

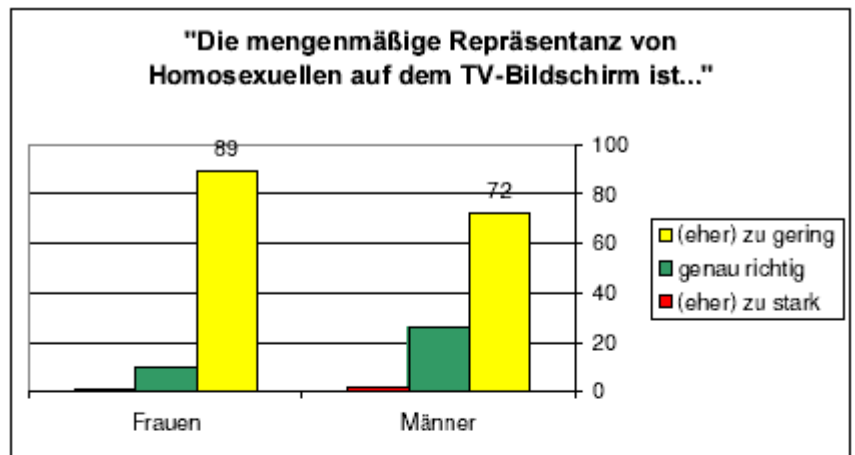
## ANDERS FERNSEHEN

### Studie: TV & Homosexualität

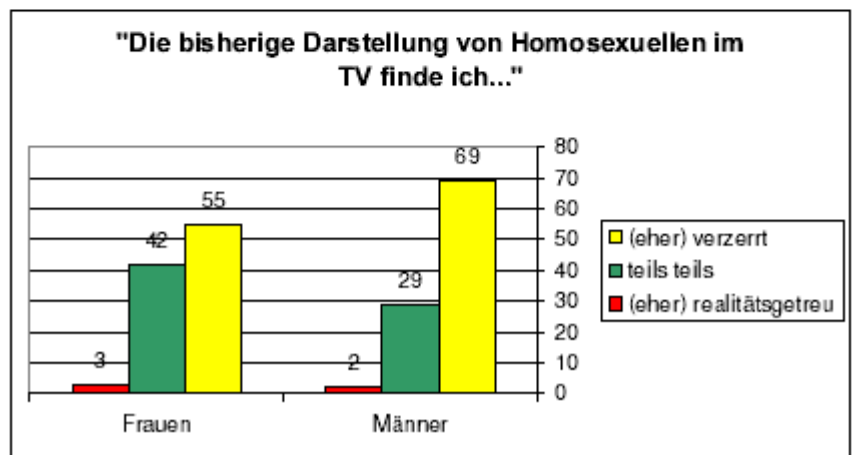
#### Schwule und Lesben unzufrieden mit TV-Angebot

Fast neunzig Prozent der Schwulen und Lesben in Deutschland sind der Meinung, dass „Homosexualität“ eine zu geringe Rolle im deutschen Fernsehen spielt. Dies ergab eine Online-Befragung von 6.247 homosexuellen TV-ZuschauerInnen. Besonders in Zusammenhang mit Liebe & Partnerschaft, Sozialem und in der Politik sehen die Befragten Nachholbedarf.

„Auffällig ist, dass nicht nur die Häufigkeit, sondern auch die Art und Weise der Bildschirm-Präsenz von Schwulen und Lesben kritisiert wird“, führt Felicitas Morhart, Projektleiterin der Studie aus. Die mengenmäßige Repräsentanz wird vor allem von homosexuellen Frauen (89 %), die Art der Darstellung vor allem von homosexuellen Männern (69 %) negativ bewertet.

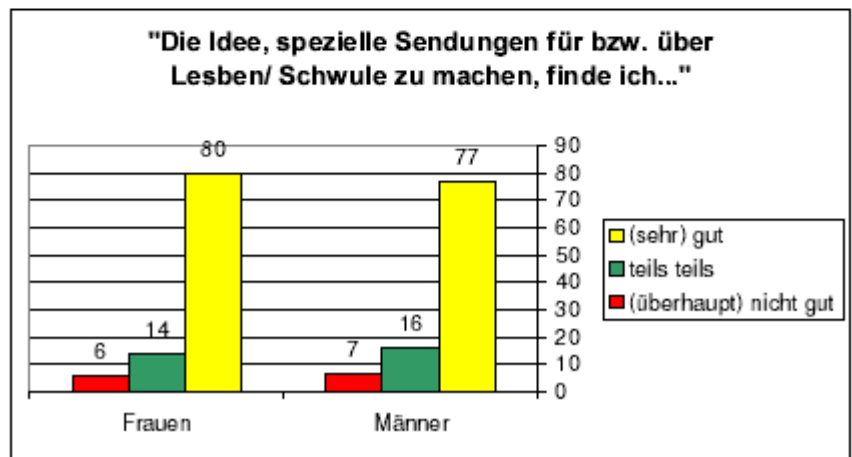
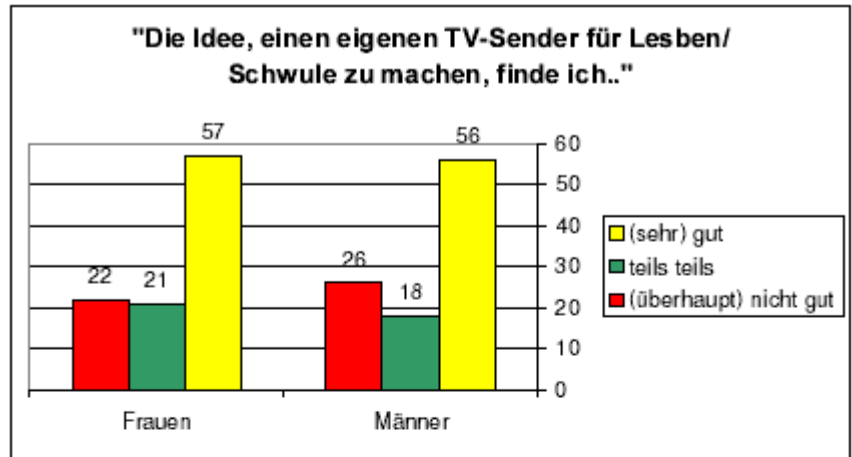


<\* Grafik \*>

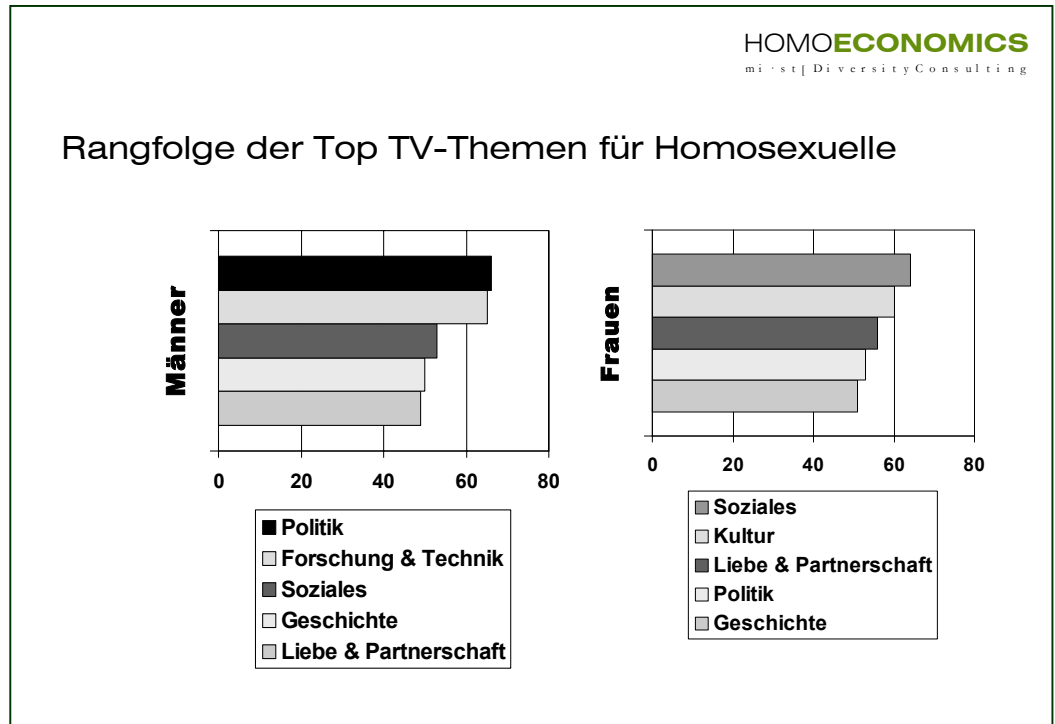


Abhilfe sollen spezielle Sendungen für bzw. über Schwule und Lesben, wie z. B. anders trend (RTL, AZ Media) bringen. Die Befragten favorisieren diesen Ansatz gegenüber einem Homo-Sparten-TV. „Dieses Ergebnis bestätigt unsere Erkenntnisse, dass Integration vor Segregation geht“, ergänzt Gay Marketing Buchautor Michael Stuber, der die Studie begleitete. Der ungebrochene Wunsch von Homosexuellen nach offener Anerkennung als selbstverständlicher Teil der Normalität zeige, dass weiterhin Verbesserungen im Umgang mit Vielfalt in Deutschland nötig seien. Die Studie untermauert diese Sichtweise: Schwule und Lesben sehen als Ziel einer stärkeren TV-Präsenz vor allem eine bessere Akzeptanz in der Gesellschaft, das Brechen von Tabus und die Aufklärung und Information des Mainstream zum Thema Homosexualität.

<\* Grafik \*>



Unterschiede im Fernsehverhalten von Homo- und Heterosexuellen Fernseh-Zuschauern fand die Studie kaum. ProSieben, RTL und Sat.1 sind bei Homosexuellen (Frauen und Männern gleichermaßen) die beliebtesten Fernsehsender, ähnlich wie im Gesamtmarkt. Auch bei dem Interesse für Spielfilme, Nachrichten und Serien bestehen Parallelen zum Fernsehverhalten der allgemeinen Zuschauerschaft. Lediglich in der Themenpräferenz konnten Unterschiede zwischen Schwulen und Lesben bzw. zu Durchschnittszuschauern gefunden werden. Schwule interessieren sich vor allem für Politik, Forschung & Technik und Soziales, während Lesben besonders bei Sozialem, Kultur und Liebe / Partnerschaft einschalten.



## Zur Studie:

Vom 16. April bis 4. Juni 2003 fand eine Online-Befragung statt, die ausschließlich über homosexuelle Medien publik gemacht wurde. Auf eine gesonderte Selbst-Identifizierung der sexuellen Orientierung oder Identität der Befragten wurde verzichtet. Von den 6.274 Befragten waren 90 % männlich, 70 % im Alter von 20 – 39 Jahre, und 65 % hatten zumindest Abitur.

Email-Kontakt: [tv-studie@rosabrille.com](mailto:tv-studie@rosabrille.com)

Weitere Informationen:

Fachbuch „Gay Marketing“ von Michael Stuber, erschienen 2002 im Luchterhand-Verlag