
03.	Men in Black 3	0,20	44,5%
04.	Die Simpsons	0,20	36,3%
05.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Finale	0,20	51,8%
06.	Die Tribute von Panem – The Hunger Games	0,20	40,1%
07.	Die Simpsons – Der Film	0,20	47,1%
08.	Die Simpsons	0,19	38,2%
09.	Die Simpsons	0,19	38,9%
10.	Joko gegen Klaas – Das Duell um die Welt	0,19	42,8%
11.	Galileo	0,19	42,4%

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope 6.0, 01.01.2014-31.12.2014

\* ohne Sport, Nachrichtensendungen und Lottozahlen

## Hitliste 2014 Mädchen 12-17 Jahre

ohne Sport, Nachrichtensendungen und Lottozahlen!



Platz	Titel	Mio	MA in %
01.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Folge 9	0,34	66,9%
02.	DSDS, Folge 5	0,33	54,0%
03.	DSDS, Folge 3	0,32	61,4%
04.	Eurovision Song Contest 2014	0,31	61,5%
05.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Folge 2	0,31	65,8%
06.	Das Supertalent, Folge 7	0,29	48,1%
07.	Das Supertalent, Folge 6	0,27	45,5%
08.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Folge 8	0,26	64,4%
09.	Ich bin ein Star, holt mich hier raus, Folge 1	0,26	48,7%
10.	Germany's Next Topmodel, Finale	0,25	52,9%
11.	DSDS, Folge 2	0,25	43,6%

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope 6.0, 01.01.2014-31.12.2014

\* ohne Sport, Nachrichtensendungen und Lottozahlen

## Was an Castingshows (u.a.) fasziniert



Gesamtgesellschaftlicher Trend:

Verunsicherung und die Suche nach Sicherheit und Orientierung

=> **Castingshows als Lernen für das „richtige Leben“**



## Faszination Germany's Next Topmodel



Qualitativ:

n= 120 GNTM-Fans (10 bis 21 Jahre),  
Videoprojekt (6.+8. Klasse, n= 28)

Quantitativ:

n= 1.166 (repräsentativ 9 bis 19 Jahre,  
Icon Kids & Youth Bus)



Quelle: Götz / Gather 2010 / 2011 / 2013

## Was fasziniert Mädchen an Germany's Next Topmodel?



- Ästhetischer Genuss  
+ praktischer Gebrauchswert  
(schminken, stylen, sich inszenieren)
- Mitgehen, mitfiebern, mithoffen  
und mitfühlen mit echten Mädchen
- Bewundern ↔ Beurteilen
- Selbstpositionierung



„Nacktfotoshooting. Ich dachte nur, dass ich so was nie machen würde“ (Mädchen, 14 Jahre)

⇒ **Identitätsarbeit**  
⇒ **in Kommunikation mit Peers und Mutter**



Quelle: Götz / Gather 2010 / 2011 / 2013

## Was nehmen Mädchen von Germany's Next Topmodel mit?



- Selbstinszenierung
- Körperbewusstsein
- Berufsbild Model
- Professionellen Blick  
auf den weiblichen Körper



„Ich motiviere mich, dass ich auch abnehmen kann.“ (Mädchen, 13 Jahre)

„Ich merke mir Posen und Ausdrücke.“ (Mädchen, 15)



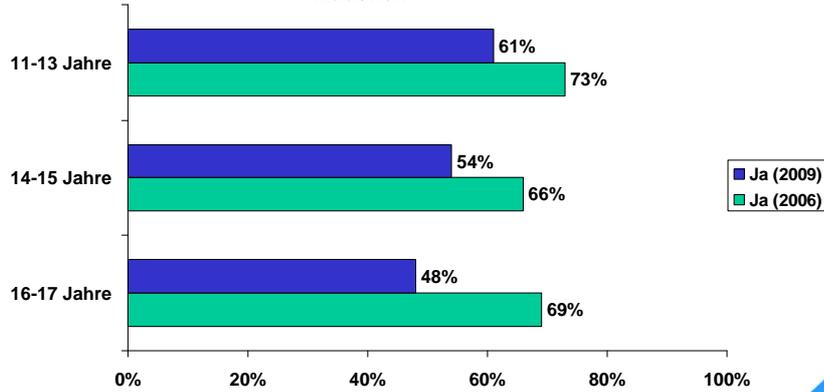
Quelle: Götz / Gather 2010 / 2011 / 2013

# Ist GNTM unproblematisch?



## Dr.-Sommer-Studie 2006-2009: „Bist du zufrieden mit deinem Gewicht?“

Mädchen

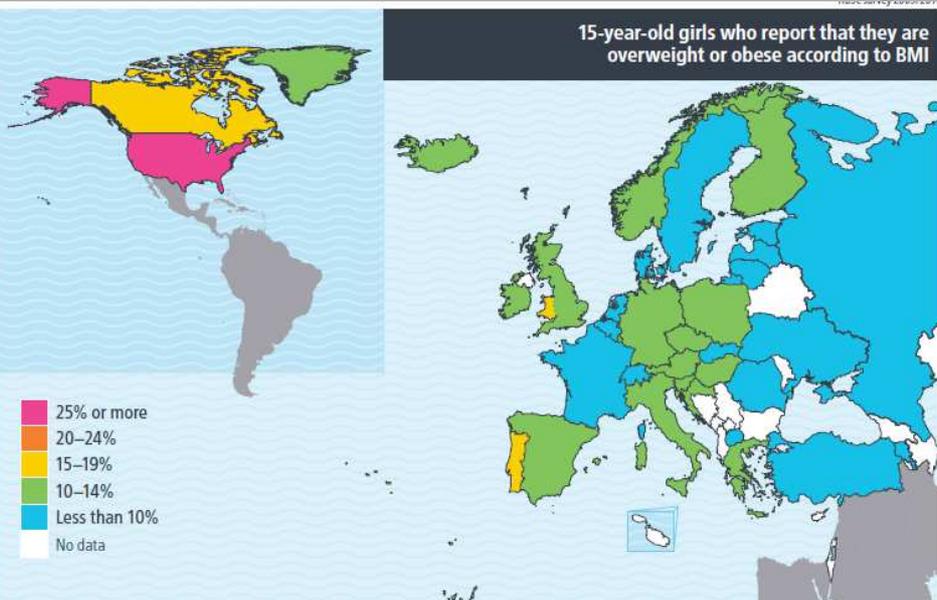


78% der Befragten sind normalgewichtig.

# 15-Jährige und ihr BMI



15-year-old girls who report that they are overweight or obese according to BMI





## Was passiert mit unseren Kindern?



### Von Lillifee zu Topmodel



**Leistung, Anpassung und  
Perfektionismus**  
(in patriarchalen Strukturen  
ohne genügend Vorbilder)

=> **Selbstüberforderung  
und falsche Bilder**

### Von Superman zu Homer Simpson



**Obendrüber und Untendurch**

(ohne geschlechtersensiblen Blick)

=> **Erfolgreiche  
und Verlierer**

## Fast alle der angegebenen Studien in



**Götz, Maya (Hg.):  
Die Fernsehheld(inn)en der  
Mädchen und Jungen**  
Geschlechterspezifische Studien zum  
Kinderfernsehen

Weitere Infos: [WWW.IZI.de](http://WWW.IZI.de)

**Copyright**

Weitergabe, Nachdruck oder Vervielfältigung von Texten, Bildern, Grafiken, Sounddateien, Animationsdateien, Videodateien sowie alle anderen vom IZI zur Verfügung gestellten Inhalte, auch auszugsweise, ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des IZI gestattet.

© Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)

März 2015