

Christel Balli

Frauen in der Werbung für Fernunterricht

Eine Analyse von Lehrgangskatalogen

Problemstellung

Zu Recht sind Stellung und Behandlung von Frauen in der Werbung zum Gegenstand von Untersuchungen geworden. Es gab Anhaltspunkte, die Werbung für Fernunterricht von einer kritischen Reflexion nicht auszunehmen.

Betrachtet man die Teilnehmerzahlen im Fernunterricht, dann ist offensichtlich, daß Frauen nicht angemessen repräsentiert sind:

- Sie stellen etwa 30 Prozent der Fernunterrichtsteilnehmer [1]. In der Wohnbevölkerung, als allgemeinstem Kriterium zur Messung von Partizipation, haben Frauen aber in den für Weiterbildung relevanten Jahrgängen einen Anteil von jeweils fast 50 Prozent [2].
- Sie nehmen vorwiegend an allgemeinbildenden und Sprachlehrgängen teil [1]. Die Allgemeinbildung der weiblichen Fernunterrichtsteilnehmer ist aber höher als die der männlichen [3].
- Sie belegen zum geringeren Teil berufsbildende Fernlehrgänge [1]. Die Berufsbildung der weiblichen Fernunterrichtsteilnehmer ist aber wahrscheinlich niedriger als die der männlichen [4].

Erkenntnisinteresse

Die Stellung der Frau im Fernunterricht ist noch ungünstiger als die im sozialen und beruflichen Leben. Es sind verschiedene Ursachen und Untersuchungsansätze denkbar, um diese Diskrepanz zu beschreiben und zu erklären. Die folgende Analyse stützt sich auf den Bereich, von dem anzunehmen ist, daß er für den kommerziellen Fernunterricht von besonderer Bedeutung ist: Werbung und Information. Dabei ist das Interesse an dieser Fragestellung von der Erkenntnis geleitet, daß erst die Transparenz der bestehenden Strukturen und die Ermittlung der Ursachen Veränderungen ermöglichen.

Untersuchungsbereich

Anzeigen und Lehrgangskataloge sind Hauptelemente der Werbung für Fernunterricht. Bei Anzeigen ist davon auszugehen, daß durch die Wahl der Werbeträger der Interessentenkreis bereits vorstrukturiert wird.

Die Entscheidung für oder gegen die Teilnahme an einem bestimmten Lehrgang werden potentielle Teilnehmer in der Regel fällen, nachdem sie sich mit Hilfe verschiedener Lehrgangskataloge über Struktur und Preis von Angeboten informiert haben. Diese Unterlagen können also erheblichen Einfluß auf die Entscheidung nehmen. Im Hinblick auf das Untersuchungsziel, die Ursachen der oben skizzierten Diskrepanz aufzufinden, galt es deshalb, die *Konzeption von Lehrgangskatalogen* und ihren möglichen Gesamteindruck zu untersuchen [5].

Die beiden wichtigsten Bestandteile von Katalogen, wie sie Fernlehrinstitute an Interessenten verschicken, sind Texte und Bildmotive (Abbildungen, Fotos, Graphiken).

Textanalyse

Die Texte lassen sich in Beschreibungen und Bezeichnungen unterteilen. Für den Beschreibungsteil, der sich auf den Fernunterricht als besondere didaktische Unterrichtsform, das Institut und die angebotenen Lehrgänge bezieht, ist festzustellen, daß er weitgehend geschlechtsneutral ist.

Anders ist es bei den Lehrgangsbezeichnungen. Von den 48 Fernlehrgängen mit geschlechtsspezifischer Berufsbezeichnung [6]

haben 45 die männliche und mit „Sekretärin“ sowie zweimal „Bürogehilfin“ drei die weibliche Form [7]. Auffallend ist, daß selbst Berufe, die häufig oder überwiegend von Frauen ausgeübt werden (z. B. „Fremdsprachenkorrespondentin“, „Übersetzerin“), in den Katalogen dennoch nicht mit der weiblichen Form der Berufsbezeichnung angeführt werden.

Auch die bisher in 60 000 Exemplaren verteilte Informationsbroschüre des BIBB zum Fernunterricht [8] hatte bislang die hier kritisierten Mängel. In der neuesten Auflage sind jedoch alle Bezeichnungen von Fernlehrgängen, die Frauen im Prinzip die Ausübung eines Berufs ermöglichen, durch die weibliche Form der Bezeichnung ergänzt worden.

Bildanalyse

Hauptbestandteil dieser Untersuchung sind die Bildmotive, denn von ihnen gehen nach Erkenntnissen der Werbepsychologie besondere Wirkungen aus [9].

Die Analyse folgt der Struktur, die in den Lehrgangskatalogen selbst enthalten ist. Die Abbildungen wurden also der nichtlehrgangsbezogenen Einleitung, dem eigentlichen Bildungsbereich mit Allgemein- und Berufsbildung und der Kategorie Hobby [10] zugeordnet, ausgezählt und analysiert. Mit drei weiteren Kriterien: Männer allein oder in Gruppen abgebildet, Frauen allein oder in Gruppen und gemischte Gruppen, wurde das Untersuchungsinstrument vervollständigt [11].

Orientiert man sich an den realen Verteilungsstrukturen, dann zeigt sich, daß Frauen in den genannten Bereichen zu häufig, zu selten oder gar nicht vertreten sind. Tendenz ist, ihnen unverbindliche allgemeinbildende Fernlehrgänge und berufliche Tätigkeiten am unteren Ende der Angestelltenhierarchie nahezulegen. Argumente gegen diese Verteilung und Tendenz können im folgenden nur jeweils exemplarisch angeführt werden. Maßstab sind dabei entweder Daten zu Fernunterrichtsteilnehmern selbst oder zum Bildungssystem allgemein [12].

Von 115 Fotos [13], die nach den genannten Kriterien in die Untersuchung einbezogen wurden, stellen knapp zwei Drittel Männer und rund ein Viertel Frauen als Teilnehmer oder Berufstätige dar. Auf nur sieben Fotos werden Frauen als *gleichberechtigte* Lernpartnerinnen oder Arbeitskolleginnen zusammen mit Männern gezeigt. Wenn es Lern- oder Arbeitsgruppen zu sehen gibt, dann bestehen sie meistens aus Männern; Frauen lernen oder arbeiten häufiger allein. Werden Frauen sonst noch zusammen mit Männern abgebildet, dann als ihnen unterstellte Arbeitskräfte sowie als mehr oder weniger interessierte Zuschauer und als Lern-Hilfe – Muster, die umgekehrt nicht ein einziges Mal auftauchen.

In der *Einleitung* als erster Ebene der Information werden Frauen kaum angesprochen – 79 Prozent der Fotos bilden Männer ab, 9 Prozent gemischte Gruppen [14] und nur 12 Prozent Frauen.

Schon der Gleichheitsgrundsatz ließe hier eine andere Behandlung erwarten. Überdies ist die Bildungsbereitschaft selbst bei Hausfrauen nicht so niedrig [15], wie diese Verteilung im Hinblick auf Frauen suggeriert.

Im *Bildungsbereich*, der rund zwei Drittel aller Abbildungen enthält, sind Frauen zu gut einem Viertel und Männer mit rund zwei Dritteln vertreten. Was dieser Anteil qualitativ bedeutet, zeigt die nähere Untersuchung von Allgemein- und Berufsbildung.

Die *Allgemeinbildung* hat, gemessen an der Zahl der Fotos, im Vergleich zur Berufsbildung die deutlich geringere Bedeutung

(30% : 70%). Frauen sind aber vor allem hier zu sehen; mit 60 Prozent der Fotos werden sie auf ein Gebiet verwiesen, das nicht direkt berufsrelevant ist.

Allerdings haben sie selbst in der Allgemeinbildung keine angemessene Position:

Bei **Schulabschlüssen** sind sie zwar quantitativ besser gestellt als Männer. Das bedeutet jedoch nicht, daß Frauen durchgängig das Nachholen gleichwertiger Abschlüsse nahegelegt würde.

- Bei einem Institut wird das Nachholen höherer Schulabschlüsse wie Abitur, Wirtschaftsbachelor und Fachhochschulreife entweder von Frauen oder von Männern vertreten. Niedrigere Abschlüsse wie Realschulabschluß, Abschluß der Zweijährigen Handelsschule, Fachschulreife und Hauptschulabschluß werden entweder nur von Frauen oder gar nicht repräsentiert [16].
- Bei dem Institut, in dessen Katalog jeder Schulabschluß von einem Foto illustriert wird, vertritt eine Frau den angestrebten Hauptschulabschluß, während Männer die Mittlere Reife und das Abitur nachholen [17].

Abgesehen davon, daß solche Darstellungen tendenziös sind, widersprechen sie tatsächlichen Qualifizierungsprozessen. Nach Beendigung der Vollzeitschulpflicht verlassen deutlich mehr Jungen als Mädchen die Schule, ohne einen Hauptschulabschluß erreicht zu haben [18]. Andererseits sind Mädchen beim Erwerb der Studienberechtigung (Abitur, Fachhochschulreife), die qualitativ verschiedene Bildungs- und Lebenschancen eröffnen, unterrepräsentiert [19]. Im Lehrgangskatalog wäre also nicht beim Hauptschulabschluß, sondern beim Abitur eine Frau abzubilden [20], da für sie hier der Nachholbedarf besteht.

Letztlich werden Frauen aber vor allem **allgemeinbildende Kurse** ohne formalen Abschluß (z. B. Deutsch) sowie **Sprachlehrgänge** mit und ohne Abschluß nahegelegt. Hier sind sie doppelt so häufig zu sehen wie Männer.

Auch wenn Allgemeinbildung und Sprachkenntnisse zweifellos nützlich und berufsrelevant sind, so bleiben doch begründete Einwände gegen die dargestellte Sexualproportion. Selbst mit Diplom/Zertifikat ermöglichen Sprachkenntnisse nicht in gleicher Weise wie Schulabschlüsse den Eintritt, z. B. in bestimmte Laufbahnen des öffentlichen Dienstes. Wenn Sprachkenntnisse und Allgemeinbildung nützlich sind, dann für Frauen und Männer.

Die **Berufsbildung** nimmt in den Katalogen und folglich bei den Fotos die zentrale Stellung ein. Hier ist die Unterrepräsentation der Frauen mit nur 16 Prozent der Fotos besonders deutlich.

Gegen diese Verteilung spricht z. B.

- daß Frauen im allgemeinen beruflich geringer qualifiziert sind als Männer und aus diesem Grund auch für berufliche Qualifizierungsangebote geworben werden sollten;
- daß die Bundesanstalt für Arbeit bei Eintritten in berufliche Bildungsmaßnahmen im Bereich „Fortbildung“ einen Frauenanteil von über 30 Prozent registriert hat [21].

Wenn Frauen in der Berufsbildung auftauchen, dann im **kaufmännischen Bereich**; hier stellen sie vor allem mit Lehrgängen wie „Stenographie“, „Maschinenschreiben“, „Bürohilfin“ und „Sekretärin“ ein Viertel der Abgebildeten.

Die gesellschaftliche Realität trifft dieses Verhältnis nicht. Denn tatsächlich haben sie einen Anteil von 35 Prozent bei kaufmännischen Fernlehrgängen [1]. Außerdem sind Frauen in der kaufmännischen Weiterbildung sehr viel häufiger mit anspruchsvolleren Zielen aktiv als nach diesen Zuweisungen anzunehmen wäre. Zu diesem Urteil führt ein Vergleich, der zwischen Fernlehrgängen und IHK-Lehrgängen mit (etwa) entsprechenden Inhalten angestellt wurde.

Wenn zu diesen Lehrgangsziele in den Katalogen Personen abgebildet werden, dann ausschließlich Männer. Frauen stellen aber z. B. ein Viertel (Personalfachkaufmann, Handelsfachwirt), ein Drittel (Bilanzbuchhalter, Fachkaufmann für Marketing, Technischer Betriebswirt) und sogar die Hälfte (Fachkräfte für Daten-

verarbeitung) der Prüfungsteilnehmer – im Durchschnitt knapp 30 Prozent.

Tabelle: Teilnahme an Prüfungen in der kaufmännischen Aufstiegsfortbildung [22] bezogen auf vergleichbare Fernlehrgänge

Lehrgangsangebot im Fernunterricht (Beispiele)	Bezeichnung der IHK-Fortbildungsprüfung/ des -Prüfungsbereichs	Teilnehmer			
		männlich		weiblich	
		abs.	%	abs.	%
Bilanzbuchhalter IHK	Bilanzbuchhalter	1881	62	1169	38
Fachkaufmann					
– Kostenrechner und Kalkulator	Kostenrechner	8	100	–	–
– Marketing IHK	Fachkaufmann für Marketing	67	64	37	36
– Organisation/EDV IHK	Organisator	770	99,7	2	0,3
– Personalwesen IHK	Personalfachkaufmann	576	73	214	27
Handelsfachwirt IHK	Handelsfachwirt	980	75	323	25
Industriefachwirt IHK	Industriefachwirt	1103	83	228	17
Programmierer	Fachkräfte für Datenverarbeitung	106	48	116	52
Betriebswirt	Praktischer Betriebswirt	12	100	–	–
Technischer Betriebswirt	Technischer Betriebswirt	20	69	9	31
Managementkurs,	Management-Assistent,	40	89	5	11
Management-Techniken/	Wirtschafts-assistent,	213	82	48	18
Unternehmensführung	Wirtschaftsassistent – Industrie	101	72	39	28
Σ		5877	73	2189	27

Die nach den Abbildungen typischen Muster der Berufstätigkeit von Frauen gehören nicht zu den Positionen, für die sie sich durch solche IHK-Prüfungen qualifiziert haben: Frauen sitzen entweder als Weisungsempfänger vor einem Schreibtisch oder als Ausführende hinter einem *Schreibtisch*. Ihre Arbeitsmittel sind dabei Schreibblock, Aktenordner, Karteikarten, Schreibmaschine und Kopfhörer, während Männer Mikrophon, Overheadfolie, Wandkarte und Experimentiereinrichtung benutzen. Frauen sind keine gleichberechtigten Gesprächspartner in einer am Tisch sitzenden Arbeitsgruppe von Männern. Sie stehen entweder dezent mit Aktenordner oder Notizblock im Hintergrund oder fehlen ganz.

In der **gewerblich-technischen Berufsbildung** ist in keinem der hier in Frage kommenden Lehrgangskataloge eine Frau allein abgebildet.

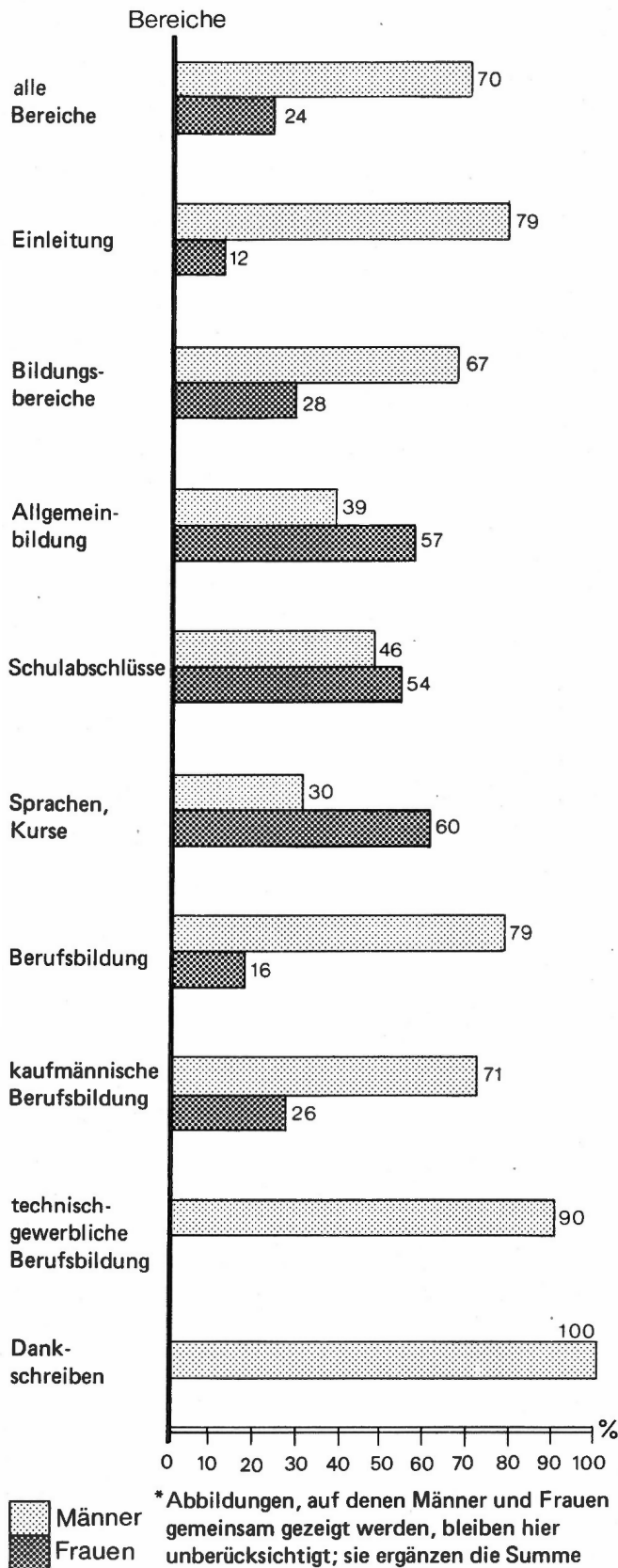
Frauen stellen einen Anteil von 5 Prozent bei den Teilnehmern von gewerblich-technischen Fernlehrgängen [1]. Das zeigt, daß sie so absolut nicht aus entsprechenden beruflichen Tätigkeiten ausgeschaltet sind. Berufliche Interessen und Weiterbildungsbedürfnisse von Frauen reichen auch hier über die Vorgaben der Werbung hinaus.

Zu diesen Ergebnissen paßt es durchaus, daß sich Frauen in **Dankschreiben** nicht äußern [23]. Da die Repräsentativität derartiger Schreiben nicht erwiesen ist, läßt die beobachtete Einseitigkeit vor allem Rückschlüsse auf die Auswahlkriterien zu.

Über den Erfolg, den Frauen beim Lernen im Fernunterricht oder bei der Anwendung des Gelernten im Beruf haben könne, kann auf diese Weise nichts ausgesagt werden.

Die folgende Abbildung faßt die quantitativen Untersuchungsergebnisse graphisch zusammen.

Anteil von Frauen und Männern in den Abbildungen von Lehrgangskatalogen*



Kritik der Ergebnisse

Die Ausführungen zeigen, daß die Werbung für Fernunterricht zu wenig unternimmt, um die eingangs dargestellten Disproportionen zu verändern. Sie bleibt im Gegenteil noch hinter der erreichten gesellschaftlichen Entwicklung zurück:

- Wenn z. B. an kaufmännischen Fernlehrgängen etwa so viele Frauen teilnehmen wie an kaufmännischen IHK-Aufstiegsfortbildungsprüfungen, dann spricht das für ein relativ stabiles Potential an Weiterbildungsaktivitäten, das sich in verschiedenen Bildungswegen selbst bei einer für das Weiterbildungsverhalten von Frauen hinderlichen Werbekonzeption durchsetzt.
- Wenn ebenso viele Männer wie Frauen Sprachkurse im Fernunterricht belegen, dann wohl auch deshalb, weil sie entgegen den Aussagen der Werbung erkannt haben, daß Sprachen nicht in erster Linie für Frauen nützlich sind.
- Wenn in allgemeinbildenden Fernlehrgängen mehr Männer eingeschrieben sind als Frauen, dann versuchen sie hier ihr Bildungsdefizit zu beseitigen und vertrauen nicht der Werbung, die dieses Defizit eher Frauen zuschreibt.

Zwar gibt es offensichtlich Elemente rationaler Orientierung bei der Wahl von Lehrgängen. Doch heißt das nicht, daß diese Werbung wirkungslos bliebe. Die am Anfang dargestellten Diskrepanzen sprechen für solche Wirkungen, d. h. es besteht die Gefahr, daß die traditionelle Rollenteilung zwischen Mann und Frau im Beruf und in der Weiterbildung verfestigt wird.

Ganz allgemein ist die aus den Katalogen rekonstruierte Werbekonzeption aus folgenden Gründen zu kritisieren:

- Sie geht nicht auf aktuelle bildungspolitische Bestrebungen wie „Frauen/Mädchen in Männerberufen“ und die Vereinheitlichung von Berufsbezeichnungen ein [24].
- Sie entspricht nicht dem von Fernlehrinstituten selbst gesetzten Anspruch, demzufolge Erwachsene und nicht vor allem männliche Erwachsene im Fernunterricht eine Bildungschance haben sollen [25].
- Sie trägt nicht dazu bei, daß Fernunterricht die ihm zugeschriebene „Sozialfunktion“ erfüllt, nämlich für Frauen „als Korrektiv für Fehlentscheidungen der Erziehungsberechtigten zu wirken“ [26].
- Sie bekräftigt Tendenzen, die die Gleichbehandlung und den beruflichen Aufstieg von Frauen erschweren.

Hypothesen über die Gründe für diese Werbekonzeption

- Umfangreiche Werbung erfordert beachtliche Investitionen [27].

Wenn Werbung von diesen Grundmustern ausgeht, dann ist mit kalkulierbarer Nachfrage zu rechnen. Würde Werbung selbst diese Muster verändern und progressive Beispiele zur Partizipation von Frauen im Beruf anbieten, ließe sich die Reaktion nicht berechnen.

- Im Prinzip soll sich jeder Fernlehrgang gut verkaufen. Also muß er etwas Besonderes darstellen. Angesichts der im allgemeinen niedrigeren Berufspositionen von Frauen kann der Eindruck des Besonderen nicht erreicht werden, wenn ein Lehrgang auch oder gar vor allem für Frauen geeignet wäre. Er verhielte Männern wahrscheinlich kein lohnendes Ziel (Aufstieg) mehr.
- „... unter den Bildungsmaßnahmen in Teilzeitform ist Fernunterricht nicht die billigste“ [28]. Da Frauen entweder als Hausfrauen kein eigenes Einkommen oder als Berufstätige im allgemeinen ein niedrigeres Einkommen als Männer haben, sind die zahlungskräftigeren die Ansprechpartner.

In Bildungseinrichtungen, die sich bei relativ hohen Lehrgangsgebühren aus Einkünften der Teilnehmer tragen, ist die Ausnutzung dieser Konstellationen in der Werbung unter finanziellen Gesichtspunkten verständlich. Sie bleibt dennoch kritikwürdig und der Versuch, Veränderungen zu erreichen, lohnend.

Wie ein solcher Versuch aussehen könnte, kann an dem staatlich geförderten Projekt „Erprobung von Verfahren zur Motivierung potentieller Fernlehrteilnehmer“ (EFEU) abgelesen werden. Es hat gezeigt, daß vorhandene Disproportionen keine Naturkonstante sind. Bei Anzeigen mit frauenspezifischem Text bzw. in Werbeträgern mit hohem Frauenanteil in der Leserschaft stieg die Zahl der von Frauen eingesendeten Anfragen beim Bundesinstitut für Berufsbildung und bei der Zentralstelle für Fernunterricht deutlich an [29].

Damit aus Interessentinnen zahlreiche Teilnehmerinnen werden, bedarf es allerdings weiterer flankierender Maßnahmen [30].

Vorschläge für eine frauengerechtere Werbekonzeption

Bei der Verbesserung wären die folgenden, aus den Ergebnissen dieser Analyse abgeleiteten Forderungen zu beachten:

- Das Defizit in der Ansprache sollte bereits auf der formalen Ebene beseitigt werden.
Dabei kann es nicht darum gehen, nun vor allem Frauen mit den konkreten Lehrgangsangeboten anzusprechen. Wo möglich, sind Männer und Frauen als Empfänger der Werbebotschaft anzusehen. Das sollte sowohl in der Lehrgangsbezeichnung als auch bei den Bildmotiven geschehen.
- Die Angebotstexte sollten die Chance zum Nachholen von allgemein- und berufsbildenden Abschlüssen in den jeweils für Männer und Frauen als defizitär erkannten Bereichen betonen.
- Auf die Möglichkeit der beruflichen Wiedereingliederung von Frauen durch Fernunterricht als einer vorbereitenden Maßnahme sollte aufmerksam gemacht werden.
- Typische soziale Bedingungen, unter denen Fernunterricht für Frauen stattfindet, sollten erfaßt und Wege für die Vereinbarkeit mit dieser Unterrichtsform sowie Familie und Beruf dargestellt werden [8], [31].
- Gemeinsames Lernen in Gruppen sollte hervorgehoben werden [32], um auch weniger lernerfahrenen Frauen die Unsicherheit gegenüber diesem Unterricht zu nehmen und ihnen die Entscheidung dafür zu erleichtern.

Anmerkungen

- [1] Ehmann, Chr.: Frauen und Fernunterricht. In: Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis, Jg. 11 (1982), Heft 2, S. 32–34.
 - [2] Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Statistisches Jahrbuch 1981 für die Bundesrepublik Deutschland. Stuttgart, Mainz 1981, S. 59.
 - [3] Ehmann, Chr.: Wiedereingliederung von Frauen ins Berufsleben mit Hilfe von Fernunterricht/Fernstudium Berlin 1981 (nicht veröffentlichtes Manuskript).
 - [4] Diese Annahme ist abzuleiten z. B. aus:
 - dem deutlich geringeren Ausbildungsabschluß von Interessentinnen an Fernunterricht im Gegensatz zu Interessenten.
Hejl, P. M. u. a.: Angebot Fernunterricht: Zum Interesse an Weiterbildung, Opladen 1981, S. 98,
 - dem niedrigeren beruflichen Bildungsabschluß von Frauen gegenüber Männern in der Wohnbevölkerung.
Der Bundesminister für Bildung und Wissenschaft (Hrsg.): Zur Situation von Mädchen und Frauen im Bildungswesen (Materialien zur Bildungsplanung, Bd. 4), Bonn 1981, S. 7.
 - [5] Quellen sind die Lehrgangskataloge folgender Fernlehrinstitute:
 - Akademikergesellschaft für Erwachsenenfortbildung GmbH (AKAD): Unterrichtsprogramm, o. O. 1981/II, Schwarzweißdruck, DIN A 5, Fotos von 54 x 83 bis 112 x 85.
 - Dr.-Ing. Christiani, Technisches Lehrinstitut GmbH (CHRISTIANI): Studienführer, Konstanz 1979, Mehrfarbendruck, 210 x 210, Fotos von 81 x 73 bis 210 x 210.
 - Institut für Lernsysteme GmbH (ILS): ILS-Studienhandbuch, o. O. o. J., 6. Aufl., Schwarzweißdruck, DIN A 4, Fotos von 34 x 45 bis 175 x 194.
 - Studiengemeinschaft Werner Kamprath Darmstadt GmbH & Co KG (SGD): Studienführer für berufsbegleitende Weiterbildung, o. O. o. J. (8/80), Mehrfarbendruck, DIN A 4, Fotos von 45 x 35 bis 117 x 60.
- Zur Auswahl der Fernlehrinstitute, s. Balli, Ch.: Werbung für Fernunterricht seit 1977. In: Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis, Jg. 8 (1979), Heft 6, S. 20 und S. 25, Anm. [6].

- [6] Bezeichnungen von Berufen, die Frauen nicht zugänglich sind (z. B. Schachtmeister) wurden nicht gezählt. Das Gleiche gilt bei der Zählung der Fotos.
- [7] Zur Wahl der weiblichen Form der Berufsbezeichnung bei „Bürogehilfin“ im Gegensatz zum „Bürosachbearbeiter“, s. Ehmann, Chr.: Frauen und Fernunterricht a. a. O.
- [8] Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.): Fernunterricht (Dokumentationen und Informationen zum beruflichen Fernunterricht Heft 1) Berlin 1982, 7. Aufl. (in Vorbereitung).
- [9] Vgl. Kroeber-Riel: Konsumentenverhalten München 1980
Zur Wirkung von Bildmotiven, s. insbes.:
Behrens, G.: Werbewirkungsanalyse Opladen 1976.
- [10] Die eindeutig nur dem Hobby-Bereich zuzuordnenden Fernlehrgänge enthalten lediglich 3 Fotos (2 Männer : 1 Frau). Er wird deshalb nicht in die weitere Analyse einbezogen.
- [11] Zum Zählmodus:
Einbezogen wurden nur eindeutige und spezifische Abbildungen, d. h. solche, bei denen die abgebildete Person einen möglichen Lehrgangsteilnehmer oder Anwender im Beruf darstellt.
Die Einordnung als „gemischte Gruppe“ erfolgte, wenn Mann und Frau zusammen als mögliche Teilnehmer des beschriebenen Lehrgangs bzw. als dessen Anwender zu sehen sind.
- [12] Diese wechselnde Vorgehensweise ist erforderlich, weil eine amtliche Statistik der Fernunterrichtsteilnehmer fehlt und deshalb weitere Zusammenhänge hergestellt werden müssen.
- [13] Die Fotos sind je nach Katalog unterschiedlich gestaltet. S. Anm. [5].
- [14] Wegen des geringen Anteils der Fotos mit gemischten Gruppen (insges. 7 abs. = 6%) werden sie in eine weitere Analyse nicht einbezogen, sind aber rechnerisch berücksichtigt. Sie ergänzen jeweils die Summe auf 100 Prozent.
- [15] S. Schulenberg, W. u. a.: Soziale Faktoren der Bildungsbereitschaft Erwachsener. Stuttgart 1978, S. 43.
- [16] ILS: a. a. O., S. 27–50.
- [17] SGD: a. a. O., S. 23–28.
- [18] Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Statistisches Jahrbuch 1981, a. a. O., S. 346.
- [19] Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Bildung im Zahlenspiegel 1981. Stuttgart, Mainz 1981, S. 45.
- [20] Das ist beim ILS der Fall. Allerdings äußert sich zum bestandenen Abitur und zur Fachhochschulreife jeweils ein Mann. A. a. O., S. 18 f.
- [21] Bundesanstalt für Arbeit (Hrsg.): Amtliche Nachrichten der Bundesanstalt für Arbeit, Jg. 29 (1981), 4, S. 490.
- [22] Deutscher Industrie- und Handelstag (Hrsg.) (DIHT): Berufs- und Weiterbildung 1980/81. Bonn 1981, S. 113–115.
- [23] ILS: a. a. O., S. 18f.
- [24] Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.): Verzeichnis der anerkannten Ausbildungsberufe, Bielefeld 1980, S. 9: „Im Zuge der Bemühungen, Frauen den Zugang zu vorwiegend von Männern besetzten anerkannten Ausbildungsberufen zu erleichtern, wurden die anerkannten Ausbildungsberufe – soweit möglich – in der männlichen und weiblichen Form der Bezeichnung angegeben.“
Der Bundesminister für Bildung und Wissenschaft (Hrsg.): Berufsbildungsbericht 1980, Bonn 1980, S. 53: „Soweit die Berufe Männern und Frauen gleichermaßen offenstehen, wird dies in den Berufsbezeichnungen verdeutlicht. Damit wird auch erreicht, daß Berufe nicht mehr durch alleinige Verwendung einer weiblichen Berufsbezeichnung als typische ‚Frauenberufe‘ charakterisiert werden.“
- [25] AKAD: a. a. O., z. B. S. 12. CHRISTIANI: a. a. O., z. B. S. 4. ILS: a. a. O., z. B. S. 3. SGD: a. a. O., z. B. S. 4.
- [26] Dröschner, W.: Sozialfunktionen der Fernlehre. In: Vesper, B. (Hrsg.): Fernunterricht in Deutschland. Analysen, Initiativen, Reformen. Bad Honnef 1974, S. 29 f.
- [27] Wangen, E.: Zum Zusammenhang von Marketing und Motivation im Fernunterricht. In: Ehmann, Chr.: Motivation von Fernunterrichtsteilnehmern (Dokumentationen und Informationen zum beruflichen Fernunterricht, Heft 8) Berlin 1982 (in Vorbereitung).
- [28] Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.): Fernunterricht (Dokumentationen und Informationen zum beruflichen Fernunterricht, Heft 1). Berlin 1978, S. 17.
- [29] Hejl, P. M. u. a.: a. a. O., S. 62 ff.
- [30] Zu solchen Maßnahmen gehören u. a.: Verbesserung von Werbung und Information, Förderung von Weiterbildung durch Betrieb und Familie, Erweiterung des Lehrgangsangebots und der finanziellen Förderung.
- [31] Ein Ansatz dazu findet sich beim ILS, a. a. O., S. 148.
- [32] Vgl. Balli, Ch.: Lernen in Gruppen – Alternative und Ergänzung zum Direktunterricht? In: Balli, Ch. u. a.: Einzellernen – Vereinzeltes Lernen? Beiträge und Ergebnisse eines Workshops am 18./19. Juni 1980 (Dokumentationen und Informationen zum beruflichen Fernunterricht, Heft 5) Berlin 1981, S. 11 ff.