

Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

„Verwenden weibliche Jugendliche für ihre
Selbstinszenierung die in der österreichischen
Fernsehwerbung vermittelten Körpercodes?“
-Selbstinszenierung von Körpercodes weiblicher
Jugendlicher-

Verfasserin

Elisabeth Weber

angestrebter akademischer Grad
Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, im Oktober 2008

Studienkennzahl lt. Studienbuchblatt: A 297 295 502
Studienrichtung lt. Studienbuchblatt: Pädagogik/Sonder- und Heilpädagogik
Betreuer: V.-Prof. Mag. Dr. Christian Swertz, MA

1 Inhaltsverzeichnis

2	Vorwort	3
3	Einleitung	4
4	THEORETISCHER TEIL	5
4.1.1	1.1 Jugendliche	5
4.1.2	Selbstinszenierung	7
4.1.3	Körpercodes	8
4.1.4	Medienkompetenz.....	9
4.1.5	Identität	11
4.2	Literarische Aufbereitung der Thematik und des Forschungsinteresses	13
5	EMPIRISCHER TEIL	15
5.1	1. Methode	15
5.1.1	Beschreibung der Methode	15
5.1.2	Durchführung.....	16
5.2	Hypothesen	30
5.3	Zusammenfassung.....	32
6	Anhang	33
6.1	Interview 1	33
6.2	Interview 2	42
6.3	Interview 3	54
6.4	Interview 4	63
6.5	Interview 5	74
6.6	Interview 6	80
6.7	Literatur- und Quellenverzeichnis	89
6.8	Lebenslauf	91

2 Vorwort

Im Laufe meines Studiums konnte ich Einblick in verschiedene Teilgebiete der Pädagogik erlangen und entschied mich für den Bereich der Medienpädagogik.

In diesem Zusammenhang besuchte ich zum Thema „Medien und Jugendliche“ einschlägige Seminare und Vorlesungen. Dabei kam ich das erste Mal mit der Theorie von Dieter Baacke und Erik Erikson in Berührung und setzte mich mit der Phase der Jugendentwicklung näher auseinander. Ich befasste mich in erster Linie mit den Begriffen Medienkompetenz und Identitätsentwicklung von Jugendlichen.

Da ich zeitgleich in meiner Freizeit mit weiblichen Jugendlichen arbeitete und ich das Buch „Körpercodes“ von Nicole M. Wilk las, entwickelte sich mein Interesse an Werbespots und ihre Auswirkung auf weibliche Jugendliche.

Es war sehr interessant und aufschlussreich, jungen Frauen in ihrer Freizeit zuzusehen und sich mit ihnen gleichzeitig zu unterhalten.

Sie tauschten „Labellos“, unterhielten sich über neue Wimperntuschen und Kremen. Da der Sommer nahte stand vor allem der Austausch über gut riechende Selbstbräunungskremen hoch im Kurs.

Da ich selbst mit regem Anteil seit Jahren die unterschiedlichen Werbespots im österreichischen Fernsehen verfolge, tat sich für mich die Frage auf, inwieweit weibliche Jugendliche sich der Wirkung der Fernsehwerbung auf ihre Körperidentität bewusst sind, und mit welchen Beweggründen sie zu den Produkten greifen.

Aus dieser Motivation heraus befasste ich mich im ersten Schritt in einer Seminararbeit über das Thema weiblicher Körper und Werbung und konnte dadurch in verschiedene Körperkonzepte eintauchen.

Als zweiten Schritt begann ich nach wissenschaftlichen Arbeiten zum Thema „weibliche Jugendliche, Selbstinszenierung und österreichische Fernsehwerbung“ zu forschen.

3 Einleitung

In dieser Diplomarbeit beschäftige ich mich mit der Fragestellung ob und inwieweit weibliche Jugendliche für ihre Selbstinszenierung die in der österreichischen Fernsehwerbung vermittelten Körpercodes verwenden.

Diese Arbeit ist in einen theoretischen und in einen empirischen Abschnitt gegliedert.

Im theoretischen Abschnitt erkläre ich die Begriffe Jugendliche, Selbstinszenierung, Körpercodes, Identität und Medienkompetenz.

Auf Grund der vielschichtigen Bedeutung des Begriffes „Jugendliche“, habe ich einen kurzen geschichtlichen Abriss zu Beginn hinzugefügt. Er ist genauso in seinem Verständnis widersprüchlich wie die Entwicklungsphase des Jugendlichen. Mit einer literarischen Aufbereitung der Thematik und meines Forschungsinteresses schließe ich an. Dabei beschreibe ich die Wirkung bzw. Auswirkung der Werbung auf weibliche Jugendliche.

Der zweite Teil, der Empirische erläutert zuerst theoretisch die sozialwissenschaftliche Methode und schildert danach die Interviewvoraussetzungen und deren Verlauf.

Anschließend stelle ich in einer Zusammenfassung das Ergebnis und die Hypothesen dar. Die Hypothesen werden nun im nächsten Schritt entweder verifiziert oder falsifiziert. Durch diese Herangehensweise können nun Rückschlüsse auf die Wirkung der Werbung auf die Selbstinszenierung von jungen Frauen geschlossen werden.

4 THEORETISCHER TEIL

1. Begriffserklärung

Der Inhalt dieses Abschnittes bezieht sich auf die Begriffserklärung, welche für das weiterführende Verständnis dieser Arbeit notwendig sind.

4.1.1 1.1 Jugendliche

4.1.1.1 Historische Entwicklung

Am Beginn des 19. Jahrhunderts, der Industrialisierung und Technisierung begann sich auch die Gesellschaft stark zu verändern. Bis zu dieser Zeit war Kinderarbeit für die Familien von finanzieller Wichtigkeit und sobald es die körperlichen Voraussetzungen des Kindes zuließen, wurde es in den Arbeitsprozess eingegliedert. Fertigkeiten und Fähigkeiten, die sie für ihr weiteres Leben benötigten, wurden von den Eltern vermittelt.

Das soziale und gesellschaftliche Leben wurde von der Kirche und der Familie bestimmt.

Doch diese Fertigkeiten reichten nun, in der sich rasant entwickelnden Gesellschaft nicht mehr aus. Bildungseinrichtungen, Kindertagesheime für Heranwachsende, welche sowohl mit Essen, als auch mit den nötigen Kulturtechniken um den sich veränderten Bedingungen mithalten zu können, entstanden.

In dieser Zeit wurde zwischen der Kindheit und dem Erwachsenen unterschieden, den Begriff des Jugendlichen gab es noch nicht.

Erst durch die Entstehung der „Rettungshausbewegung“ des 19. Jahrhunderts entstand die Bezeichnung des „Jugendlichen“, welcher „Verwahrloste“, „Kriminelle“ oder „Gottlose“ kennzeichnete. Diese pessimistische Zuweisung zeigt sich sehr eindrucksvoll im Werk „Verwahrloste Jugend“ von August Aichhorn versteht *nicht nur alle Typen von kriminellen und dissozialen Jugendlichen, sondern auch schwer erziehbare und neurotische Kinder und Jugendliche verschiedener Art.*¹

¹ Aichhorn (1987) S. 9

Die Ausbildungsdauer, welche laut Baacke zu einer *starken Chronologisierung der Jugendphase beiträgt*², verlängert sich und somit auch die finanzielle und soziale Abhängigkeit von den Eltern.

*Damit ist einerseits eine stärkere Orientierung an den Eltern verbunden, gleichzeitig können unter beistimmenden Bedingungen gerade deshalb auch Spannungen entstehen, die sich in explosiven Ablösungsprozessen äußern.*³

Somit wurde *Jugend zum Thema der Wissenschaft, vor allem der Psychologie, da die Phase „des Alters zwischen 14 und 18 Jahren bestehende Selbstverständlichkeiten verlor“: der Jugendliche musste nun seine seelische Entwicklung sehr viel individueller erfahren und verantworten.*⁴

4.1.1.2 Definition

Die Psychologie spricht von der Adoleszenz und deren *Schwierigkeiten, das Jugendalter zeitlich einzugrenzen, (...) da unterschiedliche Gesellschaften sehr unterschiedliche Vorstellungen über dessen Natur haben.*⁵

Doch eines haben sie heute gemeinsam: Die Entwicklungsphase des Jugendlichen geht einher mit seiner körperlichen, psychischen und emotionalen Veränderung. Mit dieser Phase endet seine Kindheit und beginnt die Vorbereitung auf die Phase des Erwachsenen.

Erik Erikson definierte das Stadium zwischen Jugend und Erwachsenenalters als das *„psychosoziale Moratorium“*⁶. In dieser Phase, die sehr oft als „Identitäts-Krise“ bezeichnet wird, erfolgt die Loslösung von den Eltern. Eine Phase des Suchens und der Neuorientierung beginnt.

In dieser Arbeit hat sich die Autorin auf die letzte Phase des Jugendalters, von 17-19 Jahren konzentriert. In dieser letzten Phase des Jugendalters spielt gerade die Selbstdarstellung eine große Rolle.

² Baacke (2007) S.233

³ Baacke (2007) S. 233

⁴ Baacke (2007) S. 233

⁵ Zimbardo (1988) S. 91

⁶ Erikson (1959) S. 127

4.1.2 Selbstinszenierung

Bei Vorstellungsgesprächen und bei Dates sind wir darauf bedacht uns so vorteilhaft wie möglich uns dem Gegenüber zu präsentieren. Sorgfältig und mit Bedacht werden Kleider, Schmuck, Frisur ausgesucht, Tattoos oder Piercings in den Vorder- bzw. Hintergrund gerückt. Vielleicht wird das was man beim Vorstellungsgespräch sagen möchte, notiert oder eintrainiert. Vielleicht wird der graziöse Gang mit hohen Stöckelschuhen nochmals vorm Spiegel oder den Freundinnen geprobt.

Erving Goffman beschreibt dies sehr bildhaft in folgendem Zitat:

„ Es gibt immer ein Ensemble von Personen, deren Tätigkeit auf der Bühne in Verbindung mit den verfügbaren Requisiten die Szene bildet, aus der das Selbst der dargestellten Rolle entspringt, und es gibt ein anderes Ensemble, das Publikum, dessen Interpretationstätigkeit für dieses Auftreten notwendig ist.“⁷

Sich selbst darzustellen erfolgt immer in einem sozialen Kontext.

Dieses Ausprobieren von verschiedenen Erscheinungsbildern hat gerade in der Jugendphase, der Identitätsentwicklung, einen sehr hohen Stellenwert.

In dieser Phase lösen sie sich von der Ursprungsfamilie, Peergroups gewinnen nun an Bedeutung, ebenso wie potentielle Sexualpartner.

Soziale Anerkennung, Gruppenzugehörigkeit rücken in den Vordergrund.

In diesem Zusammenhang schreibt Baacke von *Distanzierungstechnik* gegenüber *Eltern, Kultur und Schulkultur, den Inszenierungs- und Selbstdarstellungstechniken und den Identifikationstechniken*.⁸

Diese *drei Techniken* wirken sich für die Identitätsentwicklung eines Jugendlichen maßgeblich aus.

Es ist eine Phase des Experimentierens, hineinschlüpfen in verschiedenen Rollen, welche zur Ich-Findung gehört.

⁷ Goffman (1983), S. 231

⁸ Baacke (1987), S. 281

4.1.3 Körpercodes

Das Verständnis des Begriffes „Körpercodes“ bezieht die Autorin auf Nicole Wilk.

Codes leitet sich vom lateinischen Wort „codex“ bzw. dem noch älteren „caudex“⁹ ab und bedeutet ursprünglich „mit Wachs überzogene Holztäfelchen“, Heft, Buch, Notizbuch, Rechnungsbuch, Hauptbuch.

Im Zuge des Wandels hin zur Informationsgesellschaft, hat sich auch das Verständnis des Begriffes „Code“ im Alltag verändert. „Codes“ sind verschlüsselte Zeichen, Daten die über Informationstechnologie weiter geleitet werden. Die „geheime“, „versteckte“ Nachricht, die mittels eines Mediums übermittelt und decodiert wird.

Im Zusammenhang mit dem Verständnis des Körpercodes in dieser Arbeit dient *der Körper als Medium und Instrument*¹⁰, der verschlüsselte Botschaften, welche *in der Werbung wirksam sind*¹¹ transportiert.

Ein Beispiel: Heidi Klum wirbt für Katjes-Zuckerl. Das Model liegt in der Badewanne, welche mit diesen fettarmen Köstlichkeiten gefüllt sind und genießt ein Stück nach dem anderen.

Die *funktionale Bedeutung*¹² liegt in der lustvollen Nahrungsaufnahme. Im Gegensatz dazu *kann* diese Handlung auch *symbolisch*¹³(...) *als Zeichen, das eine bestimmte Idee reflektiert wird*, gelesen werden.

In diesem Beispiel vermittelt Heidi Klum eine makellose Schönheit mit Modelmaßen, wie sie trotz essen von fettfreien Katjes-Zuckerl ihr Gewicht, ihre Figur beibehält.

⁹ Der kleine Stowasser (1971) S.111

¹⁰ http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/muehlenachs_frauenbilder/muehlenachs_frauenbilder.pdf
S.12

¹¹ Wilk (2002) S.10

¹² http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/muehlenachs_frauenbilder/muehlenachs_frauenbilder.pdf
S.12

¹³ http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/muehlenachs_frauenbilder/muehlenachs_frauenbilder.pdf
S.12

Doch die Realität sieht etwas anders aus. Nehmen wir an, sie würde tatsächlich all diese Zuckerl essen, dann hätte sie nicht mehr diese Modelmaße, da fettfreie Produkte Zucker als Geschmacksträger haben.

4.1.4 Medienkompetenz

Dieses Kapitel setzt sich mit der historischen Entwicklung der Begrifflichkeit und dem Verständnis von Medienkompetenz näher auseinander.

Dieter Baacke, Jugendforscher und Medienwissenschaftler, hat sich in den 70 Jahren aus sozialwissenschaftlicher Sicht diesem Begriff angenommen. Er hat ihn

für die Medienpädagogik erstmals aufbereitet und aufgearbeitet und bezieht diesen Begriff zum einen- auf den Kompetenzbegriff des Sprachwissenschaftlers Chomsky – auf die individuelle Fähigkeit, sich anderen mittels Sprache und Sprechen mitzuteilen und zum anderen – auf die Diskussion des Begriffs bei dem Gesellschaftswissenschaftler Habermas (1971) – auf die Fähigkeit in einem sozialen Diskurs, die Umwelt zu gestalten.

Dieter Baacke übernahm den Begriff der „kommunikativen Kompetenz“, welcher der ältere Begriff ist und schon seit den Siebzigerjahren als Leitbild der Medienpädagogik begleitet.¹⁴

Sowohl Bernd Schorb als auch Dieter Baacke ist der Meinung, dass „kommunikative Kompetenz“ *präziser ist und sich an den pädagogischen Subjekten, an ihrer Fähigkeit, miteinander in Austausch zu treten orientiere.*¹⁵

Dieser Austausch ist *im Baackschen Sinne kein funktionaler Vorgang der Zeichenübermittlung, sondern ein Akt menschlichen Handelns.*¹⁶ Diese *Handlungsfähigkeit im Austausch mit anderen Menschen* muss wie jede andere Fähigkeit auch im sozialen Kontext ausgebildet werden.

Der Mensch kommt als sozial-kompetenter Säugling auf die Welt.

¹⁴ http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/kompetenz/36_Schorb.pdf
S.12

¹⁵ http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/kompetenz/36_Schorb.pdf
S.12

¹⁶ http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/kompetenz/36_Schorb.pdf
S.13

Nun besteht die Aufgabe darin, den Menschen nicht nur die Kulturtechniken zu lehren, sondern auch die Fähigkeit sich kritisch mit der Informationstechnologie auseinanderzusetzen zu können zu fördern.

Auf Grund der raschen Entwicklung von Medientechnologien wurden die Angebote sich mit Hilfe von Medien auszutauschen immer vielfältiger und sind heute in unserem Alltag nicht mehr wegzudenken.

Dies hatte zur Folge, dass Dieter Baacke den Begriff der „kommunikativen Kompetenz“ in seinem Verständnis von „Medienkompetenz“ einfließen hat lassen und sieht darin eine *Lernaufgabe*.

*Medienkompetenz als Lernaufgabe.*¹⁷

Er unterteilt den Begriff „Medienkompetenz“ in zwei Dimensionen:

Die erste Dimension der *Vermittlung* befasst sich mit dem Bereich der Medienkritik und Medienkunde. Sie beschäftigt sich mit dem *Wissen von heutigen Medien und Mediensystemen*.

Die zweite Dimension der *Zielorientierung* unterteilt sich in *Mediennutzung* und *Mediengestaltung*.

Sie richtet sich an folgende Fragen: Wie gehe ich mit Medien um? In welcher Art und Weise nutze ich sie und wie *gestalte ich Mediensysteme weiter?*

Baacke hat dies folgendermaßen unterteilt:

Dimension der *Vermittlung*

1. Medienkritik

Dabei geht es darum sich *analytisch problematischen gesellschaftlichen Prozessen* zu nähern und sich mit ihnen auseinanderzusetzen. Dieser Prozess setzt voraus, dass der *sozialverantwortete* Rezipient in der Lage ist *das analytische Wissen* auf Grund seiner Selbstreflexion seines Handelns *anwenden zu können*.

2. Medienkunde

befasst sich mit der *informativen* und der *instrumentell-qualifikatorischen Dimension*.

Die *informative* Dimension bezieht sich auf Fragen der *klassischen Wissensbestände*.

¹⁷ Baacke (2007) S. 97

Bei der *instrumentell-qualifikatorischen* stehen die Fähigkeiten zur Benutzung von

Medientechnologie im Vordergrund. Wie steige ich in den Computer ein? Wie nehme ich Fernsehserien auf?

Die Dimension der *Zielorientierung* unterteilt sich in

1. Mediennutzung, welche gelernt werden muss, gliedert sich in *rezeptiv, anwendend* und in *interaktiv, anbietend*. Unter diesen Begriffen versteht Baacke die *Programm-Nutzungskompetenz* und auf zum Beispiel Telebanking antworten zu können.
2. Mediengestaltung ist in dem Sinne *innovativ, da Mediensysteme weiterentwickelt werden* und *kreativ*, da sie sich auf die Ästhetik beziehen.

Zusammenfassend sieht Dieter Baacke im Verständnis des Begriffes „Medienkompetenz“ die *Grundlage für „das in der Welt Sein“ und für „das sich in der Welt Verstehen“*¹⁸.

Um dies „in der Welt Sein“ und „das sich in der Welt Verstehen“ zu können, muss eine Ich-Identität ausgebildet werden.

4.1.5 Identität

Dieses Kapitel geht auf den Begriff Identität näher ein und erklärt auch seine Wichtigkeit um die Fähigkeit zur Handlungs- und Medienkompetenz entwickeln zu können.

Sowohl Georg Herbert Mead, Philosoph, Sozialpsychologe als auch Jürgen Habermas, Philosoph, Soziologe haben sich ebenfalls mit dieser Begrifflichkeit näher auseinandergesetzt.

Da der deutsch-amerikanische Psychoanalytiker und Vertreter der psychoanalytischen Ich-Psychologie das *psychosoziale Stufenmodell* von Sigmund Freud weiterentwickelt hatte, bezieht sich die Autorin auf sein Modell. Freud beschränkte sich bei seinen Entwicklungsphasen hauptsächlich auf die Kindheit, hingegen Erikson weitete seine Theorie insgesamt auf 8 Phasen aus. In jeder Phase stehen für jeden Menschen Entwicklungsaufgaben bzw.

¹⁸ Schell/Stolzenburg/Theunert (1999) S. 20

bestimmte Themen, die von ihm gelöst werden müssen, an. Der Höhepunkt einer jeder Phase gipfelt in einer Krise, die wenn sie erfolgreich gemeistert wurde, die den Menschen in seiner Persönlichkeitsentwicklung vorantreibt.

Das psychosoziale Stufenmodell nach Erik Erikson

Stufe 1: Urvertrauen vs. Urmisstrauen (1. Lebensjahr)

Stufe 2: Autonomie vs. Scham und Zweifel (2. bis 3. Lebensjahr)

Stufe 3: Initiative vs. Schuldgefühl (4. bis 5. Lebensjahr)

Stufe 4: Kompetenz vs. Minderwertigkeit (6. bis 13. Lebensjahr)

Stufe 5: Identität vs. Identitätsdiffusion (13. bis 18. Lebensjahr)

Stufe 6: Intimität vs. Isolierung (20. bis 30. Lebensjahr)

Stufe 7: Generativität vs. Stagnation (30. bis 50. Lebensjahr)

Stufe 8: Integrität vs. Verzweiflung und Lebensekel (60. bis 80. Lebensjahr)

Da sich diese Arbeit auf die Altersgruppe der Jugendlichen bezieht, geht die Autorin auf die Stufe 5: Identität vs. Identitätsdiffusion (13. bis 18. Lebensjahr) näher ein. Der Jugendliche weiß, woher er kommt, wer er ist, er kennt sich selbst und muss sich nun seine soziale Rolle in der Gesellschaft suchen. Gelingt ihm dies nicht so kommt es laut Erikson zu einer *Identitätsdiffusion*.

Der Jugendliche hat auf Grund zum Beispiel von rigiden Identitätskonzepten Schwierigkeiten seinen Platz, seine Identität in einer Gruppe zu finden. Die Gemeinschaft erkennt ihn nicht an. Er erfährt Zurückweisung und stürzt somit in eine Diffusion.

Am Ende dieser Phase soll der nun Adoleszente durch seine Reifung an Hand seiner Kindheitserfahrungen an Persönlichkeitszuwachs gewonnen haben um sich den *Aufgaben des Erwachsenenlebens* stellen zu können.

Die Identitätsentwicklung ist bei Erikson nichts statisches, sondern ein fortschreitender Prozess.

4.2 Literarische Aufbereitung der Thematik und des Forschungsinteresses

Werbung richtet sich an eine spezielle Gruppe von Menschen in diesem Fall an weibliche Jugendliche.

Da Werbung ihre Produkte vermarktet, bedient sie sich den Wünschen und Sehnsüchten der jugendlichen Kaufgruppe.

Gerade in dieser Entwicklungsphase spielen Sexualverhalten, Gruppenzugehörigkeit, Körperbild und Selbstbild eine sehr große Rolle.

Hilft diese beworbene Antimitessercreme gegen Akne? Lässt die beworbene Wimperntusche wirklich meine feinen Wimpern dichter erscheinen? Wirke ich mit diesem strahlend-roten Lippenstift auf Burschen sexy?

Der Wunsch „gut auszusehen“, auf andere anziehend, begehrenswert zu wirken. Ziel der Werbung ist es den Sehnsüchten nach einem zum Beispiel „aknefreiem Gesicht“ mit einem speziellen Produkt, was dieses verspricht nachzukommen.

Produkte werden gekauft, wenn die Bedürfnisse des Menschen angesprochen werden.

Vakratsas und Ambler haben verschiedene Modelle der Werbewirkung unter anderem das „*Pure affect models*“¹⁹ zusammengefasst.

Das „*Pure affect models*“ Zusammenhang die *emotionale Funktion von Werbung, die auf Bekanntheit und Gefühlsqualität von Produkten zielt*.²⁰

Es bezieht sich auf Emotionen, die beim Rezipienten ausgelöst werden sollen um das Produkt kaufen zu wollen.

Ein anderes *Phasen-Modell* der Werbewirkung beschreibt Condry. Er unterteilt die Werbewirkung in sechs Phasen

„*exposure, attention, comprehension, yielding, retention, und decision to buy*“²¹.

Nach seiner Auffassung muss Werbung beim Rezipienten greifen. Das bedeutet der Rezipient muss durch die Werbung auf das Produkt einmal aufmerksam gemacht werden und seine vermittelte Botschaft verstehen. Danach ist es im Sinne der Werbeindustrie, dass sich der potentielle Kunde sich auch die Werbebotschaft merkt und einen Wunsch, eine Sehnsucht entwickelt dieses umworbene Produkt haben zu wollen bzw. kaufen zu wollen.

¹⁹ Winterhoff-Spurk (1999), S. 153

²⁰ Winterhoff-Spurk (1999), S. 153

²¹ Winterhoff-Spurk (1999), S. 153

Gegenüber diesem Modell der Werbewirkung stehen noch weitere, die kurz hier erwähnt werden.

*Cognitive information models*²² geht davon aus, dass das Verhalten des Verbrauchers ein *rein rationales* ist und sich auf Informationen wie zum Beispiel Produktkosten beschränkt. Der Rezipient wählt nach Kostenkriterien sein Produkt aus. Das affektive Verhalten beeinflusst die Kaufentscheidung des Konsumenten. Dies bedeutet, dass die günstigere Creme gegenüber der teureren beim Kunden im Vorteil ist.

Im Gegensatz zur affektiven Theorie, die darauf hin arbeiten, indem sie beim Rezipienten beim Kauf dieses Produktes positive Emotionen wecken wollen.

Die Selbstbräunungskreme verspricht ein gesünderes, attraktiveres Aussehen genauso wie das Model in der Werbung verspricht. Der Käufer hält sich an die Anweisungen des Modells und erhofft sich dadurch ebenfalls anerkennende Blicke zu erhalten.

Dies sind nur ein paar von vielen Werbewirkungsmodellen.

Winterhoff-Spurk, Medien- und Organisationspsychologe ist der Ansicht, dass *trotz solcher Modelle die direkten Zusammenhänge von TV-Werbung und Kaufverhalten (...) wenig erforscht sind.*

Weiteres ist zu untersuchen, inwieweit Werbung in die Identitätsentwicklung, in das Körperbild, Selbstbild eingreift.

²² Winterhoff-Spurk (1999) S.153

5 EMPIRISCHER TEIL

5.1 1. Methode

5.1.1 Beschreibung der Methode

Die Auswertung erfolgt mit Hilfe der qualitativen, interpretativen Sozialforschung von Udo Kelle und Susanne Kluge. Dabei beziehen sie sich *an dem von Charles Peirce entwickelten Modell, (...) bei welchem theoretisches Vorwissen mit empirischen Beobachtungswissen sowohl kreativ als auch methodisch kontrolliert verknüpft werden kann.*²³

Dadurch grenzen sich Kelle und Kluge von jener qualitativen Forschungsmethode, die zu Beginn des Forschungsprozesses „präzise Hypothesen“ erstellen, ab um nicht zu eingegrenzt zu sein, da sich während der Interviews auch nicht vorhersehbare Aspekte ergeben können, die zusätzliche Hypothesenaufstellung verlangen.

Sie möchten die Forscherin *für relevante Aspekte des Datenmaterials „theoretisch sensibilisieren“.*

Ziel dieser Untersuchung ist es, mittels Auswertung der Einzelinterviews Unterschiede und Ähnlichkeiten festzustellen *um*

*Schritt für Schritt jene Sinnstrukturen zu rekonstruieren, die die untersuchte soziale Lebenswelt (mit)konstituieren.*²⁴

Diese Unterschiede und Ähnlichkeiten werden mit Hilfe von *Vergleich und (..) Kontrastierung* bestimmt, *um zu einer validen und methodisch kontrollierten Beschreibung und Erklärung sozialer Strukturen zu gelangen.*²⁵

Als Instrumentarium zur Befragung dient ein offener Leitfaden, der den Befragten Raum und Zeit für deskriptive Antworten bietet. Durch zirkuläre Fragetechnik wird versucht so nahe wie möglich an die Lebens- und Alltagswelt der Jugendlichen heranzukommen.

Durch Nachfragen und zurückgreifen auf vorige Fragen hatte sowohl der Befragte als auch die Autorin genug Spielraum um Verständnisprobleme bzw. Missverständnisprobleme auszuräumen.

²³ Kelle/Kluge (1999) S. 12

²⁴ Kelle/Kluge (1999) S. 15

²⁵ Kelle/Kluge (1999) S. 10

....Mit der „offenen“ Sammlung von Daten (...)soll sich die Forscherin möglichst unvoreingenommen der empirischen Realität nähern.²⁶

Unter anderem ist es Aufgabe der Forscherin sich mit einer Distanz dem Forschungsgegenstand neu anzunähern.

Theoretisches Vorwissen sei nach Ansicht von Kelle und Kluge sogar *hinderlich, weil es den Untersucher mit Vorurteilen belaste und ihn dazu verleite, seine Konzepte dem Datenmaterial aufzuzwingen.*²⁷

Bei dieser empirischen Methode geht es darum *das relativ unstrukturierten verbalen Datenmaterials in Form(...) von Interviewtranskriptionen(...)* Interviews einzeln zu analysieren und ähnliche Merkmale, Aussagen zusammenzufassen.

*Indem sie die zentralen Ähnlichkeiten und Unterschiede im Datenmaterial deutlich machen, regen sie die Formulierung von Hypothesen über allgemeine kausale Beziehungen und Sinnzusammenhänge an.*²⁸

Die aufgestellten Hypothesen werden nun überprüft.

5.1.2 Durchführung

5.1.2.1 Die befragten Jugendlichen

Insgesamt wurden sechs weibliche Jugendliche, im Alter von 17 bis 19 Jahren interviewt, davon waren eine Afrikanerin, eine Türkin und vier Österreicherinnen. Alle Frauen wurden in Österreich geboren und sprachen sehr gut deutsch.

Auf Grund kultureller, ethnischer und religiöser Unterschiede hat sich die Autorin bewusst für die afrikanische und türkische Interviewpartnerinnen entschieden um an Hand der Interviews herauszufinden, ob Hautfarbe und ihr kultureller, religiöser Hintergrund einen Einfluss auf ihr Rezipientenverhalten und somit auf ihre Selbstinszenierung in unserer westlichen Gesellschaft haben.

Drei von ihnen kamen aus gut-situierten Familien d.h. sie bekamen regelmäßig Taschengeld, konnten sich dem Modetrend entsprechend einkleiden u.s.w. Im

²⁶ Kelle/Kluge (1999) S. 16

²⁷ Kelle/Kluge (1999) S. 16

²⁸ Kelle/Kluge (1999) S. 10

Gegensatz dazu kamen die anderen drei Jugendlichen aus eher armen sozialen Familien und lebten in betreuten Wohngruppen.

Alle sechs Frauen waren nicht sehr auffällig geschminkt d.h. sie benutzten Kajalstift, Wimperntusche und einen durchsichtigen bis dezenten Lippenstift. Zwei trugen künstliche Nägel. Ihre Kleidung bestand aus Jeans und dazu passende T-Shirts und Schuhen aus den 80-Jahren. Vier von ihnen trugen zur Kleidung und zum 80-Jahrstil passenden Modeschmuck wie zum Beispiel große Creolenohrringe und breite Hüftgürteln.

Grundvoraussetzung um bei dieser Befragung teilnehmen zu können, war ein reges Interesse an den derzeitig, laufenden österreichischen Fernsehwerbungen und ein Mindestalter von 19 Jahren.

Laut Jugendschutzgesetz dürfen Jugendliche unter 19 Jahren nur mit Einverständnis der Eltern bzw. der Erziehungsberechtigten befragt werden.

Alle sechs Jugendlichen haben gerade eine Ausbildung beendet oder standen kurz vor ihrem Abschluss.

5.1.2.2 Interviewort und Interviewdauer

Der Ort der Befragung fand entweder in ihrer jeweiligen Wohngruppe oder bei ihnen zu Hause statt. Dadurch befanden sie sich in ihrer vertrauten, sicheren Umgebung.

Die Interviewdauer war von ihrer Befindlichkeit und der Art und Weise wie sie Fragen beantworteten abhängig und variierte von 35 Minuten bis zu 65 Minuten.

5.1.2.3 Interviewablauf

Die Interviewsituation gestaltete sich folgendermaßen: Die Befragte suchte sich einen bequemen Platz Ihrer Wahl und die Autorin setzte sich ihr gegenüber. Auf dem Tisch standen der Laptop, welcher für die Vorführung der Fernsehwerbungen notwendig war und der MP3-Player, mit dem alle Gespräche, mit Einverständnis der jungen Frauen, aufgezeichnet wurden. Es entstand eine face-to-face-Situation, die sowohl die akustische Aufzeichnung der Antworten als auch das Festhalten der Körpersprache zu lies.

Zu Beginn der Interviews waren alle Befragten, wie sich nach den Interviews herausstellte, nervös, welches sich aber im Laufe der Befragung sehr schnell legte.

Als kleines Dankeschön konnten sie sich zwischen H&M und Starbucks-Gutscheinen entscheiden. Alle Befragten entschieden sich für die Kleidergutscheine von H&M und somit gegen die Cafe-shop-Gutscheine von Starbucks.

5.1.2.4 Interviewleitfaden

1. Soziodemographische Daten:

Alter:

Geschminkt: Ja Nein

Schule/Ausbildung:

Frauenvorbild:

Interessen:

2. Einstiegsfragen:

- a. Welche Werbespots fallen dir ein?
- b. Warum glaubst du, dass gerade dieser Werbespot bei dir hängen geblieben ist?
- c. Hast du einen Lieblingswerbespot?

3. Werbespots am PC vorführen:

Activia

Bebe

Fit-Müsli

Mascara (Geisha)

Thomapyrin

Dulcolax

Aspirin

Supradyn

Römerquelle

Katjes (Heidi Klum)

Schiffer (Antifaltencreme)

4. Fragen zu den gezeigten Werbespots:

- a. Welcher Werbespot ist dir bekannt bzw. nicht bekannt?
- b. Welcher gezeigte Spot gefällt dir am besten und warum?
- c. Von welcher Frau in den gezeigten Werbespots fühlst du dich angesprochen bzw. nicht angesprochen? Warum?
- d. Welche Eigenschaften gibst du der sympathischen Frau und welche der unsympathischen Frau?

e. Welchen Frauentyp repräsentiert deiner Meinung nach jeder gezeigte Spot?

Bitte beschreibe diese Frau.

f. Identifizierst du dich mit einem Frauentyp?

g. Welche folgenden Produkte kaufst du?

Aktivia

Bebe´

Always

Mascara (Geisha)

Aspirin

Claudia Schiffer

Thomapyrin

Dulcolax

Fit-Müsli

Natreen

Katjes (Heidi Klum)

h. Warum kaufst Du gerade dieses Produkt?

i. Kaufen Freundinnen auch dieses Produkt und warum?

j. In welchem Spot würdest du gerne den Part der Frau übernehmen und in welchem überhaupt nicht? Warum?

5. Fragen zum Körperbild:

a. Wie siehst du deinen Körper? (Bezug jetzt auf Schminke, Kosmetik, Pflege, Nahrung, Gesundheit/Krankheit...)

b. Du hast drei Wünsche frei, was würdest du dir wünschen?

c. Welche Rolle spielt der weibliche Körper deiner Meinung nach in der Werbung?

d. Sollten mollige Frauen, Frauen z.B. im natürlichen Alterungsprozeß, Frauen im Rollstuhl....in Spots gezeigt werden? Begründung.

e. Motiviert dich eine bestimmte Frau dieses Produkt zu kaufen?

f. Welche Frau gefällt dir am besten und welche nicht?
Warum?

6. Fragen zur Selbstinszenierung

a. Möchtest du gerne Modell sein? Warum bzw. warum nicht?

b. Was strahlt ein Modell deiner Meinung nach aus und warum?

c. Hast du dich schon einmal wie ein Modell bewegt, geschminkt, angezogen?

7. Fragen zur/m Frauenrolle/bild:

a. Wie siehst du dich als Frau in unserer Gesellschaft?

- Möchtest du lieber eine Frau oder ein Mann sein und warum?
- b. Welche Frauenbilder/rollen repräsentieren die Werbespots?
 - c. Werden mehrere oder nur ein Frauenbild repräsentiert?
 - d. Welchen Beruf haben die Frauen in den dir gezeigten Spots?
 - e. Welche Werbefrau hättest du gerne als Schwester, Mutter, Freundin und warum?
 - f. Du bist Chefin der renommiertesten Werbefirma Österreichs und möchtest nun einen Spot über ein neues Produkt drehen? Du hast alle finanziellen, personellen Möglichkeiten.
 - o Welches Produkt wählst du?
 - o Wie sieht dein Spot aus? Beschreibe ihn.

5.1.2.5 Auswertung von den 6 Interviews

1. Welcher Werbespot fällt dir ein?

A: Opelwerbung, Bebe

B: Katjes, Merci, Redbull, Opel, Nivea

C : Weg mit dem Speck

D : Versicherung 11889, Eduscho

E: Weg mit dem Speck

F: Stiefelkönig, Mc Donalds, „da wo der Mann die Frau ans Bett fesselt“

2. Warum glaubst du, dass gerade dieser Werbespot bei dir hängen geblieben ist?

A: keine Angabe

B: Opel: Kinder sind so süß; Nivea: weil Wimpern so lang und schön werden;

C: weil sie sooft im Fernsehen ist

D: Eduscho: gefallen mir die Sachen; Versicherung: „....weil ihnen geholfen wird“ ist kein Deutsch;

E: weil wir darüber lachen

F: keine Ahnung

3. Hast du einen Lieblingswerbespot und warum?

A: Saturn

B: Werbung mit Babys

C: Weg mit dem Speck

D: Nein

E: Chello

F: Nein

4. Welcher Fernsehspot ist deiner Meinung nach der Schlechteste und warum?

A: Redbull

B: keine Antwort

C: Malborou; findet sie lächerlich

D: Pick up; wirkt so auswendig gelernt

E: diese Montag, Montag...(Baumax)

F: Nein

5. Was assoziiertst du mit den Begriffen „Werbung und Frau“?

- A: Pflege, Kosmetik
- B: Sexsymbol, schlank, 90/60/90
- C: Mode
- D: gibt sehr wenig Frauenwerbung
- E: keine Ahnung
- F: gar nichts

6. Welcher gezeigte Spot gefällt dir am besten und warum?

- A: keiner
- B: Heidi Klum, weil sie so hübsch, schön ist;
- C: Bebe; die Leute sind sehr natürlich;
- D: Find Werbung nicht so toll
- E: Bebé und Heidi Klum
- F: Heidi Klum, weil sie in der Badewanne sitzt;

7. Von welcher Frau in den gezeigten Werbespots fühlst du dich angesprochen bzw. nicht angesprochen? Warum?

- A: die mit den Mitessern, da sie in der Serie „Smallvillage“ mitspielt;
- B: Bebé, da sie so schöne, zarte Haut hat;
- C: Bebé, weil sie sehr gut ist, weil sie Spaß haben;
- D: Bebé, weil sie so fröhlich und aufgeweckt ist;
- E: O.B., weil sie sympathisch ist, spontan;
- F: Bebé, weil sie eine gute Ausstrahlung hat;

8. Welche Eigenschaften gibst du der sympathischen Frau und welche der unsympathischen Frau?

- A: zielstrebig, selbstbewusst/ keine Antwort
- B: legt auf ihr Äußeres mehr wert/ die mit der alten Frau (Dulcolaxwerbung), kommt nicht interessant rüber
- C: weil sie strahlend lacht;/keine Antwort
- D: weil sie so fröhlich ist;/ Dulcolax, ist ein komischer Typ
- E: sympathisch/ Dulcolax, da Werbung unrealistisch ist;
- F: hat gute Ausstrahlung, ist privat auch so/ (Vöslauer) langweilig, unsympathisch

9. Identifizierst du dich mit einem Frauentyp?

A: Nein/keine Antwort

B: mit keiner/ schauen zu perfekt aus

C: keiner/ weiß nicht

D: Nein/keine Antwort

E: Nein/keine Antwort

F: Ja/ (Bebé) die schaut so gscheit

10. Welche von den gezeigten Produkten kaufst du und warum?

A: Aspirin nehme ich, wenn ich Kopfschmerzen habe; always kaufe ich, weil ich es brauche; Nivea kaufe ich, weil meine Lippen rau sind; Produkte sind

B: weil sie so gut riechen und sich auf der haut gut anfühlen(Nivea, Bebé)

C: Katjes hat mir geschmeckt; Aspirin, weil ich Kopfschmerzen habe;

D: Bebé, weil sie jugendlicher macht; Katjes, weil ich eine Naschkatze bin;

E: Ich denke, das wirkt (Freundin hat es ausprobiert und mir gesagt)(Bebé);

F: Fitness-Müsli, weil es mir schmeckt; OB, weil ich keine Binden mag;

Vöslauer, gibt zwar viele Marken, habe aber kein Problem mit Vöslauer;

11. Kaufen Freundinnen auch dieses Produkt und tauscht ihr euch aus?

A: die Produkte sind prinzipiell besser;

B: Ja

C: Ja, tauschen uns über Qualität aus

D: Ja, ich spreche mit meinen Freundinnen und meiner Mama über das Produkt;

E: Ja, wenn wir etwas Neues gekauft haben;

F: wirkliche Gesprächsthemen über Cremes haben wir nicht;

12. In welchem Spot würdest du gerne den Part der Frau übernehmen und in welchem überhaupt nicht? Warum?

A: in keinem, weil ich nicht gern im Fernsehen, in einer Werbung bin;

B: in keinem, weil ich nicht so hübsch bin wie Heidi Klum;

C: im Spot von Neutrogena, weil ich die ganze Werbung umgestalten würde, glaubhafter;/ da wo sie nackt herumstehen;

D: Katjes, Bebé, Neutrogenawerbung, da ich das Produkt der Welt zeigen kann/ Dulcolax: ich tät das nicht machen, wenn ich die Werbung sehe, schalt ich um;

E: in Katjes/weiß nicht; die Werbung mit der alten Frau/weiß nicht;

F: Entweder Vöslauer oder Bebé, weil's nicht schwer ist zum Erklären/ in der Lippenstiftwerbung/keine Antwort;

13. Wie siehst du deinen Körper? (Bezug jetzt auf Schminke, Kosmetik, Pflege, Nahrung, Gesundheit/Krankheit...)

A: zu jeder Frau passt Schminke, mögen tu ich es schon, aber dezent;

B: ja ich schminke mich sehr selten, wenn ich Lust und Laune habe;

C: ja, es hängt davon ab, ob ich Lust hab oder wo ich hingehge;

D: bin mit meinen Körper unzufrieden, denn ich möchte abnehmen, nicht viel, aber dass ich dünn bin, so 5 Kilo; Hüfte, Bauch, Beine....alle sind dünn;

E: bin nicht zufrieden, meine Muskeln und meine Hautfarbe mag ich nicht, wird beschimpft;

F: bin unzufrieden mit meinen Körper, bin zu dick, 50 kg;

14. Du hast drei Wünsche frei, was würdest du dir wünschen?

A: das ich meine Matura hab und hoffentlich auf die Uni gehen kann, sie erfolgreich abschließe und einen guten Job wünsch ich mir, bei dem ich Freude hab natürlich;

B: positiver Abschluss an der Maturaschule, ein zufriedenes Leben, viel Geld und das es mir gesundheitlich gut geht;

C: Ich würde mir eine Arbeit wünschen, viel Gewand und das ich nie arm sein kann;

D: Ich möchte Karriere machen; möchte einen leichten Beruf haben, wo ich Chef bin und jemanden etwas beauftragen kann, möchte Grafikerin werden mit eigener Firma; das alle Menschen mich gern haben, gesund sind und am Meer wohnen;

E: dass ich reich bin, will Sängerin oder Modell werden, in New York leben, schöne Sachen anziehen, am Laufsteg laufen;

F: gut auszusehen, schlank, eine schöne, geregelte Familie haben, wo die Ehe passt, wo die Kinder keine Probleme haben, eine Arbeit die Spaß macht, in der ich keine Probleme hab;

15. Welche Rolle spielt der weibliche Körper deiner Meinung nach in der Werbung?

A: Frauen mit toller Figur, da schauen die Männer, sogar Frauen;

B: spielt große Rolle, vor allem für Männer oder für die etwas molligen Frauen oder die die nicht so ausschauen;

C: für Männer; Frauen werden ausgenutzt in der Werbung

D: er spielt eine große Rolle;

E: ist mir egal

F: bei Bebé hab ich noch nie eine festere Frau gesehen.....aber bei Fastfood sieht man schon stärkere Frauen....aber sonst nicht.

16.Sollten mollige Frauen, Frauen im natürlichen Alterungsprozess, Frauen im Rollstuhl....in Spots gezeigt werden? Begründung.

A: Mir persönlich ist das egal; ja wieso nicht; aber es wäre auch nicht schlecht, wenn ältere Menschen beteiligt wären;

B: Ja ich würde es gut finden;

C: Ich würde es normal finden,....würde nicht nur dünne und schöne, schlanke Frauen in die Werbung setzen;

D: Ich täte dies gut finden, da man ja nur berühmte oder stink normale Menschen sieht, aber eine im Rollstuhl....mal was Neues;

E: wäre mir eigentlich egal;

F: Ich finde es super, wenn andere Frauen mit dunklerer Hautfarbe im Fernsehen sind oder im Rollstuhl sitzend oder ein bisschen älter oder molliger ist, warum sollte ich mir die nicht anschauen....sind ja auch was wert;

17.Motiviert dich eine bestimmte Frau dieses Produkt zu kaufen?

A: Nein

B: Nein

C: Nein, ich tu mich selber vergewissern, ob das Produkt gut ist. Es kommt ja nicht auf die Frau an;

D: Nur weil mir eine Person sympathisch ist, muss ich das Produkt nicht kaufen;

E: von Bebé

F: die von Bebé, die das vorzeigt, denn die ist nicht so aufgetakelt, sondern sehr natürlich, die würde mich schon dazu bringen das zu kaufen;

18.Möchtest du gerne Modell sein? Warum ?

A: Ja, schon/einfach so schlank, so groß zu sein wie ein Modell, einfach gut rüber kommen, viel selbstbewusster;

B: Ja schon, wurde schon mal angesprochen und meine Mutter meint ja, tu doch, aber ich bin nicht motiviert, finde mich selber nicht schön;

C: Nein, wäre mir peinlich;

D: Strahlt Schönheit aus und das neue Gewand von der neuen Kollektion;

E: Ja, würde ganz schöne Sachen anziehen, am Laufsteg laufen, in New York leben;

F: Könnte kein Modell sein. Schrecklich. Möchte auch kein Produkt präsentieren.

19. Was strahlt ein Modell deiner Meinung nach aus und warum?

A: Selbstbewusstsein

B: z.B. Heidi Klum; Schönheit, ihr Gesicht ist so hübsch;

C: wieder die perfekte Frau;

D: Sie strahlt Schönheit aus;

E: siehe Frage 23.

F: interessiert mich nicht

20. Wie siehst du dich als Frau in unserer Gesellschaft? Möchtest du lieber eine Frau oder ein Mann sein?

A: manchesmal gut, manchesmal nicht gut; die Regel, da möchte ich keine Frau sein;

B: Ja ich bin gerne eine Frau; ich möchte kein Mann sein;

C: Männer haben es leichter, die haben nicht „die Tage“, die müssen sich um fast nix kümmern, außer arbeiten, müssen nicht Geschirr abwaschen, putzen, Kinder kriegen, aufpassen;

D: als Frau, da kann man mehr machen; kann z.B. mit seinen Freundin über alles reden, die Männer schauen nur, was sag ich jetzt, was doch...ich will der bessere sein.

E: als Mann, müssen keine Kinder gebären, können machen was sie wollen; im Stehen aufs Klo gehen, können lange weg bleiben, haben es leichter und einfacher;

F: Ich glaube, ein Mann. Männer müssen keine Kinder auf die Welt bekommen, Männer können tun und lassen was sie wollen, haben keine Schminkprobleme, mit der Mode, ziehen irgendwas an.....schauen schon auf die Mode, aber müssen sich nicht so pipifein herausputzen;

21. Welche Frauenbilder/rollen repräsentieren die Werbespots? Werden mehrere oder nur ein Frauenbild repräsentiert?

A: Modells und Hausfrauen

B: Modells

C: keine Antwort

D: Es gibt sportliche,...die eine segelt und ich finde Segeln ist auch ein Sport.
In der Kosmetik;

E: Keine Ahnung; mehrere Frauenbilder;

F: Mehrere; Blonde und Braunhaarige;

22. Welche Werbefrau hättest du gerne als Schwester, Mutter, Freundin...? Und warum?

A: Darf ich auch sagen „gar keine“?

B: Heidi Klum oder mit der von der Bebé-> Schwester;

C: Die von Bebé hätte ich gern als Freundin, sie ist so freundlich; würde mit ihr ins Kino gehen, reden oder so;

D: Heidi Klum hätte ich gern als Freundin; Würd sie fragen wie der Tag für sie war, dann würd sie mir ihre Problem, dann ich ihr meine erzählen; die von der Bebé; würd das selbe wie mit Heidi Klum besprechen;

E: Hätte gern Heidi Klum als Schwester; würd sie fragen, ob ich auch Modell werden kann, ob sie mit mir nach New York oder so einmal fliegt. Als Freundin, die aus der Bebé-werbung; würd mit ihr über alles, was man halt so mit Freundinnen spricht, bereden; Als ältere Schwester, die von der Neutrogena. Würde sie fragen, ob das schauspielern leicht ist, ob wir zusammen schauspielern können.

F: Gar keine

23. Du bist Chefin der renommiertesten Werbefirma Österreichs und möchtest nun einen Spot über ein neues Produkt drehen? Welches Produkt würdest du wählen?

A: Vöslauer

B: Fitness-Müsli; Kann es auch Müsli-Riegel sein?

C: Neutrogena

E: Katjes

F: Bebé

**24. Wie würdest du es jetzt machen? Du hast alle Möglichkeiten.
Beschreibe den Werbespot.**

A: Wasserfall, kleiner Hügel; Flasche liegt in einem Teich, dann kommt Mann oder Frau und holt Flasche heraus; Hausfrau: 1,65m, hellbraune Haare, Sommersprossen; sie ist durstig, kennt man am Gesicht.

B: Ein Mann, gut gebaut, der gerade Sport treibt, vielleicht Läufer, der sich gesund ernährt, kommt nach Hause und ernährt sich gesund;

C: Anzeige für Werbung in einer Zeitung aufgeben, danach Casting, wo sie den Text auswendig lernen und welche am natürlichsten ist, würde ich aussuchen. Hintergrund ist ein Hallenbad; sie würden sich unterhalten; draußen ist es zu kalt und die eine sagt, das sie vor kurzem im Solarium und danach sagt sie, sie hat die neue Creme von Bébé und dann schmieren sich alle ein.

D: Mann und Frau sind zu Hause, auf der Couch und dann fragt der Mann „Schatz, möchtest Du was naschen?“ und dann sagt sie „Ja bitte“, dann holt er das raus und bewirft sie damit, sie sagt „Du bist so fies....was ist denn das“...“iiii....so was klebriges!“ und dann kostet sie „mmm das schmeckt gut, von wem ist denn das“...“Oh das ist ja von Katjes“; „hat das viel Fett?!“ und der Mann würde antworten „Nein, das hat 0,1%Fett“. Würde eine Frau nehmen, die nicht zu dünn ist, sondern so wie ich mollig.

E: Die Frau soll unter der Dusche stehen und da kommen diese Zuckerl raus;

F: Mann und Frau; Er wird ihr die Creme bringen und zeigt ihr was das für ein Produkt ist oder umgekehrt; er schmiert ihr den Rücken ein und umgekehrt und er sagt dann wie begeistert er von dieser Creme ist.

5.2 Hypothesen

1.1. Werbung übt einen starken Einfluss auf weibliche Jugendliche aus.

Alle Befragten konnten sich an Werbespots erinnern und konnten sie ebenfalls ziemlich detailliert schildern. Daraus ist ersichtlich, dass Fernsehwerbung ihre Wirkung bei Jugendlichen entfaltet. Die Werbung prägt sich bei ihnen ein.

1.2. Werbung für pharmakologische und kosmetische Produkte sind stärker im Gedächtnis als ökologische Produkte.

Dabei war es interessant zu beobachten, dass Jugendliche eher pharmakologische und kosmetische Produkte im Gedächtnis behielten und auf ökologische Produkte kaum eingingen.

Aspirin und Kremen standen an erster Stelle. Daraus ist zu schließen, dass das Erscheinungsbild weiblichen Jugendlichen ihnen wesentlich wichtiger ist, als andere Produktarten, die zum Beispiel zur gesunden Ernährung beitragen.

1.3. Werbung erzeugt Unsicherheit bezüglich des eigenen Selbstbildes.

Alle Jugendlichen, die in diesem Interview befragt wurden, waren mit ihrem Körperbild überhaupt nicht zufrieden. Die Nase war zu groß oder sie empfanden sich als zu dick. Dabei verglichen sie ihr Körperbild mit Frauen in der Werbung. Eine von den Befragten, war Afrikanerin und sah ihre Unsicherheit bezüglich ihres Selbstbildes darin, dass es keine Werbung für Afrikanerinnen gab. Kosmetikartikeln richten sich ausschließlich an Menschen mit weißer Hautfarbe. Da diese Jugendliche sehr gerne eine weiße Hautfarbe hätte, sah sie in ihrer Hautfarbe ein Makel, welches nicht gerade zu einem positiven Selbstbild beiträgt. Durch das Vorbild der „makellosen, weißen Schönheit“ werden Jugendliche in ihrem Körper- und Selbstbild sehr stark verunsichert. Sie fühlen sich nicht mehr so begehrenswert. Einige haben schon gedanklich eine Schönheitsoperation in Erwägung gezogen.

1.4. Weibliche Jugendliche erhöhen ihr Selbstwertgefühl durch die Identifikation eines Modells oder einer Schauspielerin, die das Produkt präsentiert.

Wie sich bei der Befragung herausstellte, holen sich weibliche Jugendliche Produktanregungen und Informationen aus der Werbung. Präsentiert eine Schauspielerin oder ein Modell dieses Produkt, dann werden die Eigenschaften, die diesem Modell gegeben werden, gleichzeitig auch auf das Produkt übertragen. Diese sind unter anderem sexuelle Attraktivität, soziale Anerkennung, Glück und Erfolg.

Welcher Jugendliche möchte nicht begehrt, glücklich und erfolgreich sein.

1.5. Weibliche Jugendliche stehen zu ihrer Rolle als Frau in unserer Gesellschaft.

Bis auf zwei möchten alle als Mann auf die Welt kommen. Sie empfinden die Rolle als Frau als beschwerlich. Beim Gebären steht der Schmerz und nicht „das neue Leben“ im Vordergrund. Der weibliche Körper wird sehr negativ gesehen. Männer haben es besser, da sie im „Stehen“ auf die Toilette gehen können, sie brauchen sich nicht zu schminken und die Geburt fällt auch weg. Daraus ist zu schließen, dass der Druck, sich diesen Stereotypen weiblichen Rollenklischees, die in der Werbung repräsentiert werden, sich anpassen zu müssen sehr groß ist.

1.6. Überlegungen zu neuen Werbespots bedienen sich Jugendliche den bereits vorhandenen Stereotypen.

Alle Befragten haben sich bei der Inszenierung von neuen Werbespots an den vorherrschenden Stereotypen in unserer Gesellschaft orientiert.

Die Frau, die sich vom Mann die tolle Creme zeigen lässt. Der Mann, der Sport betreibt.

5.3 Zusammenfassung

In dieser Arbeit wurde versucht sich dem Thema, inwieweit sich weibliche Jugendliche bei ihrer Selbstinszenierung von der österreichischen Fernsehwerbung beeinflussen lassen, anzunähern.

Dazu wurde zunächst in einem theoretischen Abschnitt auf die Begriffe Jugendliche, Selbstinszenierung, Körpercodes, Identität und Medienkompetenz, näher eingegangen.

Im empirischen Teil dieser Arbeit befasste sich mit einer sozialwissenschaftlichen Methode, basierend auf einem „offenen Leitfadeninterview“. Anschließend wurde auf die Interviewvoraussetzungen eingegangen.

Von insgesamt 6 Hypothesen konnten 5 davon verifiziert werden. Danach wurden 6 offene Leitfadeninterviews durchgeführt.

Als Ausblick auf weitere Forschungsarbeiten wäre es interessant einen Vergleich mit Jugendlichen aus ländlichen Regionen anzustellen.

6 Anhang

6.1 Interview 1

Transkriptionsregeln:

I.....steht für Interviewpartnerin

E.....steht für die Autorin

E: Welche Werbespots fallen Dir ein?

I: Die mit der Opelwerbung, wo die Babys diese Versammlung haben, dann....die von Bebé diese Creme, oder das mit dem Angurten bei der Fahrt...was gibt's noch? Jetzt fallen mir nur diese ein.

E: Warum glaubst Du, dass gerade dieser Werbespot bei Dir „hängen geblieben“ ist?

I: Puh....

E: Hast Du einen Lieblingswerbespot und warum?

I : Ja, die von Saturn.

E: Und warum?

I: Es ist einfach super rüber gekommen...wie die das dargestellt haben...es hat mir einfach gefallen...weiß auch nicht...er ist einfach super rüber gekommen.

E: Welcher Fernsehspot ist Deiner Meinung nach der Schlechteste bzw. der Beste, gefällt Dir überhaupt nicht... und warum?

I: Total schlecht find ich die Werbung mit Redbull....die mit den MaxerIn...und den Zeichnungen

E: ..nur den letzten Werbespot oder gefällt Dir generell diese Werbelinie nicht?

I: ..überhaupt die Redbullwerbung...mir gefällt nicht wie sie das darstellen...nicht mein Ding...die Beste ist die Saturnwerbung.

E: Was assoziiert Du mit den Begriffen „Werbung und Frau“? Was fällt dir dazu ein....ganz spontan?...Es können auch Adjektive sein

I: ..Pflege, Kosmetik...Pfau...ja das sind die Dinge die mir spontan einfallen.

E: Ich zeige Dir jetzt Werbespots.

Dazu habe ich jetzt auch ein paar Fragen. Welcher ist Dir bekannt bzw. ist Dir nicht bekannt?

I: Dulcolax kenn ich nicht.
E: Bebé
I: Ja.
E: Always
I: Ja.
E: Roc-Anticellulitcreme
I: Nein
E: Aspirin
I: Ja
E: L Óreal (Claudia Schiffer)
I: Nein
E: Nivea-Lippenbalsam
I: Ja
E: O.B.
I: Ja
E: Centrum
I: Nein
E: Neutrogena- Antimitessercreme
I: Ja
E: Carefree
I: Ja
E: Fitness-Müsli
I: Nein
E: Lipocür (Konturstraffend)
I: Nein
E: Diadermcreme (Schauspielerin)
I: Nein
E: Katjes (Heide Klum)
I: Ja
E: Vöslauer
I: Ja
E: Aok-für unreine Haut
I: Nein

E: O.K.....welcher gezeigte Spot gefällt Dir am besten und warum?

I: Mmmmm.....gute Frage..

E: Ich kann es nochmals durchlaufen lassen, wenn Du möchtest?!

I: Ja...bitte

Eigentlich keine

E: In jedem Spot den ich Dir gezeigt habe kommt eine Frau vor. Von welcher Frau in den gezeigten Werbespots fühlst Du Dich angesprochen bzw. nicht angesprochen?

I: Ich glaub, die mit den Mitessern.

E: Soll ich Dir den Werbespot nochmals zeigen?

I: Ja

E: Warum fühlst Du Dich gerade von dieser Frau angesprochen?

I: Das gibt es eine Serie „Smallvillage“, die spielt da mit....weil sie eine Schauspielerin ist würd ich sagen.

E: Wie würdest Du sie beschreiben? Welche Eigenschaften würdest Du ihr geben?

I: Zielstrebig, selbstbewusst...ja das wars.

E: Welche Eigenschaften geben Sie der sympathischen Frau und welche der unsympathischen Frau?

E: Wie würdest Du den Frauentyp/typen von den gezeigten Spots beschreiben bzw. was fällt Dir dazu ein?

I: Modell...mehr nicht.

E: Wie würdest Du „Modell“ beschreiben? Was bedeutet für Dich Modell?

I: Groß, schlank, schöne Haut, schöne Augen, schönes Gesicht, einfach schön, schöne, glatte Haut.

E: Gibt es für Dich nur einen Frauentyp? Habe ich es richtig verstanden, dass es für Dich nur einen Frauentyp gibt nämlich „Modell“?

I: Ja

E: Identifizierst Du Dich mit Dem/einen Frauentyp?

I: Nein, ich identifiziere mich mit keinem Frauentyp. Ich bin einfach ich.

E: Identifizierst Du Dich mit einem Frauentyp?

Nein

E: Welche folgenden Produkte kaufst Du? Was kaufst Du?

- | | |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Aktivia | <input type="checkbox"/> Thomapyrin |
| <input type="checkbox"/> Bebe´ | <input type="checkbox"/> Dulcolax |
| <input checked="" type="checkbox"/> Always | <input type="checkbox"/> Fit-Müsli |
| <input checked="" type="checkbox"/> O.B. | <input type="checkbox"/> Natreen |
| <input checked="" type="checkbox"/> Aspirin | <input type="checkbox"/> Katjes (Heidi Klum) |
| <input type="checkbox"/> Claudia Schiffer | <input checked="" type="checkbox"/> Nivea |

Vöslauer

E: Warum kaufst Du gerade dieses Produkt? Warum kaufst du.. Aspirin, Vöslauer, Nivea-Lippenbalsam, Always?

I: Aspirin nehme ich, weil ich Kopfschmerzen habe.

E: Du könntest ja auch ein anderes Produkt nehmen?

I: Ich weiß nicht, habs halt bekommen und „always“ kaufe ich, weil ich es brauche und weil es besser ist.

E: Nivea-Lippenbalsam..

I: ...weil meine Lippen rau sind.

E: Warum kaufst Du Nivea, es gibt ja auch andere Marken? Es muss ja einen Grund geben warum Du Dich für Nivea entscheidest?

I: ...weil meine Lippen auch sehr rau sind.

E: Warum kaufst Du das? ...weil sie gut sind, weil Freundinnen das auch verwenden...

I: Die Produkte sind prinzipiell besser als andere.

E: Tauscht Du Dich über z.B. die Qualität des Produktes aus?

I: So spontan fällt mir eigentlich nichts ein.

E: In welchem Spot würdest Du gerne den Part der Frau übernehmen und in welchem überhaupt nicht? Warum?

I: In gar keinem.

E: In gar keinem. Warum nicht?

I:...Weil ich nicht gerne im Fernsehen, in einer Werbung bin.

E: Wie siehst Du Deinen Körper? (Bezug jetzt auf Schminke, Kosmetik, Pflege, Nahrung, Gesundheit/Krankheit...) Schminkst Du Dich gerne, magst Du Deinen Körper?

I: Generell Schminke...es passt zu jeder Frau Schminke...nur...

E: ..persönlich,...ob Du Dich gerne schminkst? Bei der Schminke geht es in erster Linie um die dekorative Schminke.

I: Ja mögen tu ich das schon, aber eher dezent.

E: Wonach richtet sich das?

I: ..nach Laune.

E: Wie sieht es mit Pflegeprodukten aus?

I:...Kaufe Produkte die gut rüber kommen...bin gegen Produkte gegen Creme zur Straffung der Haut...glaub nicht daran. Werbung um Leute zu beeinflussen und Geld damit zu machen.

E: Nach welchen Kriterien suchst Du die Produkte aus?

I: Zuerst schau ich was drinn ist und probiers aus. Und wenn es wirklich gut ist, dann verwende ich es weiterhin.

E: Du hast drei Wünsche frei, was würdest Du Dir wünschen? Spontan, frei von der Leber weg.

I: Mmmmm.....über Werbung oder generell?!

E: Generell. Was Dir einfällt ...was wünschst Du Dir?

I: Das ich meine Matura hab und hoffentlich auf die Uni gehen kann, sie erfolgreich abschließe und einen guten Job wünsche ich mir, bei dem ich Freude hab natürlich.

E: Welche Rolle spielt der weibliche Körper Deiner Meinung nach in der Werbung? Spielt er eine Rolle, spielt er keine Rolle?

I: Mir persönlich ist das wurscht.

E: O.k. es ist dir Wurscht. Welche Rolle spielt der weibliche Körper in den gezeigten Werbespots?

I: Sie nehmen nur diese Frau, weil sie glauben, wenn eine schöne Frau drin ist, dann beachten sie die Werbung, passen eher auf Werbung auf...wenn irgendeine Dame da drin ist in dieser Werbung keine beachtet sie....aber mit toller Figur da schauen die Männer, sogar Frauen sie an...es ist einfach so.

E: Welche Frauen sollten deiner Meinung nach keine Werbung machen?

I: Kleine, nicht selbstbewusste, eher mollige.

E: Warum nicht?

I: Die Leute würden die Werbung nicht anschauen,...mir persönlich ist es eigentlich egal.

E: Es geht aber um deine persönliche Meinung.

I: Ja dann würd ich alle Frauen einsetzen. Mir ist es eigentlich egal.

E: D.h. wenn statt z.B. Claudia Schiffer eine mollige Frau bzw. eine „Alltagsfrau“ dieses Produkt präsentieren würde. Wie würdest Du darauf reagieren?

I: Na ganz normal...wie bei jedem anderen.

E: Macht es für Dich einen Unterschied?

I: Nein, mir ist das wurscht.

E: Warum ist Dir das wurscht?

I: Ich will nicht die Person nach dem Äußeren beurteilen. Will einfach nur den Menschen sehen.

E:Frauen, wie sie natürlich Altern oder Frauen im Rollstuhl....wenn die jetzt Reklame machen würden..

I: ..für Schminke?

E: ..für alles mögliche.

I: Wieso nicht

E: Würdest Du das gut finden?

I: Mir persönlich ist es egal, aber es wäre auch nicht schlecht, wenn ältere Menschen beteiligt wären.

E: Was verstehst Du unter „älter“?

I: Graue Haare, Falten im Gesicht...das ist alt für mich.

E: Motiviert Dich eine bestimmte Frau dieses Produkt zu kaufen?

I: Nein

E: Hast Du schon mal den Wunsch gehabt Modell zu sein?

I: Ja schon.

E: Warum?

I: Einfach so schlank, so groß zu sein wie ein Modell, einfach gut rüber kommen.

E: Was heißt das, „gut rüber kommen“? Kannst Du mir das bitte genauer beschreiben?

I: Mmmm...

E: Du kannst auch eine Szene beschreiben.

I: Mmmm...

E: Wenn Du Modell wärest, wie würdest Du Dich fühlen?

I: ...viel selbstbewusster.

E: Woran liegt es bzw. worauf würdest Du das zurückführen?

I: Das Aussehen.

E: Kannst Du das bitte näher beschreiben.

I: Groß, schlank, schöne Haut.

E: Wo ist jetzt der Unterschied zwischen jetzt und dem Modellbild? Wie siehst Du Dich jetzt?

I: Ich bin jedenfalls nicht groß und schlank.

E: Was ist groß für Dich?

I: 1,70

E: Was ist schlank für Dich?

I: Mmmmm

E: Fällt Dir eine Person ein?

I: Dazu fällt mir nichts ein.

E: Stell Dir vor Du wärest jetzt Modell, geht's an einem wunderschönen, sonnigen Tag spazieren, wie würde die Umwelt reagieren?

I: Mmmmm

E: Welche Reaktionen würdest Du erwarten?

I: Sie sollen mich als Mensch sehen und nicht als eine Frau, Mädchen, die nur Kurven hat.

E: Wie siehst Du Dich als Frau? Fühlst Du Dich als Frau?

I: Was mich zur Frau macht?

E: Ja

I: Manches mal gut und manch es mal nicht gut.

E: Was ist nicht gut?

I: Die Regel, da möchte ich keine Frau sein.

E: Was ist gut?

I: Keine Ahnung, fällt mir nichts ein.

E: Welche Frauenbilder/rollen repräsentieren die Werbespots? Verstehst Du was ich meine?

I: Nein

E: Gibt es mehrere Frauenbilder oder nur ein Frauenbild in der Werbung z.B. Frauen in Führungspositionen, Frauen im sozialen Beruf, ältere Frauen...

I: Es gibt in der Werbung hauptsächlich einen Frauentyp also eher Modells, groß, schlank, schön, aber es gibt auch andere, die normale Frauen also Hausfrauen würde ich sagen.

E: Was sind diese „normalen“ Frauen, Hausfrauen in normalen Werbungen?

I: Bei der Dove-Werbung, da sind kleine, große, mollige Frauen, also die würde ich auch eher als Hausfrauen....

E: Habe ich das richtig verstanden, es gibt den Modelltyp und den Hausfrauentyp?!

I: Ja

E: Gibt es einen anderen Typ Frau der in der Werbung repräsentiert wird?

I: Ja da war eine ältere Dame mit dem Medikament.

E: Meinst Du die Dulcolax-Werbung?

I: Ja

E: Was für ein Typ ist sie? Ist dieser Typ eine eigene Kategorie?

I: Nein, die ist normal. Eher Bürokauffrau.

E: Ist das jetzt eine eigene Kategorie?

I: Nein

E: Was meinst Du mit „normal“, ist eine Hausfrau normal, Modell ist „normal“, ist eine Frau in Führungsposition „normal“?

I: Wie alle anderen Menschen, so wie wir. Modell, Schauspielerin ist ein eigener Punkt, unter normal gehören alle anderen, der Rest hinein...also Hausfrauen, Frauen im sozialen Beruf.

E: Welche Werbefrau hättest Du gerne als Schwester, Mutter, Freundin...?

I: Darf ich auch sagen gar keine?

E: Ja sicher.

I: Ich kann mir das nicht vorstellen.

E: O.K.

E: Stell Dir vor Du bist Chefin der renommiertesten Werbefirma Österreichs, hast Geld und Personal im Überfluss und musst nun einen Spot über ein neues Produkt drehen?

Welches Produkt würdest Du wählen?

I: Vöslauer

E: Wie würdest Du es jetzt machen? Du hast alle Möglichkeiten.

I: Ich würde einen Platz nehmen, wo ein Wasserfall zu sehen ist und einen kleinen Hügel. Die Flasche würde ich ihm einem Teich drinnen liegen lassen und dann kommt wer,...ein Mann oder eine Frau und holt diese Flasche heraus.

E: Du hast die Wahl, Du bist Chefin, Du kannst Dir das aussuchen. Kommt ein Mann oder eine Frau.

I: Ich würd schauen, welche besser dazu passen würd....zu Vöslauer.

E: Welche Eigenschaften? Wie sieht der/ die aus?

I: Eine Hausfrau würd ich sagen.

E: Wie sieht die Hausfrau aus?

I: 1,65 ungefähr, hellbraune Haare, ein paar Sommersprossen.

E: Welche Eigenschaften soll sie rüber bringen, soll sie haben?

I: Das sie durstig ist...das man am Gesicht sehen kann, das sie das trinken will, das sie Durst hat.

E: Wie läuft der Spot ab?

I: Zuerst liegt die Flasche im Teich, dann ist ein grelles Licht, dann wieder weg, dann kommt sie, nimmt Flasche heraus und trinkt...in einem weißen Kleid.

E: Was soll der Werbespot bewirken, was ist dein Ziel deines Spots?

I: Das so viele wie möglich das Produkt kaufen.

E: Warum hast Du Dich für eine Frau entschieden?

I: Ich habe an ein Kleid gedacht und ich würde das mit Vöslauer eher identifizieren als mit einem Mann. Würde nicht zusammen passen.

E: Warum nicht?

I: Wegen der Farbe her.... so helle Farben passen nicht zu einem Mann...ein Mann mit einer Vöslauerflasche identifizieren.... fällt mir schwer...also von der Farbe her würd ich es nicht machen.

E: Aber ein Mann kannst Du doch auch in ein weißes....

I:das ist nicht ein richtiges weiß, sondern ein babyblau irgendwie...passt eher zu einer Frau und einen Mann mit Sommersprossen will ich mir nicht vorstellen mit einem hellblauen T-Shirt.

6.2 Interview 2

E: Welche Werbespots fallen Dir ein?

I: Die Katjes-Werbung, die Merci-Werbung, Redbull-verleiht Flügel-, die Baby das mit dem Auto, Niveabodyding...die Lotion....weiß nicht, ob das eine Niveawerbung ist?...das mit den Mädels...weiß nicht ob das eine Niveawerbung ist, oja ich glaub schon.

E: Meinst Du die Bébé- Werbung?

I: Ja genau stimmt....mmmm....was fällt mir noch ein....die Wimpern...L Oreal, Wimperntuschewerbung, Mascarawerbung.

E: Warum glaubst Du sind gerade die „hängen“ geblieben und nicht andere, die Du nicht aufgezählt hast? Haben die etwas Spezielles?

I: Was Spezielles nicht, aber zum Beispiel das mit den Kindern, weil ich die total süß finde und die Mascarawerbung beeindruckt mich total , weil die Wimpern so schön lang und Volumen haben.

E: Gibt es eine spezielle Wimpernreclame die Dir einfällt?

I: Ja das eine Modell, das indische Modell glaube ich, weiß es aber nicht, eine ganz hübsche mit langen Wimpern.

E: Für welche Marke wirbt Sie?

I: L Oreal

E: Gibt es einen Lieblingswerbespot, wo Du sagst „Ah der ist super“, der gefällt mir oder, der dir gefällt, wo du sagst das Produkt wird lässig präsentiert, ist originell, der ist mir sympathisch...?

I: Diese Babyprodukte, also Werbungen mit Babys

E: Fällt Dir eine Spezielle ein?

I: Nein

E: Gibt es einen Werbespot der total schlecht ist, bzw. der ärgert mich, der Dir auf die Nerven, den mag ich überhaupt nicht?

I: Ein Werbespot der total schlecht ist ...

E: oder der ist schlecht gemacht oder der präsentiert das Produkt nicht so wie ich es mir vorstelle?

I: Mmm...

E: Was assoziiert Du mit den Begriffen „Werbung und Frau“? Was fällt Dir dazu ein?

I: Werbung und Frauen.....

E: Wie werden Sie präsentiert?

I: Mehr als Sexsymbol würde ich mal sagen...also nicht in allen Werbungen...z.B. Schlanke 90/60/90 Modells sieht..

E: Das heißt jetzt: Welche Werbung präsentiert diesen Typ und welchen den /die andern Typ?

I: z.B. Katjeswerbung

E: Wo gehört diese hin?

I: zu Verführerischen ..

E: zu Sexsymbol?!

I: Ja genau.

E: Welche fällt noch dazu ein?

I: Welche noch...

E: Fällt Dir noch eine ein?

I: Nein

E: Sexsymbol, gibt es eine andere Kategorie bzw. andere Kategorien außer Sexsymbol? Gibt es nur eine andere oder mehrer andere?

I: Ja z.B. die Bebe´-Werbung...wo die Mädels da herumtun...also....die gehört in die andere Kategorie.

E: Was ist die andere Kategorie?

I: Mmmmm

E: Beschreib sie einfach.

I: Ja nicht das die Frau jetzt....kein Modell

E: Ich zeigt Dir jetzt die Werbespots.

Werbespots werden gezeigt.

E: Welche Werbespots kommen Dir bekannt vor und welche nicht?

E:Bebé

I: Ja

E:Always

I:Ja

E:Roc-Anticellulitcreme

I: Nein

E: Aspirin

I: Ja

E: L Óreal (Claudia Schiffer)

I: Nein

E: Nivea-Lippenbalsam

I: Nein

E: O.B.

I: Ja

E: Centrum

I: Ja

E: Neutrogena- Antimitessercreme

I: Ja

E: Carefree

I: Nein

E: Dulcolax-Abführtabletten

I: Nein

E: Fitness-Müsli

I: Nein

E: Lipocür (Konturstraffend)

I: Nein

E: Diadermcreme (Schauspielerin)

I: Nein

E: Katjes (Heide Klum)

I: Ja

E: Vöslauer

I: Ja

E: Aok-für unreine Haut

I: Ja

E: Welcher gezeigte Werbespot gefällt Dir am besten und welcher nicht?

Ganz spontan....welche Werbung gefällt Dir?

I: Die von der Heidi Klum.

E: Und warum?

I: Ja....leider eben weil sie so hübsch, so schön ist.

E: Warum „leider“ ?

I: Weil....ich schau ja halt nicht auf das Produkt...es geht ja nicht um das Produkt, sonder...

E: Würdest Du das Produkt jetzt kaufen, weil Heidi Klum „drin sitzt“ und das isst? Wäre dies eine Motivation dies zu kaufen?

I: Nur weil sie da drinn sitzt ...Nein

E: Was gefällt Dir dann an diesem Werbespot?

I: Eigentlich sie.

E: Von welcher Frau in den gezeigten Werbespots fühlst Du Dich am ehesten angesprochen, wo Du sagst, könnt ich mir als Vorbild vorstellen oder die Frau hat Eigenschaften, die ich auch gerne hätte oder die präsentiert das Produkt so super..finde ich interessant?

I: Vöslauerwerbung.

E: Warum fühlst Du Dich gerade von dieser Frau angesprochen oder was macht die, dass Du sagst...

I: Also von der Frau her?

E: Ja, von welchem Frauentyp...

I: Na dann die bebé, ja weil sie gerade eine so schöne zarte Haut hat und sich die draufschmiert.

E: Eine spezielle oder die ganze Gruppe generell?

I: Nur das eine Mädels, das steht.

E: Welche Eigenschaften hat sie, wie glaubst du ist sie vom Typ her? Vom Temperament, Intellektuell, legt auf ihr äußeres Wert...

I: Ja ich glaube schon, dass sie schon mehr wert auf ihr Äußeres legt...das sie mehr auf sich selber achtet...wert drauf legt.

E: Wie macht diese Frau das, wie kommt sie zu dem Äußeren?

I: Mit den Produkten.

E: Wenn Du diese Frau auf der Straße sehen würdest, welche Eigenschaften würdest Du ihr zuschreiben? Beschreib sie so wie wenn du einer Freundin sie beschreiben müsstest.

I: Vom sehen her?

E: Ja vom sehen her. Du hast schon gesagt...sie ist sympathisch...

I: Mmmm

E: Welche Frau findest du unsympathisch von denen die ich dir gezeigt habe?

I: Keine, weil....bis auf die eine Werbung. sind alle ganz

E: Welche Werbung?

I: Die Erste

E: Dulcolax?!

I: Ja die Dulcolaxwerbung mit der alten Frau,...bis auf die Werbung sind ja alle schön, schlank

E: Was stört dich bei dieser Werbung? Was macht den Unterschied?

I: Weil eine ältere Dame mitspielt.

E: Eine jüngere spielt auch mit.

I: Es kommt halt nicht so anspruchsvoll rüber wie bei den anderen Werbungen.

E: Was meinst Du mit anspruchsvoll?

I: Wenn ich die Werbung sehen würde, würde ich weiterschalten,würde sie nicht anschauen da ich sieh nicht interessant finde.

E: Jetzt hast Du die Werbespots gesehen und jetzt möchte ich gerne von dir wissen, gibt es nur einen bestimmten Frauen Typ oder gibt es verschiedene Frauen Typen die repräsentiert werden

I: Wie ich schon gesagt habe, schön, schlank, zierlich, groß, reine Haut, ein hübsches Gesicht ohne Makel.

E: Was heißt ein hübsches Gesicht mit keinem Makel? Was ist ein Makel?

I: Ich weiß nicht...ganz schöne...ich weiß nicht...keine...nicht so...na ja schöne Zähne.

E: Gibt es nur einen Typ Frau der repräsentiert wird oder mehrer?

I: Ja es gibt schon mehrer.

Weiße jetzt nicht wo ich die hintun soll....

Modell,...mehr so..Bürokauffrau..so in der Art, schlanke Frauen, molligere

E: Mit welcher Frau welchem Frauentyp würdest Du dich noch am ehesten identifizieren?

I: Mit keiner.

E: Warum nicht?

I: Ja eben weil sie so perfekt ausschauen.

E: Welche Produkte kaufst Du?

Bebé

I: Ja

E: Always

I: Ja

E: Roc-Anticellulitcreme

I: Nein

E: Apirin

I: Ja

E: L´Oreal (Claudia Schiffer)

I: Nein

E: Nivea- Lippenbalsam

I: Nein

E: O.B.

I: Nein

E: Centrum

I: Nein

E: Neutrogena- Antimitesser

I: Nein

E: Carefree

I: Nein

E: Dulcolax-Abführtabletten

I: Nein

E: Fitness-Müsli

I: Nein

E: Vichy

I: Nein

E: Katjes (Heidi Klum)

I: Ja, einmal, weil sie mir so gut gefällt.

E: Diadermcreme (Schauspielerin)

I: Nein

E:Vöslauer

I: Ja

E: Aok-unreine Haut

I: Nein

E: Warum kaufst Du Bebé? Gibt es einen besonderen Grund warum Du gerade dieses Produkt kaufst?

I: Weilmmm..bebe´oder Niveacreme..eines von beiden, weil sie so gut riechen und auf der Haut gut anfühlt.

E: Sprichst Du mit deinen Freundinnen über Bebé oder Nivea, kaufst Du mit Ihnen gemeinsam ein oder alleine?

I: Ja ich kaufe es alleine.

E: Legst Du viel Wert auf die Qualität des Produktes oder wovon hängt es ab das Du dich speziell für Nivea oder Bebe´ entscheidest.

I: Ja wenn es um solche Sachen geht...Schminksachen...eigentlich lege ich keinen Wert drauf.

E: Nach welchen Kriterien suchst Du die Produkte aus?

z.B. meine Freundin nimmt dieses Produkt, es schäumt super, mir gefällt die Verpackung, mir gefällt der Werbespot, es riecht gut...

I: Ja es riecht gut und fühlt sich gut auf der Haut an.

E: In welchen Spot würdest Du gerne den Part der Frau übernehmen und in welchem überhaupt nicht?

I: Eigentlich in keinem.

E: Warum nicht?

I: Ja weil ich nicht demselben entspreche...habe nicht so ein hübsches Gesicht wie Heidi Klum.

E: Wie siehst Du Deinen Körper bezug auf Schminken? Schminkst Du Dich?

I: Ja, sehr dezent aber nur beim Weggehen, wenn ich Lust darauf habe...

Ich schminke mich sehr selten und nur dann wenn ich wirklich Lust darauf habe.

E: Wie wichtig ist Dir Körperpflege?

I: Ja schon sehr wichtig.

E: Du hast nun drei Wünsche frei, was würdest Du Dir wünschen?

I: Positiven Abschluss...an der Maturaschule...so schnell wie möglich, dass ich es hinter mir habe, ein zufriedenes Leben, viel Geld und das es mir gesundheitlich gut geht.

E: Welche Rolle spielt der weibliche Körper... allgemein..nicht nur in diesen gezeigten Werbungen deiner Meinung nach in der Werbung? Spielt er eine Rolle in der Werbung oder spielt er keine Rolle?

I: Ja spielt schon eine Rolle sogar eine große Rolle vor allem für die Männer oder für die etwas mollige Frauen oder die die nicht so ausschauen...nicht so ausschauen wollen kaufen diese Produkte.

E: Heißt das, sie schauen sich das an und sie kaufen diese Produkte damit sie dann so ausschauen wie die im Spot.

I: Ja

E: Sollten mollige Frauen, Frauen im natürlichen Alterungsprozess, Frauen im Rollstuhl usw. in Spots gezeigt werden? Oder normalgewichtige Frauen?

Würdest Du es gut finden, wenn diese Frauen gegen die Jetzigen austauschen?

I: Ja ich würde es gut finden...einmal was anderes...sieht nur solche Frauen

E: Mit nur solchen Frauen meinst Du Modells?

I: Ja genau...ich würde es gut finden.

E: Würde das etwas in dir verändern?

I: Nein es würde sich nichts verändern.

E: Motiviert Dich eine bestimmte Frau dieses Produkt zu kaufen?

I: Nein

E: Welche Frau gefällt dir am besten und welche nicht?

I: Eigentlich gefallen mir alle.

E: Warum gefallen sie dir?

I: Nicht die Werbung gefallen mir sondern die Frauen..

E: Ja genau.

I: Ja es sind so nette, anspruchsvolle Frauen.

E: Was verstehst Du unter anspruchsvoll?

I: Sie sind so hübsche Frauen, schlanke, große.

E: Hast Du schon mal mit dem Gedanken gespielt Modell zu sein?

Wie kam es zu dem Gedanken?

I: Ja schon....wurde schon mal angesprochen aber und meine Mutter meint ja auch oft tut doch...aber ich selbe bin nicht motiviert...finde mich selber nicht schön.

E: Warum nicht ?

I: Mit meiner Nase nicht zufrieden.

E: Was müsste sich an deiner Nase verändern, damit Du zufrieden bist?

I: Mein Höcker müsste weg sein.

E: Was strahlt ein Modell deiner Meinung nach aus? Kannst auch an ein bestimmtes Modell denken.

I: Ja z.B. die Heidi Klum.

E: Was strahlt sie für Dich aus?

I: Ja Schönheit

E: Was macht sie schön bzw. was ist schön?

I: Ihr Gesicht ist so hübsch.

E: Was strahlt sie aus?

I: Weiß ich nicht.

E: Hast Du Dich schon mal wie ein Modell bewegt, geschminkt?

I: Ja wie ich jünger war...hab ich mir Zeitschriften wie Mädchen, Bravo, Girl gekauft.

E: Es ist ja schon öfter der Name von Heidi Klum gefallen. Hast Du versucht sie nachzuahmen?

I: Nein

E: Wenn Du jetzt wählen könntest, ob Du Modell werden könntest wie würdest Du dich entscheiden? Würdest Du gerne Modell werden? Oder wenn ein Angebot kommen würde.

I: Nein....ich würde es mir selber nicht zutrauen.

E: Wenn jetzt wer käme, der sagt Du kannst es?

I: Trotzdem.....dann auch nicht....da ich nicht so schön bin.

E: O.K. Würde es einen Unterschied machen, wenn Du als „Du“ oder als Modell hinausgehen würdest?

I: Ja...ich glaub schon

E: Woran würdest du den Unterschied von außen erkennen?

I: Wenn ich so jetzt normal hinausgehen würde, würden sie mich nicht beachtet mich keiner....mehr Beachtung? Bei einem Modell wäre das anders.

E: Wie schenken die Menschen dem mehr Beachtung? Wie äußert sich das?

I: Mit Blicken alleine.

E: Gibt es noch was?

I: Das sie mehr angesprochen werden...

E: Würdest Du das wollen? Das erstrebenswert finden oder nicht?

Würdest Du das wollen oder nicht?

I: Wenn ich Modell wäre?!

E: Ja genau, wenn Du jetzt Modell wärest.

I: Nein.

E: Warum nicht?

I: Ich würde nicht nur weil ich so Ausschau...nur wegen meines Äußeren anschauen.

E: Wie siehst Du Dich als Frau? Fühlst Du Dich als Frau? Was macht Dich zu einer Frau?

I: Die Weiblichkeit

E: Wie siehst Du Dich als Frau in der Gesellschaft? Findest du es erstrebenswert eine Frau zu sein, bist Du gerne eine Frau bzw. wenn du nochmals auf die Welt kommen würdest, würdest Du gerne mit einem Mann tauschen, würdest Du lieber ein Mann sein?

I: Ja ich bin gerne eine Frau.....nein ich möchte kein Mann sein.

E: Jetzt sind wir wieder bei den gezeigten Werbespots. Welche Frauenbilder/rollen repräsentieren die Werbespots?

I: Modells

E: Überall?

I: Ja

E: Zeig Dir nochmals die Werbespots und sag mir bitte, welche Berufe die Frauen in den gezeigten Werbespots haben?

Dulcolax

I: also die ältere Dame....Professorin....Mathematik

Die jüngere....Turnlehrerin

E: Roc-Anticellulite

I: Modell

E: Vichy- Antimitessercreme

I: Modell

E: Vöslauer

I: Journalistin/ Modell

E: L Óreal

I: Modell

E: Carefree

I: Visagistin

E: Fitness-Müsli

I: Bürosekretärin

E: Diadermcreme

I: Friseurin

E: Aspirin

I: Modell

E: Nivea

I: Modell

E: O.B.

I: Modell

E: L Óreal

I: Modell

E: AOK-unreine Haut

I: Studentin

E: Katjes

I: Modell

E: Neutrogena

I: Modell

E: Bébé

I: Studentin/ Nebenjob Modell

E: Welche Werbefrau hättest Du gerne als Freundin, Mutter, Schwester...?

Wo Du sagst...mit der würd ich gern auf einen Cafe gehen?

I: ..Mit der Heidi Klum oder mit der von der Bébé- Werbung.

E: Was wäre sie? Schwester, Freundin....Heidi Klum

I: Als Schwester...ja

E: Warum würdest Du gerne mit „Schwester“ Heidi Klum auf einen Cafe gehen wollen?

I: Mmm...ich würde gerne wissen wie es ist neben ihr istwie die Umwelt auf die Heidi Klum reagieren würde...möchte ich persönlich das gerne miterleben.

E: Gibt es noch was, was dich interessieren würde an ihr?

I: Persönlich mal sehen....ob sie wirklich so entspricht wie sie in der Werbung dargestellt wird.

E: ..und die zweite war Bébé...was würde Dich motivieren als Freundin, Schwester....

I: ..als Freundin, weil sie mir halt sympathisch ist.

E: Was würdest Du mit ihr reden?...das würde ich sie fragen, besprechen...

I: ..also so Kosmetik...so schaut siesie halt gepflegt....so kommt sie rüber

E: Was würdest Du sie gerne fragen?

I: Mit z.B. welcher Creme...aber das sieht man eh...mit der Bébé-creme sie die Haut einschmiert, weil sie eine so reine Haut hat.

E: Was würdest Du Heidi Klum fragen?

I: Wie sie noch mit diesem Alter so fit wie sie noch ...so schön aussieht wieso....was sie da tut.

E: Du bist Chefin einer renommierten Werbefirma...du hast Geld, kannst dir jeden aussuchen

Über welches Produkt von den gezeigten würdest du gerne einen Spot drehen?

I: Fitness-Müsli

E: Wird dieses Produkt von einer Person präsentiert, wenn ja Mann oder Frau?

I: Kann es auch ein Müsliriegel sein?

E: Ja O.K.

I: ein Mann

E: Wie schaut der aus?

I: Gut gebaut ...der gerade Sport treibt...vielleicht Läufer....der sich gesund ernährt...dann kommt er nach Hause und ernährt sich gesund....

6.3 Interview 3

E: Welche Werbespots fallen Dir ein? Welche Werbespots kennst Du?

I: Alle möglichen, Versicherungen..

E: Welche spezielle?

I: 11889

E: Fällt Dir noch eine Werbung ein?

I: Vom Eduscho „jede Woche was Neues“

E: Gibt es noch eine?

I: von Autos.

E: Welche?

I: Ich glaub die Audis.

E: Warum glaubst Du, dass gerade diese Werbespots bei Dir „hängen geblieben“ sind?

I: Vom Eduscho gefallen mir viele Sachen und so und dort gehe ich öfters hin und bei der Versicherungswerbung das „da werden sie geholfen“...das ist kein Deutsch.

E: Hast Du einen Lieblingswerbespot und warum?

I: Nein

E: Welcher Fernsehspot ist Deiner Meinung nach der Schlechteste und warum?

I: Ja der mit dem Pick up.

E: Welchen meinst Du, da gibt es ja auch verschiedene?

I: Alle...die steht so künstlich da und wie die das sagt, als ob sie das gelernt hätte, auswendig.

E: Was assoziiert Du mit den Begriffen „Werbung und Frau“?

I: Es gibt sehr wenige Frauenwerbungen.

E: Was meinst Du damit?

I: Oder ...sie haben Frauen in der Werbung nur ausgenutzt, z.B. bei den Autowerbungen sind nur schöne Frauen, die Männer finden das cool und dann hab auch nur schöne Frauen

E: Ist das ein Typ Frau oder gibt es mehrer?

I: Nein es gibt schon mehrere Frauentypen z.B. bei der Dovewerbung sind auch verschiedene Frauen.

E: Welche meinst Du?

I: Na wo sie sich...es gibt verschiedene Dovewerbungen. es gibt wo sie sich die Harre waschen oder die, wo sie im Bikini herumhüpfen.

E: Ich zeigt Dir jetzt ein paar Werbespots.

Werbespots werden gezeigt.

E: Welche Werbespots kommen Dir bekannt vor?

I: Eh fast alle.

E: Soll ich es Dir noch mal schnell vorführen?

I: O.K.

Werbespots wurden im Schnellverfahren nochmals vorgeführt.

I: Ja ich kenn alle.

E: Welcher gezeigte Spot gefällt Dir am besten und warum?

I: Am Besten...ich find Werbung nicht so toll.

E: Warum nicht?

I: Weil Werbung nur zum Kaufen anlockt und eigentlich lügen sie nur die meiste Zeit z.B. die Bebé-Lotion die braun macht...meine Freundin hat sie sehr teuer gekauft, doch sie hilft nichts....verkaufen teuer, verdienen damit Geld und es hilft nix

E: Welche Frau in den gezeigten Spots findest Du sympathisch bzw. nicht sympathisch?

I: Vielleicht die von der Bebé-Werbung, die die das vorzeigt.

E: Warum findest Du die sympathisch?

I: Na weil die so fröhlich und aufgeweckt ist.

E: Gibt es eine die Dir unsympathisch ist?

I: Nein fällt mir nicht ein...o doch die am Anfang...die mit der..

E: Dulcolax?

I: Ja

E: Die ältere oder die jüngere?

I: Die jüngere.

E: Warum?

I: Ich weiß nicht, sie ist so ein komischer Typ.

E: Welchen Frauentyp repräsentiert Deiner Meinung nach jeder gezeigte Spot?
Oder gibt es unterschiedliche Frauentypen?

I: Ja unterschiedlich.

E: Und die wären?

I: Die einen machen das so, dass es wie aufgesetzt wirkt....

E: Welche ist aufgesetzt?

I: Die Neutrogena, die mit den Pickeln, von den Mitessern....so auswendig gelernt ist das.

E: Gibt es noch eine, wo Du sagst die geht auch in diese Richtung?

I: Nein....ja doch die Mabyline New York.....das passt einfach nicht.

E: Gibt es nur einen Frauentyp oder mehrere in der Werbung?

I: Naja meistens sind alle Frauen in der Werbung schlank, dünn, denen passt alles usw. die sind halt die perfekten Frauen.

E: Heißt dass, das es nur diesen einen Typ Frau gibt?

I: Eine perfekte Frau ohne Pickel.

E: Gibt es einen speziellen Namen?

I: Ja die „perfekte Frau“.

E: Identifizierst Du Dich mit einem Frauentyp?

I: Nein

E: Welche Produkte kaufst Du?

Bebé

I: Ja

E: Always

I: Nein

E: Roc-Anticellulitcreme

I: Nein

E: Apirin

I: Ja

E: L´Oreal (Claudia Schiffer)

I: Nein

E: Nivea- Lippenbalsam

I: Ja

E: O.B.

I: Ja

E: Centrum

I: Nein

E: Neutrogena- Antimitesser

I: Nein

E: Carefree

I: Nein

E: Dulcolax-Abführtabletten

I: Nein

E: Fitness-Müsli

I: Nein

E: Vichy

I: Nein

E: Katjes (Heidi Klum)

I: Ja.

E: Diadermcreme (Schauspielerin)

I: Nein

E:Vöslauer

I: Ja

E: Aok-unreine Haut

I: Nein

E: Warum kaufst Du O.B., Aspirin, Katjes gerade dieses Produkt?

I: Katjes...eine Freundin hat das mitgebracht, mir haben sie geschmeckt und wenn ich Guster darauf habe dann kaufe ich es.

O.B.....das braucht mal halt.

E: Zurückkommend auf Katjes; wenn Du die Werbung mit Heidi Klum sehen würdest, würdest Du das Produkt kaufen?

I: Nein

E: warum Aspirin.

I: Na wenn ich Kopfweg hab, dann nehm ichs.....das kennt man halt das Aspirin.

E: Tauscht Du Dich mit Freundinnen über bestimmte Produkte aus?

I: Ja bei Frauenprodukte...Parfums, Cremes und so.

E: War das bei Bébé auch der Fall?

I: Ja

E: Deine Freundin hat das probiert?

I: ...und sie ist nicht brauner geworden.

E: Hast Du das gesehen?

I: Nein, sie hat es mir erzählt.

E: D.h. Ihr tauscht Euch über die Qualität des Produktes aus.

I: Ja

E: In welchem Spot würdest Du gerne den Part der Frau übernehmen und in welchem überhaupt nicht?

I: Ja den Spot von Neutrogena...ich würd das anders machen...ich würd das glaubhafter machen...oder ich würd die ganze Werbung umgestalten.

E: Ja wie?

I: Ich weiß es nicht, da müsste ich länger sitzen und überlegen und so.

E: Was würdest Du verändern?

I: Z.B. das da Freundinnen im Badezimmer stehen und reden...“ich hab aus der Werbung gesehen, die neue Creme und die ist so gut“...

E: Würdest Du den Part der Protagonistin übernehmen?

I: Ja schon.

E: In welchen Werbespot würdest Du nicht gerne mit der Frau tauschen wollen?

I: Da wo sie nackt herum stehen.

E: O.K. Wie siehst Du Deinen Körper im Bezug auf Schminke? (Bezug jetzt auf Schminke, Kosmetik, Pflege, Nahrung, Gesundheit/Krankheit...)

I: Ja

E: Wovon hängt das ab?

I: Es hängt davon ab, ob ich Lust hab oder wo ich hingehe.

E: Holst Du Dir da Schminktipp oder machst Du es alleine oder fragst Du Deine Freundinnen?

I: Alle drei, also ich probier es selber aus oder ich frag meine Freundinnen und manches mal hol ich mir von der Andrea Schminktipp, wenn sie sagt „das hast jetzt aber nicht schön gemacht oder so“.

E: Und wie geht es Dir dabei, wenn Du Dich im Spiegel schaust und Dich verändert siehst?

I: Kommt drauf an wer es gemacht hat und ob es mir gefällt.

E: Und wenn Du es selber machst? Macht es einen Unterschied, ob Du es selber machst oder nicht?

I: Ja schon, selber machen ist besser.

E: Fühlst Du Dich da besser?

I: Ja

E: Du hast nun drei Wünsche frei, was würdest Du Dir wünschen? Du hast alle Möglichkeiten der Welt.

I: Ich würde mir eine Arbeit wünschen.

E: Welche Richtung....Job- Beruf...oder....?

I: ..und dann würde ich mir noch viel Gewand wünschen und das ich nie arm sein kann.

E: Weißt Du schon in welche Richtung die Arbeit gehen soll?

I: Ja, Hotel, Tourismus Gastgewerbe.

E: Warum Gewand?

I: Ich bin von Kleinkind aufgewachsen, dass ich nicht immer all das bekommen habe was ich wollte. Und das viele Freundinnen jedes Monat mit neue Gewand hergekommen sind und ich nur jedes 1/2Jahr. Und es ist auch so, dass man sich das Gewand nicht selber aussuchen kann, denn es ist ja im Geschäft und entweder es gefällt dir dann kaufst du oder nicht.

E: Heißt das, dass Du das Gewand selber machen möchtest, weil Du sagst man kann sich das nicht aussuchen? Wie meinst Du das?

I: Nein ich mein das so, das die Werbung so ist. Die stellen das her und das gibt es. Du kannst nicht sagen, ich möchte ein Kleid mit rosa Punkten und grünen Streifen. Das geht einfach nicht.

E: Du meinst vom Trend her, d.h. wenn lange Röcke in sind, dann gibt es nur diese.

I: Ja

E: Hast Du schon überlegt Gewand selbst zu machen?

I: Ja für meine Filme mach ich es selber oder sag ich was ich eben haben möchte.

E: Wem sagst Du das?

I: Der Schauspielerin, also wenn sie eine erwachsene Frau ist, dann kann sie sich das ja selber besorgen.

E: Welche Rolle spielt der weibliche Körper Deiner Meinung nach in der Werbung? Spielt er eine Rolle?

I: Naja, schon...für Männer z.B. wenn es um z.B. Autowerbung geht...schöne Frauen, dann bin ich auch cool...Frauen werden ausgenutzt in der Werbung.

E: Sollten mollige Frauen, Frauen im natürlichen Alterungsprozess, Frauen im Rollstuhl....in Spots gezeigt werden? Wie würdest Du das finden?

I: Ich würde es normal finden. Ich würde es so machen, würde nicht nur dünne und schöne, schlanke Frauen in die Werbung setzen, denn es gibt nicht nur solche.

E: Du könntest Dir vorstellen, dass man austauscht. Was würde das bewirken, würde sich dann was ändern?

I: Dann würden andere Frauen auch akzeptiert werden und nicht nur die die keinen Pickel hat, schön, schlank sind.

E: Motiviert Dich eine bestimmte Frau dieses Produkt zu kaufen?

I: Nein, ich tu mich selber vergewissern, ob das Produkt gut ist. Es kommt nicht auf die Frau an.

E: Gibt es eine Frau, die Dir gefällt?

I: Gibt keine.

E: Möchtest Du gerne Modell sein? Hast Du schon mal den Gedanken daran gehabt?

I: Nein

E: D.h. Du hast auch nicht versucht etwas nachzumachen?

I: Oja Fotos habe ich gemacht.

E: Ich meine damit....schminken wie ein Modell, gehen, wie ein Modell.

I: Nein....meistens gefällt mir das nicht was die da anhaben.....wäre mir peinlich.

E: Was strahlt ein Modell Deiner Meinung nach aus?

I: Wieder die perfekte Frau.

E: Gibt es eine Frau in deiner Umgebung, muss nicht unbedingt aus der Werbung sein, die ein Vorbild für Dich ist.

I: Meine alte Lehrerin vielleicht.

E: Wie war Deine Lehrerin?

I: Sehr nett, freundlich und sehr offen.

E: Und was hast Du bei Ihr bewundert?

I: Das sie offen, so freundlich aber trotzdem streng war und geschaut hat, dass alle ihre Sachen machen.

E: Wie siehst Du Dich als Frau in unserer Gesellschaft? Wenn Du jetzt wählen könntest zwischen Mann und Frau, wofür würdest Du Dich entscheiden?

I: Ich weiß nicht,...ich glaub eher zum Mann.

E: Warum?

I: Die haben es viel leichter, die haben keine „Tage“, die müssen sich um fast nix kümmern, außer arbeiten, müssen nicht Geschirr abwaschen, putzen, Kinder kriegen, aufpassen...

E: Siehst Du, damit ich es richtig verstehe, „Regel“ und Kinder kriegen als eher beschwerlich an?

I: Schon.

E: Würdest Du Dich deshalb eher zum Mann tendieren oder auf Grund der gesellschaftlichen Umständen?

I: Nein, nur wegen den zwei Punkten.

E: Gibt es etwas, wo Du sagst es ist toll eine Frau zu sein?

I: Ja, wenn man z.B. beim Lehrer ist, kann man sagen „ja Herr Lehrer“, bei einem Bub geht das nicht.

E: Hat man in der Schule bei Lehrern Vorteile?

I: Ja überhaupt im Alltag.

E: Welche Werbefrau hättest Du gerne als Schwester, Mutter, Freundin...?

I: die von Bebé.

E: Was wäre die?

I: Die Freundin.

E: Warum?

I: weiß nicht, die ist so freundlich.

E: Was würdest Du mit ihr sprechen, machen?

I: Na so wie bei einer normalen Freundin.

E: Wie sieht das aus?

I: Kino gehen, reden oder so.

E: Gibt es eine spezielle Frage, die Du ihr stellen würdest?

I: Ja wie Sie dazu gekommen ist in diesem Werbespot aufzutreten, und wie es dort war wie die Leute dort mit ihr umgegangen sind und was sie zu diesem Produkt sagt.

E: Sie sind Chefin der renommiertesten Werbefirma Österreichs und möchten nun einen Spot über ein neues Produkt drehen?

Welches Produkt wählen Sie?

I: Von dem Neutrogena.

E: Wie würdest Du das machen?

I: Würde eine Anzeige für Werbung in einer Zeitung aufgeben, danach ein Casting, wo sie den Text auswendig lernen und welche am natürlichsten ist würde ich aussuchen.

E: Worauf würdest Du achten?

I: Das, dass halt nicht so aufgesetzt aussieht.

E: Wie sieht der Hintergrund aus?

I: Hallenbad, Schwimmbad.

E: Sind da zwei Personen beteiligt?!

I: Ja oder mehrere.

E: Was würden die sprechen?

I: Ja das es draußen zu kalt ist und die eine sagt, das sie vor kurzem im Solarium und danach sagt sie sie hat die neue Creme von Bebé und dann schmieren sich alle ein.

6.4 Interview 4

E: Welche Werbespots fallen Dir ein? Im Fernsehen.

I: Werbungen, Telefonwerbungen

E: Welche genau?

I: Also die „Weg mit dem Speck“, die drei Werbungen..

E: Welche Werbung?

I: Die Drei-Werbung...es gibt ja die 0660

E: Kannst Du diese beschreiben, sagt mir momentan nichts.

I: Da beschreiben sie ein Handy oder manches mal tanzen sie auch dazu und sagen was das Handy kann.

E: Ist das die jetzige, wo die Cowboys neben einander sitzen?

I: Ja, genau.

E: Gibt es noch welche, die Dir einfallen?

I: Autowerbungen.

E: Welche?

I: Den neuen Mazda NX5 oder so, Toilettenwerbung, für die Kleinen...Kandoo, Toiletten spray, wo man draufdrücken kann....riechen nach Lavendel oder nach Vanille.

E: Noch eine?

I: Es gibt so viele.

E: Warum glaubst Du, dass gerade dieser Werbespot bei Dir „hängen geblieben“ ist?

I: Weil ich darüber lach oder meisten sitz ich mit meinen Freunden auf der Couch und da reden wir darüber.

E: Hast Du einen Lieblingswerbespot und warum?

I: Ja die von chello. Da ist ein Schwuler und der sagt dann „chello, chello, chello.“

E: Was gefällt Dir daran?

I: Na weil er das so witzig sagt.

E: Welcher Fernsehspot ist Deiner Meinung nach der Schlechteste und warum?

I: Dieses „Montag, Montag, Montag minus 10%“.

E: Weißt Du noch welche Werbung das ist?

I: Ja die von Baumax.

E: Welche Werbung gefällt Dir ganz besonders gut?

I: Die Teleringwerbung mit dem „Weg mit dem Speck“, die ist genial.

E: Warum?

I: Naja, die wollen das Produkt möglichst gut verkaufen...und das mit dem Verkleiden...mit dem Speck und dem Tarzan...ist genial.

E: Was assoziiert Du mit den Begriffen „Werbung und Frau“?

I: ...wenn ich das jetzt höre

E: Ja, ganz spontan.

I: (Pause) Werbung und Frau (Pause)...keine Ahnung.

E: Du kannst auch vergleichen „Werbung und Frauen“ und „Werbung und Männer“. Gibt es einen Unterschied.

I: Ja es ...ich weiß nicht....viele Männer machen Werbung auch viele Frauen, aber Männer machen mehr Werbung, weil es für die Männer mehr gibt.

E: Woran merkst Du, dass Männer mehr Werbung machen? Wofür machen Männer Werbung?

I: Z.B. für Autos und ja.....

E: Woran machst Du das fest, dass Männer mehr Werbung machen als Frauen?

I: Dann schau ich halt die Werbung an und merke mir, ob das ein Mann war oder eine Frau.

E: Du meinst, dass Männer mehr Produkte präsentieren als Frauen?

I: Ja genau.

E: Gibt es einen Unterschied was Frauen bzw. Männer präsentieren?

I: Die Frauen machen mit Beauty und so, also das was für Frauen halt ist und die Männer auch Beauty aber nicht so viel wie die Frauen. Die Männer machen...so technisch gesehen.

E: Wie meinst Du das?

I: Die Männer machen Autowerbung, was Frauen nicht machen und bei Beauty hab ich jetzt gesehen, dass es von Nivea eine Bodylotion auch fürn Mann gibt.

E: Gibt es einen Unterschied ob ein Mann oder eine Frau ein Produkt präsentiert?

I: Nein, glaube ich nicht.

E: Ich zeige Dir jetzt ein paar Werbespots und stell Dir anschließend ein paar Fragen.

Werbespots werden gezeigt.

E: Welcher gezeigte Spot gefällt Dir am besten?

I: Bebé und Heidi Klum.

E: Was machen die beiden Spots aus, das Du sagst die gefallen mir?

I: Die Bebé, weil sie jugendlicher machen, sie stellen das Produkt dar...ich weiß nicht,... sie versucht das Produkt so darzustellen, dass es uns gefällt. Ich habe es auch schon probiert. Es klappt auch.

E: Was passiert, wenn Du das Produkt verwendest?

I: Eine Bräune...eine hollyday

E: Und der zweite Werbespot, was ist da besonderes?

I: Na weil...viele Leute lieben was Süßes, ich eine Naschkatze bin, ich esse das auch gern...und wie sie da drin liegt das gefällt mir, ist ein schönes Bild für mich, wie sie in dem Gummizeug liegt und isst und nascht.

E: Würdest Du dieses Produkt auf Grund dessen, weil Heidi Klum das präsentiert kaufen?

I: Nein...aber es darf auch keine Fade sein.

E: Was meinst Du damit?

I: Na wenn irgendeine die man überhaupt nicht kennt oder so.

E: Heißt das, das Heidi Klum ist nicht fad, ist was Besonderes?

I: Nein, aber sie ist eine Frau, sie ist schön für mich....ich finde sie passt zu der Werbung.

E: Meinst Du, dass sie zum Produkt passt?

I: Ja

E: Inwiefern?

I: Na ja....ist ja komisch... Modells sind ja dünn und dann macht sie für Süßigkeiten Werbung.

E: Meinst Du jetzt, dass das passt oder nicht?

I: Ja das passt zusammen.

E: „Süßes“ und „Modells“ passt zusammen, warum?

I:Weil Modell essen ja nichts Süßes und dann kommt Heidi Klum her und wirbt für Süßes....Katjes...und sie macht dasich finde Modells sollten nichts Süßes essen, aber wenn sie das macht mit dem Süßen, dann finde ich das genial, weil man eh weiß was Modells essen, überhaupt auch gar nichts.

E: Heißt das, wenn sie z.B. für Schokohasen mit Nougatfüllung werben würde, würdest Du dasselbe sagen?

I: Ja

E: Von welcher Frau in den gezeigten Werbespots fühlst Du Dich angesprochen bzw. nicht angesprochen?

I: Das mit der O.B.-Werbung...die ist sympathisch.

E: Warum?

I: Na ja, sie macht das spontan ...gehört ja auch dazu...sie sagen ja diese Rillen und leicht zum Einführen und so weiter...das spricht mich an.

E: Welche spricht Dich nicht an?

I: Die erste.

E: Dulcolaxwerbung?

I: Ja

E: Welche findest Du unsympathisch?

I: Beide

E: Warum?

I: Weil die Werbung für mich unrealistisch ist. Da kommen zwei Frauen her reden über das...die Stimme passt nicht dazu. Stimme ist zu dunkel.

E: Welchen Frauentyp repräsentieren Deiner Meinung nach die gezeigten Spots?

I: (Pause)

E: Glaubst Du, dass es unterschiedliche Frauen repräsentiert werden?

I: Ja es kommen immer dieselben Frauen vor.

E: Und wie schauen die aus?

I: Immer gut gestylt....ja...meistens stehen sie...manches mal alleine...manches mal auch mit mehreren Personen, manches mal kommen neue Gesichter dazu, aber sonst immer dieselben vor.

E: Was meinst Du mit den „Selben“?

I: z.B. Die von der Neutrogena kommt vom Film und macht jetzt die Werbung.... man sieht nicht viele neue Gesichter.

E: Gibt es jetzt nur einen Typ?

I: Schon....na eigentlich nicht.

E: Gib Beispiele.

I: Dulcolaxwerbung da kennt keiner die Frauen.

In der Bebéwerbung, da kommen immer dieselben vor.....(Pause)

Diadermine.....die hab ich auch noch nie gesehen

Vöslauer.....die kommt immer in der Vöslauer vor

E: Identifizierst Du Dich mit einem Frauentyp?

I: Nein

E: Welche folgenden Produkte kaufst Du?

Aktivia, Thomapyrin, Bebe´, Dulcolax, Always, Fit-Müsli, Mascara (Geisha),
Natreen, Aspirin, Katjes (Heidi Klum)

E: Warum kaufst Du gerade dieses Produkt?

I: Ich spreche mit meinen Freundinnen und mit meiner Mama.

E: In welchem Spot würdest Du gerne den Part der Frau übernehmen und in welchem überhaupt nicht? Warum?

I: In der Katjes-Werbung, in der Neutrogena-Werbung, Bebé-Werbung.

E: Was findest Du daran spannend?

I: Na ja das ich auch mal ein Produkt der Welt zeigen kann.....präsentieren kann.

E: Im welchen Spot würdest Du auf keinen Fall mit der Frau tauschen wollen?

I: Die Dulcolax-Werbung.

E: Warum?

I: Ich weiß nicht...ich täte es nicht machen...wenn ich die Werbung sehe, dann schalte ich um.

E: Wie siehst Du Deinen Körper? (Bezug jetzt auf Schminke, Kosmetik, Pflege, Nahrung, Gesundheit/Krankheit...)Wie fühlst Du Dich?

I: Ich bin mit mir unzufrieden, denn ich möchte abnehmen, nicht viel, aber dass ich dünn bin....so 5 Kilo.

E: Was wäre, dann?

I: Ich wäre zufrieden ...ich würde besser aussehen, wenn ich 5 Kilo unten hätte.

E: In wiefern würdest Du besser aussehen?

d.h. was stört Dich konkret?

I: Meine Hüfte, mein Bauch, meine Beine,.....ich möchte einfach dünner sein...alle sind dünn und ja und die sagen Du bist urdick und wawawa....

E: Hat das schon wer zu Dir gesagt?

I: Ja in der Schule oft.

E: Was sagen die in der Schule?

I: Ja Du hast den Urspeck, nimm endlich ab, iss nicht zuviel.

E: Wo ist der Speck?!

I: Am Bauch, an der Hüfte, am Po, an den Beinen.

E: Glaubst Du denen, die das sagen?

I: Nein, ich glaube denen nicht, aber wenn ich nackt vorm Spiegel stehe, dann merke ich schon das ich da Speck hab und so.

E: Schminkst Du Dich?

I: Ja

E: Gibt es einen bestimmten Anlass, wo Du Dich schminkst? Wie sieht das aus?

I: Ich muss mich nicht immer schminken, denn ich bin gegen schminken.

E: Warum schminkst Du Dich, wenn Du dagegen bist?

I: Na ja, das macht die Haut kaputt und es ist schon schöner....und manches mal hab ich so Phasen da muss ich mich schminken, da ich unzufrieden bin, aber sonst schminke ich mich nicht....wenn ich mit meiner Mutter weggehe oder auf ein Konzert gehe, dann schminke ich mich schon.

E: Wo liegt der Unterschied bzw. wie fühlst Du Dich, wenn Du geschminkt bist bzw. nicht geschminkt bist?

I: Wenn ich geschminkt bin....nähmen wir an ich geh mit der Kathi weg....und ich treffe einen Buben ungefähr in meinem Alter, der kennt mich nur geschminkt, der kennt mich nicht ungeschminkt, kennt mich nicht natürlich.....das gefällt mir nichtwenn ich dreißig bin und der wacht neben mir aufmich ungeschminkt sieht, dann erschrickt er sich.

E: Macht Dir das Schminken Spaß?

I: Ja aber wenn man's abschaffen würde, wäre es auch kein Problem.

E: Schminkst Du Dich selber oder gegenseitig?

I: Ja schon selber.

E: Du hast drei Wünsche frei, was würdest Du Dir wünschen?

I: Ich möchte Karriere machen.

E: Was heißt das?

I:das ich nicht zwei Berufe habe möchte wie meine Mama und hart dafür arbeite, dass sie ihr Geld verdient, sondern das ich einen leichten Beruf hab, wo ich mein eigener Chef bin und jemanden etwas beauftrage, möchte Grafikerin werden aber ich kann das nicht so verwirklichen wegen den Noten und die Schule

ist sehr schwer und so....wenn ich einen Wunsch hätte, wäre ich Grafikerin mit einer eigenen Firma, die meine ist.

E: Warum würde Grafikerin nicht in Erfüllung gehen?

I: Wenn ich noch in 5 Jahren noch will, dann kann ich das Kolleg machen und jetzt geht's nicht.

Mein zweiter Wunsch wär.....das ich am Meer wohne, ein Strandhaus.

E: Der dritte?

I:das alle Menschen mich gern haben, gesund sind und am Meer wohnen.

E: Welche Rolle spielt der weibliche Körper Deiner Meinung nach in der Werbung?

I: Er spielt schon eine Rolle.

E: Warum?

I: Na die wären ja nicht eine pothässliche mit 100 Kilo hat, unhygienische hineinstellen?!

E: Sollten mollige Frauen, Frauen im natürlichen Alterungsprozess, Frauen im Rollstuhl....in Spots gezeigt werden?

I: Ich täte das gut finden, da man ja nur berühmte oder stink normale Menschen sieht, aber eine im Rollstuhl.....mal was Neues.

E: Motiviert Dich eine bestimmte Frau dieses Produkt zu kaufen?

I: Ist das ein Zwang?

E: Nein....die ist mir sympathisch und animiert mich dieses Produkt zu kaufen.

I: Na so geh ich nicht vor, also nur weil mir die Person sympathisch ist muss ich das Produkt nicht kaufen.

E: Welche Frau gefällt Dir am besten und welche nicht?

I: Die Heidi Klum

E: ...gehört wohin?

I: Die gefällt mir am besten.

E: Inwiefern?

I: Warum sie mir gefällt?

E: Ja

I: Sie hat einen schönen Körper, nicht zu dünn, nicht zu dick, bräunlich, sie hat schöne Haare, das Gesicht passt.

E: Umgekehrt...welche Frau gefällt Dir überhaupt nicht?

I: Die alte Frau.

E: ...die aus der Dulcolaxwerbung?

I: Ja

E: Warum nicht?

I: Sie ist alt, hat Falten und graue Haare.

Ich hab nichts gegen alte Leute, aber die gefällt mir überhaupt nicht.

E: Möchtest Du gerne Modell sein? Hast Du Dir das mal schon überlegt?

I: Ja ich wollt das schon machen.

E: Kam das von Dir aus oder von außen?

I: Meine Mama hat es mir angeboten, damals war ich noch dünner und jünger und ich habe ja schon mal eine Chance wie ich Klein war gehabt hab, bei H&M eine Werbung zu machen, aber dann hab sie mich doch nicht genommen, da wir das Geld für die Fotos oder so nicht gehabt haben. Ich wollte das schon immer machen.....modellieren, aber ich würde nicht so abnehmen....so dünn sein das gefällt mir nicht....wo man nix mehr sieht.

E: Was strahlt ein Modell Deiner Meinung nach aus und warum?

I: Sie strahlt Schönheit aus und das neue Gewand von der neuen Kollektion...das wars.....sie denken schon, wenn sie auf die Bühne kommen, das alles passt.

E: Hast Du Dich schon einmal wie ein Modell bewegt, geschminkt, angezogen?

I: Ich habe mich mal schon so geschminkt und versucht zu gehen.

E: Wen hattest Du als Vorbild?

I: Na dieses Topmodell...dieses Germany.....von gestern. Ich hab aber niemand als Vorbild...hab das nur zum Spaß gestern Abend ausprobiert.

E: Waren da mehrere Mädels gestern beteiligt?

I: Ja, die Kathi und der Mathias

E: Was hat der Mathias gesagt?

I: Er hat gesagt er würde mich wählen.

E: Und die Kathi?

I: Die hat gelacht und gsagt...“ja,ja,ja...Du wirst das neue Topmodell“.

E: D.h. wenn Dir ein Topmodelljob angeboten werden würde, würdest Du ihn annehmen?

I: Ja ich würde schon annehmen, würd aber die Schule weiter machen, denn irgendwann is aus.

E: Gibt es gewisse Bedingungen unter denen Du das machen würdest?

I: Das ich nicht so viel abnehmen muss wie die Anderen und das die privaten Sachen nicht in den Zeitungen verbreitet werden.

E: Wie würde die Umwelt auf Dich jetzt reagieren?

I: Bin ich jetzt berühmt?!

E: Wenn du ein berühmtes Topmodell wärest?

I: Mir wär das wurscht was die anderen Leute sagen.

E: Wie würdest Du Dich an der Stelle der Lena (hat bei Topmodell gewonnen) fühlen?

I: Ich könnte es nicht glauben, dass ich gewonnen hätte, ich würde weinen und lachen.

E: Würde das Dein Leben verändern?

I: Ja und Nein...ich müsst auch was opfern (Pause)

E: Glaubst Du fühlt sich die Lena-vorher und die Lena-nachher anders?

I: ja auf jeden fall, wenn sie nur Zuschauer ist, dann ist sie ganz normal, aber wenn sie da oben steht, dann geht es um was.

E: Wie siehst Du Dich als Frau? Würdest Du lieber als Mann oder als Frau auf die Welt kommen?

I: Als Frau.

E: Warum würdest Du Dich als Frau entscheiden?

I: na ja das kann ich nicht wirklich sagen...ich find da kann man mehr machen.

E: Was kann man mehr machen?

I: Man kann z.B. mit seiner Freundin über alles reden, die Männer schauen nur was sag ich jetzt nicht was doch...ich will der bessere sein.

E: Womit glaubst Du hängt das zusammen....diese Unterschiede?

I: Es muss diese Unterschiede geben, es können nicht beide Geschlechter gleich sein.

E: Warum?

I: Na dann wären wir ja gleich mit den Männern.

E: Abgesehen vom biologischen Unterschied, wo liegt der Unterschied?

I: Ja wir sind offener, wir reden, aber sie reden nicht über ihre Probleme.

E: Gibt es was Negatives am Frausein?

I: Ja, das Kinder gebären, das tun die Männer nicht.....die Schmerzen.

E: Was meinst Du damit?

I: Na ja, das sie diese Schmerzen nicht haben, das sie nicht dick werden, immer viel essen müssen und alles tut weh und so.

E: Welche Frauenbilder/rollen repräsentieren die Werbespots?

I: Es gibt sportliche....die eine segelt und ich finde Segeln ist auch ein Sport.

E:die segelt?! Schauen wir mal.....ob die segelt.

WERBESPOT (Segeln/Vöslauer)

I:....die segelt nicht, aber..

E: Ja, das wäre wahrlich etwas Neues, wenn die Frau segeln würde.

I: Ja, aber sie ist oben....

E: Ja sie sitzt am Boot.

Gibt es andere Frauentypen/-rollen?

I: In der Kosmetik

E: D.h. es gibt die Sportlichen und die, die mit Kosmetik zu tun haben?

I: Ja

E: Gibt es eine andere Gruppe auch noch?

I: Wird es sicher noch geben, aber mir fällt keine ein.

E: Welche Werbefrau hättest Du gerne als Schwester, Mutter, Freundin...?

I: Heidi Klum hätte ich gerne als Freundin.

E: Was würdest Du mit ihr reden?

I: Wie der Tag für sie war, dann würde sie mich fragen...dann würde sie mir ihre Probleme, dann ich ihre erzählen,....was ihr am Hammer geht.

E: Gibt es eine spezielle Frage, die Du nur Sie fragen würdest?

I: Nein

E: Wen würdest Du als Mutter oder Schwester?

I: Niemanden.

E: Gibt es noch jemanden, den Du gerne als Freundin hättest?

I: Von der Neutrogena-Werbung....

E: Was würdest Du mit ihr sprechen?

I: Dasselbe wie mit der Heidi Klum.

E: Du bist Chefin der renommiertesten Werbefirma Österreichs und möchtest nun einen Spot über ein neues Produkt drehen?

Welches Produkt wählst Du?

I: Die von Katjes

E: Wie würdest Du diese präsentieren? Mit Personen oder nicht?

I: Mit Personen.

E: Mann oder/und Frau

I: Mann und Frau

E: Wie sieht die Kulisse aus?

I: Sie sind zu Hause, auf der Couch und dann fragt der Mann „Schatz möchtest Du was naschen?“ und dann sagt sie „Ja bitte“, dann holt der das raus und bewirft sie damit, sie sagt „Du bist soooo fies....was ist denn das“.... sie sagt „iiii....so was klebriges!“ und dann kostet sie „mmm das schmeckt gut von wem ist den das“....“Oh das ist ja von Katjes“.

E: Würdest Du es erwähnen, dass Katjes 0,1 %Fett hat?

I: Ja,....da würde die Frau sagen“ das hat sicher viel Fett?!“ und der Mann würde antworten „Nein das hat 0,1%Fett“.

E: Wie würde die Frau aussehen?

I: Ich würde keine dünne nehmen, sondern eine die so ist wie ich...eher ein bisschen mollig nehmen.

E:Und der Mann?

I: Genauso, nicht zu dünn.

6.5 Interview 5

E: Welche Werbespots fallen Dir ein?

I: Zum Beispiel der Stiefelkönig.

E: Gibt es da nicht mehrere?

I: Ja

E: Welche meinst Du?

I: Da wo der Mann die Frau ans Bett anhängt. Dann.....Mc Donald´s-Werbung.

E: Welche fällt Dir da ein?

I: (summt die Melodie) I liebe

E: Fällt Dir noch einer ein?

I: Nein

E: Warum glaubst Du, dass gerade dieser Werbespot bei Dir „hängen geblieben“ ist?

I: Keine Ahnung.

E: Hast Du einen Lieblingswerbespot und warum?

I: Mm...nein.

E: Hast Du nicht.

I: Nein

E: Gibt es einen Werbespot der deiner Meinung nach schlecht ist?

I: ...Nein auch nicht.

E: ...oder einen Werbespot, wo Du sagst der gefällt mir total gut?

I: mm....ja da gibt es einen englischen Mann....

E: Meinst Du die Almdudler-Werbung?

I: Ja, die gefällt mir.

E: Was assoziiert Du mit den Begriffen „Werbung und Frau“?

I: Mm.....gar nichts.

E: Gibt es einen Unterschied zwischen Mann und Frau in der Werbung oder gibt es keinen?

I: Nein es gibt keinen.

Werbespots werden gezeigt.

E: Welcher Werbespot ist Dir bekannt bzw. nicht bekannt?

I: Nivea, Bebé, das mit den Katjes, Supradyn, die Lippenstiftwerbung von Nivea, und die Mineralwasserwerbung Vöslauer....die kenn ich.

E: Welcher gezeigte Spot gefällt Dir am besten?

I: Dies mit der Heidi Klum....Katjes yes, yes, yes.

E: Warum?

I: Weil ja.....sie in der Badewanne sitzt.

E: Würdest Du auch gerne darin liegen?

I: Ja, das wäre einfach toll.

E: Von welcher Frau in den gezeigten Werbespots fühlst Du Dich angesprochen bzw. nicht angesprochen?

I: Eh...von dieser Bebé (fühlt sie sich angesprochen)

E: Und von welcher fühlst Du Dich überhaupt nicht angesprochen?

I: Die von Vöslauer.

E: Warum findest Du die sympathisch, welche Eigenschaften würdest Du ihr geben?

I: Sie hat eine gute Ausstrahlung und ich glaub auch, dass sie privat auch so ist.

E: Und bei Vöslauer, welche Eigenschaften würdest Du Ihr geben?

I: Na ja, langweilig, unsympathisch....

E: Welchen Frauentyp repräsentiert Deiner Meinung nach jeder gezeigte Spot? Gibt es einen oder mehrere Frauentypen?

I: Es gibt nur einen, finde ich.

E: Und wie sieht der aus bzw. wie ist der Frauentyp?

I: Na ganz normal.

E: Was verstehst Du unter ganz normal?

I: Na wie die von Bebé.

E: In welche Kategorie würdest Du sie hineingeben? Gibt es einen Oberbegriff?

I: Sie präsentiert den Typ „spontan“.

E: Gibt es andere Kategorien auch noch?

I: Weiß nicht....

E: Kannst Du Dich mit einem Frauentyp in einer Werbung identifizieren?

I: Ja

E: Welche wäre das?

I: Wie?

E: ...z.B.: mir taugt das wie sie das Produkt präsentiert, die schaut so gescheit aus....

I: das sie das präsentiert, das würde ich auch gerne machen.

E: Und welche ist das?

I: Na die von Bébé.

E: Welche folgenden Produkte kaufen Sie?

Aktivia, Thomapyrin, Bebé, Dulcolax, Always, Fit-Müsli, Mascara (Geisha), Natreen, Aspirin, Katjes (Heidi Klum)

E: Warum kaufst Du gerade dieses Produkt?

I: Ich denke, dass das wirkt.

E: Woran hast Du dabei gedacht?

I: Meine Freundin hat das ausprobiert und gesagt es ist gut und dann hab ich das auch genommen.

E: Welche meinst Du?

I: Bébé.

E: Heißt das, dass Du Dich mit deinen Freundinnen über das Produkt austauschst?

I: Ja, wenn eine etwas Neues kauft.

E: In welchem Spot würdest Du gerne den Part der Frau übernehmen?

I: In Katjes.

E: In welchem Spot würdest Du auf keinen Fall den Part der Frau übernehmen wollen?

I: Das mit der alten Frau.

E: Dulcolax?

I: Ja.

E: Warum?

I: Weiß nicht.

E: Wie siehst Du Deinen Körper? (Bezug jetzt auf Schminke, Kosmetik, Pflege, Nahrung, Gesundheit/Krankheit...)

I: Meinen eigenen?

E: Ja deinen eigenen. Bist Du zufrieden?

I: Nein, ich bin überhaupt nicht zufrieden. z.B. meine Muskeln

E: Was meinst Du damit?

I: Möchte mehr Muskeln haben....und meine Hautfarbe mag ich auch nicht.

E: Wieso nicht?

I: Weiß nicht.....werd beschimpft und blablabla...

E: Wer beschimpft Dich?

I: Leute auf der Straße, paar in der Schule, manches mal auch in der WG (Wohngruppe), im Urlaub...

E: Bezüglich Schminken. Schminkst Du Dich, wie stehst Du dazu?

I: Ich schmink mich, schmink mich aber nicht zu stark, wenn aber ein besonderer Anlass ist, dann verwende ich Wimperntusche und wenn ich z.B. in die Schule gehe oder trainiere oder mich mit Freundinnen treffe dann verwende ich keine Wimpertusche oder keinen Kajalstift.

E: Und wie fühlst Du Dich, wenn Du geschminkt bzw. nicht geschminkt bist?

I: Macht keinen Unterschied, schau mit und ohne Schminke gleich aus.

E: Du hast drei Wünsche frei, was würdest Du Dir wünschen? Du hast alle Möglichkeiten der Welt.

I: das ich reich bin, dann will ich gern Sängerin oder Modell werden.

E: Hast Du bezüglich Sängerin schon konkrete Vorstellungen?

I: Ja sing gerne Rockn´roll, Hip-hop, arbea und so.

E: Machst Du schon was in diese Richtung?

J: Ja, ich singe schon seit 4 Jahren, weil ich in eine Musikhochschule geh...wir haben auch Auftritte.

E: Macht Dir das Spaß?

I: Ja..sehr.

E: Was würde sich bei Dir verändern, wenn sich der Traum vom Modell erfüllen würde?

I: Ich würde in New York leben.

E: Warst du schon mal dort?

I: Nein.. und ja ich würd die ganze zeit schöne Sachen anziehen, am Laufsteg laufen und so.

E: Hast Du schon mal probiert, Dich wie ein Modell zu bewegen?

I: Ja....den Gang.

E: Sollten mollige Frauen, Frauen im natürlichen Alterungsprozess, Frauen im Rollstuhl....in Spots gezeigt werden? Würdest Du das gut finden oder nicht?

I: Wär mir eigentlich egal.

E: Heißt das, dass dies in dir nichts verändern würde?

I: Nein.

E: Motiviert Dich eine bestimmte Frau dieses Produkt zu kaufen?

I: Von Bébé.

E: Welche Frau gefällt Dir am besten und welche nicht?

I: Diese Frau von Neutrogena gefällt mir und diese Frau, die so schlapp macht..

E:Supradyn?

I: Ja

E: Und was gefällt Dir an denen so gut?

I: Ja auch die Ausstrahlung.

E: Gibt es eine Frau, wo Du sagst, die gefällt mir überhaupt nicht?

I: Nein.

E: Würdest Du lieber als Frau oder als Mann wieder geboren werden?

I: Als Mann.

E: Warum?

I: Weiß nicht.....müssen keine Kinder gebären....können machen was sie wollen....nicht alles.

E: Was können die machen was Frauen nicht können?

I: Im Stehen aufs Klo gehen, dann...können sie langen weg bleiben z.B. und sie haben es einfach leichter find ich.

E:zum Gebären...gehört auch die Schwangerschaft dazu, die Du als beschwerlich siehst?

I: Nur das Gebären.

E: Welche Frauenbilder/rollen repräsentieren die Werbespots? Nicht nur die die ich Dir jetzt gezeigt habe.

I: Keine Ahnung.

E: Glaubst Du wird nur ein Frauenbild oder mehrere gezeigt?

I: Mehrere Frauenbilder.

E: Wie unterscheiden sich diese?

I: Weiß nicht. Keine Ahnung.

E: Welche Werbefrau hättest Du gerne als Schwester, Mutter, Freundin...?

I: Hätte gern Heidi Klum als Schwester.

E: Was würdest Du mit ihr sprechen?

I: Weiß nicht...ob sie mir das auch beibringen kann...ob ich auch Modell werden kann, ob sie mit mir nach New York oder so einmal fliegt.

Als Freundin....die aus der Bebé-werbung.

E: Was würdest Du mit ihr sprechen, machen?

I: Über alles, was man halt so mit Freundinnen spricht.

Und die von Neutrogena.....als ältere Schwester.

E: Was würdest Du sie fragen?

I: Ob das schauspielern leicht ist...ob wir zusammen schauspielern können.

E: Stell Dir vor Du bist Chefin der renommiertesten Werbefirma Österreichs und möchtest nun einen Spot über ein neues Produkt drehen? Du kannst Dir alles aussuchen, Personal, hast unendlich viel Geld...

Welches Produkt von den gezeigten Spots wählst Du?

I: ...das mit Katjes.

E: Soll es eine/mehrere Personen geben?

I: Nein, auch nur eine Frau, die soll unter der Dusche stehen und da kommen diese Zuckerl raus.

E: Warum hast Du Dich für dieses Produkt entschieden?

I: Weil ich glaub, das jeder gerne nascht und weil man naschen kann ohne das Fett drin ist und da kauft man das.

E: Und wie sieht die Frau aus, die dieses Produkt präsentiert?

I: Egal

E: Welche Kriterien müssen Sie bei Dir erfüllen, damit sie bei dir das Produkt präsentieren kann?

I: Was sind „Kriterien“?

E: Kriterien.....welche Qualitäten muss Sie mitbringen, damit Sie das Produkt an die Frau, an den Mann bringen kann?

I: Sie muss Ausstrahlung, muss lustig sein, spontan sein, und Humor haben.

6.6 Interview 6

E: Welche Werbespots fallen Dir ein, kennst Du?

I: Das weg mit dem Speck z.B.

E: Gibt es noch welche?

I: Die Handywerbungen.

E: Fällt Dir eine spezielle ein?

I: Motorola vom Niedermayer, V3 das neue Handy.

E: Fallen Dir noch welche ein?

I: Nicht wirklich. Nein, ich schau nicht so oft Werbung.

E: Warum glaubst Du fallen Dir genau diese Spots ein?

I: Weil sie oft im Fernsehen sind?!

E: o.k.

Hast Du einen Lieblingswerbespot?

I: Ja das mit dem weg mit dem Speck.

E: Welche, es gibt ja mehrere von denen?

I: Alle, die mit dem Tarzan das ist super.

E: Welcher Werbespot ist der beste und welcher der schlechteste?

I: Mit den Malborou oder die billigen Sachen...das finde ich lächerlich.

E: Und welchen findest Du super?

I: Gibt es gar keinen.

E: Was assoziiert Du mit den Begriffen „Werbung und Frau“?

I: Mode z.B.

E: ..im Gegensatz zu „Werbung und Mann“?

I: Fällt mir dazu gar nichts ein.

E: Anders gefragt, gibt es einen Unterschied zwischen „Mann in Werbung“ und „Frauen in Werbung“?

I: Wenn dann geht es meistens um Mode, bei den Männern um Autos.

Webespots werden gezeigt.

E: Welcher Werbespot ist Dir bekannt bzw. nicht bekannt?

I: Eigentlich alle.

E: Die erste auch?

I: Welche war das?

E: Wir können Sie nochmals durchgehen.

Nochmalige Vorführung der Spots.

I: Die erste, Dulcolax kenn ich nicht.

E: Welcher gezeigte Spot gefällt Dir am besten und warum?

I: Das mit der Bébé.

E: Warum?

I: Das find ich sehr natürlich.

E: Wer ist natürlich?

I: Die Leute, die das zeigen.

E: Und welcher von den gezeigten Werbespots gefällt Dir überhaupt nicht?

I: Das mit den Lippenstift.

E: Welche?

I: Eigentlich alle mit den Lippenstift.

E: Warum?

I: Weil ich selber keinen Lippenstift trage und wenn dann durchsichtige und ich das lächerlich finde, ja der hält nicht, der färbt nicht ab, jeder Lippenstift färbt ab. Jeder Lippenstift hinterlässt auf der weißen Bluse einen Fleck. Ich finde das lächerlich.

E: Von welcher Frau in den gezeigten Werbespots fühlen Sie sich angesprochen bzw. nicht angesprochen?

I: Von der Bébé.

E: Warum?

I: Weil die Bébé sehr gut ist, denn ich verwende ich selber und weil ich es ziemlich super finde wie sie es zeigen.

E: Was gefällt Dir daran?

I: Den Spaß den die da haben, die Pantomime, die die spielen und das Ganze. Ich find das super.

E: Und wie bist Du mit dem Produkt zufrieden?

I: Super! Eigentlich toll.

E: Also das was die sagen stimmt?

I: Ja, ich verwende fast alles, die Handcreme, die Creme.

E: Im Gegensatz dazu von welcher/n Frau /Frauen fühlst Du Dich überhaupt nicht angesprochen?

I: Die Frauen mit den Lippenstiften, das mit den Haaren, das ist auch nicht wirklich meins, das mit dem Aspro, das mit dem Peeling da, das sie zu alt ist.

E: Welches Peeling, welche ist das?

I: Wo sie am Strand sitzen?

E: Meinst Du die Aok-Werbung, wo sie im Strandkorb sitzen? Wo sie sagen sie sind zu alt für....

I: Ja genau.

E: Was stört Dich an dieser Werbung?

I: Das man zuerst was anderes versteht als sie überhaupt meinen.

E: Welche Eigenschaften gibst Du der sympathischen Frau und welche der unsympathischen Frau?

I: weil sie sehr strahlend lacht und es super rüber bringt und es ist ein bisschen zum Lachen, weil sie es so nett rüber bringt.

E: Welchen Frauentyp repräsentiert Deiner Meinung nach jeder gezeigte Spot? Identifizierst Du Dich mit einem Frauentyp?

I: Nein

E: Warum kannst Du Dich mit keinem Frauentyp identifizieren?

I: Weiß nicht.

E: Welche folgenden Produkte kaufen Si Aktivia, Thomapyrin, Bebe´, Dulcolax, Always, Fit-Müsli, Mascara (Geisha), Natreen, Aspirin, Katjes (Heidi Klum)

E: Warum kaufst Du gerade dieses Produkt? Fitness-Müsli..

I: Weil es mir schmeckt.

E: O.B.?

I: Weil ich keine Binden mag.

E: Es gibt aber auch noch andere Marken warum gerade diese?

I: Weil ich dies ziemlich gut finde.

E: Vöslauer?

I: Ja, das trinken wir schon, es gibt zwar viele andere Marken.....aber ich hab kein Problem mit Vöslauer.

E: Besprichst Du es mit Deinen Freundinnen ...über die Qualität des Produktes?

I: Reden tun wir nicht wirklich darüber und wenn dann sieht mans eh wenn sies verwendet. Aber wirklich Gesprächsthemen über Cremes haben wir nicht.

E: Wie sieht man das, wenn eine Freundin sich mit Bebé eingecremt hat? (!)

I: Na ich mein, ich hab die Bebé-creme meistens einstecken...Handcreme und wenn ich's herausnehme...

E:.....kann es zu einem Gesprächsthema werden?

I: Ja

E: In welchem Spot würdest Du gerne den Part der Frau übernehmen und in welchem überhaupt nicht?

I: Schwer zu sagen...entweder Vöslauer oder Bebé.

E: Warum gerade die Beiden?

I: Weils nicht schwer ist zum Erklären.

E: Und in welchem Spot würdest Du auf keinen Fall den Part der Frau übernehmen wollen?

I: in den Lippenstiftwerbungen.

E: Wie siehst Du Deinen Körper? (Bezug jetzt auf Schminke, Kosmetik, Pflege, Nahrung, Gesundheit/Krankheit...)

I: Ich schminke mich, ja.

E: Wovon hängt das ab?

I: Wenn ich Lust hab, dann jeden Tag, zumindest dezent und wenn ich keine Lust hab dann gar nicht. Hauptsächlich wenn ich fortgehe...also Kajalstift, Lidstrich oder so.

E: Und wenn Du fort gehst schminkst Du Dich anders?

I: Helles oder dunkles Make-up, dann vielleicht Lidschatten dezent, Kajalstift, Wimperntusche, einen durchsichtigen Lippenstift oder einen Labello.

E: Und fühlst Du Dich anders wenn Du dezent geschminkt bist bzw. fürs Fortgehen geschminkt bist, gibt es einen Unterschied?

I: Also wenn ich fort gehe, dann merke ich schon, dass die Leute mich auch anschauen. Wenn ich nicht geschminkt bin fühle ich mich so leer, ich brauch immer irgendwas und wenn es nur ein Labello ist, irgendwas muss im Gesicht sein, ich bin das schon gewohnt und wenn ich nix oben habe, so wie heute, fühl ich mich schon sehr leer.

E: Hast Du nicht jetzt einen Kajalstift oben?!

I: Habs vergessen ihn runter zu wischen, ist noch von gestern.

E: Wie wichtig sind Dir Pflegeprodukte, Marken?

I: Ich verwende Handcremen von Bebé und eine Körpercreme.... eine grüne Flasche....weiß nicht wie sie heißt....die verwende ich.

E: Du hast drei Wünsche frei, was würdest Du Dir wünschen? Du hast alle Möglichkeiten der Welt.

I: gut auszusehen.

E: Was heißt das?

I: schlank, dünn.

E: Was ist schlank für Dich?

I: 50kg möchte ich schon haben.

E: Wie groß bist Du?

I: bin schon über 1m60.....1,65....jedenfalls über 1,60.

E: Was würde sich ändern, wenn Du 50kg hättest?

I: Das ich mich ein bisschen wohler fühle, nicht zu dick.

E: In wiefern fühlst Du Dich unwohl?

I: Wenn ich gewisse Leute im Sommer mir anschau, die wirklich sehr schlank sind, dann steigt schon eine Eifersucht in mir hoch, ich würd auch gern so ausschauen.....bin zeitweise von mir sehr enttäuscht von mir, aber es legt sich wieder.

E: Welchen Wunsch hast Du noch?

I: Eine schöne, geregelte Familie zu haben, wo die Ehe passt, wo die Kinder keine Probleme haben,...und dann eine Arbeit, die mir Spaß macht, in der ich keine Probleme hab oder so.

E: Welche Rolle spielt der weibliche Körper Deiner Meinung nach in der Werbung? Spielt er eine Rolle?

I: Ja....ich habe in der Bebé, Penaten-Werbung was weiß ich wie die alle heißen...da hab ich noch nie eine festere Frauen gesehen, d.h. das sind alle superschöne Modells, die dünn sind. Aber bei Fast-Food sieht man schon stärkere Frauen...aber sonst nicht.

E: Wo sieht man stärkere?

I: Wenn sie Ausschnitte vom Mäci zeigen...oder so...grad was billig is und so.

E: Die jetzige Mäciwerbung, wo der junge Mann die Telefonnummer von der Frau möchte, wo gehört diese Frau hin,...zu den stärkeren oder nicht?

I: Nein die gehört nicht zu den stärkeren.

E: Sollten mollige Frauen, Frauen im natürlichen Alterungsprozess, Frauen im Rollstuhl....in Spots gezeigt werden?

I: Ich find das super, wenn andere Frauen mit dunklerer Hautfarbe im Fernsehen sind oder im Rollstuhl sitzend oder ein bisschen älter ist, oder mollig ist, warum sollte ich mir die nicht anschauen.sind ja auch was wert.

E: Würde dies in Dir was verändern?

I: Das man sieht, dass nicht nur schlanke Frauen...?

E: Ja

I: Es wäre super. Es stärkt auch andere Frauen, die daheim sitzen und mollig sind, die übergewichtig die auch was können und nicht nur dünne.....warum sollen sich diese verstecken?

E: Motiviert Dich eine bestimmte Frau dieses Produkt zu kaufen?

I: Von dem eigentlich wenig...außer die von der Bebé, die was das vorzeigt, den die ist nicht so aufgetackelt, sondern sehr natürlich, die würd mich schon dazu bringen das zu kaufen.

E: Welche Frau gefällt Dir am besten und welche nicht?

Warum?

I: Welche mir überhaupt nicht gefällt ist die vom Lippenstift, von der Haarfarbe, von diesem Waschshampoo. Die was mir gefällt ist die von Vöslauer und Bebé....die schauen sehr natürlich aus.

E: Möchtest Du gerne Modell sein? Warum bzw. warum nicht?

I: Könnte kein Modell sein. Schrecklich.....interessiert mich nicht. Würde es nicht machen. Möchte auch kein Produkt präsentieren.

E: Wenn Du jetzt ein Angebot als Modell à la Heidi Klum, Claudia Schiffer z.B. bekommen würdest?

I: Dann auch nicht....interessiert mich nicht.

E: Glaubst Du, dass es einen Unterschied macht ob „Du“ und „Ich“ oder ein Modell auf der Straße geht?

I: Es macht schon einen Unterschied, denn wir werden nicht so angestarrt wie Modells, weil das ist im Fernsehen, weltweit übertragendas is wer in hinsicht

vom Fernsehen her. Wir sind halt normale Menschen die auf der Straße gehen und sind halt nicht so wichtig.

E: Ist es Deiner Meinung nach erstrebenswert, angestarrt zu werden?

I: Naja, es ist schon schön, wenn dich ein paar Leute anschauen, wie du geschminkt bist, aber so angestarrt zu werden....und die Leute nachrennen, so wie die berühmten Leute, die nie alleine auf die Straße gehen können....das würde mich nicht gefallen.

E: Hast Du Dich schon einmal wie ein Modell bewegt, geschminkt, angezogen?

I: Nein

E: Wie siehst Du Dich als Frau? Würdest Du lieber als Mann oder als Frau auf die Welt kommen?

I:... Ich glaube als Mann.

E: Warum?

I: Naja, Männer müssen keine Kinder auf die Welt bekommen, Männer können tun und lassen was sie wollen, haben keine Schminkprobleme, mit der Mode, ziehen irgendwas an, was zieh ich heute an?!, sondern ziehen ihre Nikischeue an und das wars, die schauen na ja schauen schon auf die Mode, aber müssen sich nicht so pipifein herausputzen.

E: Woran glaubst Du liegt das, das der Unterschied zwischen Frauen und Männern besteht?

I: Weil für Frauen viel mehr in der Werbung ist....von den Cremes her, Lippenstift, Haarfarben, Shampoo...für Frau ist mehr in der Werbung als für Männer, vielleicht mal Herrenscheue oder so Frauen gehen mehr shoppen und so und kaufen sich halt mehr.

E: Meinst Du, dass die Werbung die Geschlechter schon in ein gewisses System hineinpressen?

I: Ja, sie beeinflussen schon... die Frauen.

E: Inwiefern?

I: Mit Lippenstift...kaufen sie diesen Lippenstift, Haarshampoo soll super angenehm sein...dann gibt es für Männer das Schuppenshampoo, das soll sehr toll sein. Na, wenn es so toll ist werden es auch die Leute auch kaufen.

E: Welche Frauenbilder/rollen repräsentieren die Werbespots? Werden mehrere oder nur ein Frauenbild repräsentiert?

I: Mehrere.....

E: Welche wären das?

I: Ich komm jetzt gar nicht mehr mit.

E: Anders gefragt: Welcher Frauentyp wird in der Werbung präsentiert?

I: Blond.....blond...ziemlich viele Blonde...selten das welche schwarze Haare haben oder so, halt nur wenn sie Haarfarben zeigen, sonst immer blond...Vöslauer....die meisten Werbungen blond.

E: Gibt es noch Kriterien die vorkommen?

I: dünn

E: In welche Kategorien würdest du diese einordnen? Oder einen Oberbegriff, die würde ich so bezeichnen, die würde ich in jene Schublade einordnen?

I: Fall mir jetzt keine ein....ich mein ich bin nicht sehr begeistert von Blondhaarigen und das gebe ich auch zu.

E: Gibt es im Gegenzug auch einen anderen Frauentyp der repräsentiert wird?

I: Braun dadurch das ich selber braune Haare habe und ich eher ein dunkler Typ bin...

E: Wo liegt jetzt, für mein Verständnis, der Unterschied zwischen braunhaarigen und blondhaarigen?

I: Ich kann nicht alle in einen Topf werfen, aber Leute die blond und dünn sind, sind total eitel und eingebildet, das geb ich auch zu, ich mein das können dunkelhaarige auch...aber von blonden her ist es extrem, denn die glauben sie sind wer, weil sie blond sind und davon halt ich nicht sehr.

E: Welche Werbefrau hätten Sie gerne als Schwester, Mutter, Freundin...?

I: Gar keine.

E: Du bist Chefin der renommiertesten Werbefirma Österreichs und möchtest nun einen Spot über ein neues Produkt drehen? Hast alles, wovon Du träumen kannst. Welches Produkt wählst Du?

I: Bebé

E: Wählst Du Personen, die das Produkt präsentieren?

I: Ja.

E: Wie viele, Mann, Frau ?

I: zwei, Mann, Frau

E: Bitte stelle mir das Szenario vor?

I: Auf jeden Fall in der Sonne, gibt auch von Bébé auch eine Sonnencreme Wasser...das Mann und Frauen beide die Creme verwenden können.

E: Wie könnte der Dialog ablaufen oder gibt es keinen Dialog?

I: Fällt mir jetzt nicht ein nicht spontan.

E: Wie sieht es aus....hat er die Creme in der Hand oder sie oder keiner.....

I: Er wird ihr die Creme bringen und zeigt ihr was das für ein Produkt ist oder umgekehrt und das sie es halt dann ausprobieren.

E: Wie sieht dieses Ausprobieren aus?

I: Er schmiert ihr den Rücken ein.

E: Steht sie, liegt sie?

I: (lacht verlegen) Sie liegt und er schmiert ihr den Rücken ein, schmiert dann selber ein und umgekehrt und er sagt dann wie begeistert er von dieser Creme ist.

6.7 *Literatur- und Quellenverzeichnis*

AICHHORN, A. (1951): Verwaarloste Jugend. Die Psychoanalyse in der Fürsorgeerziehung. Verlag Hans Huber, Bern, Stuttgart, Toronto

BAACKE, D. (2007): Medienpädagogik. Grundlagen der Medienkommunikation. Band 1. Max Niemeyer Verlag, Tübingen

BAACKE, D. (1987): Jugend und Jugendkultur. Darstellung und Deutung. Juventa Verlag, Weinheim und München

ERIKSON, E. (1973): Identität und Lebenszyklus. surkamp taschenbuch wissenschaft Verlag

ERIKSON, E. (1982): Kindheit und Gesellschaft. Klett-Cotta Verlag

GOFFMAN, E. (1983): Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. Piper Verlag, München und Zürich

KELLE, U./KLUGE, S. (1999): Vom Einzelfall zum Typus: Fallvergleiche und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung. Band 4. Leske+Budrich, Opladen

MÜHLEN-ACHS, G./ SCHORB, B. (2003): Geschlecht und Medien. Reihe Medienpädagogik. Kopaed Verlag

SCHELL, F./STOLZENBURG, E./THEUNERT, H. (1999): Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln; Reihe Medienpädagogik; Bd.11. Kopaed Verlag

STUTSCH, F. (1971): Der kleine Stowasser. Lateinisch-Deutsches Schulwörterbuch. Hölder-Pichler-Tempsch Verlag

WILK, M. N. (2002): Körpercodes. Die vielen Gesichter der Weiblichkeit in der Werbung. Campus Verlag, Frankfurt/New York

Winterhoff.Spurk, P. (1999): Medienpsychologie. Eine Einführung. Kohlhammer Verlag

ZIMBARDO, Ph. (1988): Psychologie. Springer Verlag

Internetlinks

http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/kompetenz/36_Schorb.pdf

http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/muehlenachs_frauenbilder/muehlenachs_frauenbilder.pdf

6.8 Lebenslauf

Weber Elisabeth

geb. 24.12.1971 in Wien

Ausbildung:

- 1991 Maturaschule Dr. Roland: Externistenreifeprüfung
- 1998 Ausbildung zur Dipl. Kindergartenpädagogin
- 2001 Psychotherapeutisches Propädeutikum
- 2006 Leitung von Seminaren an VHS Wien (mit Maga.Pock)
- 2008 Leitung von Seminaren an VHS Wien (mit Maga.Pock)

Berufliche Tätigkeit:

- 2006 Thalia: Kinderlesungen
- 2008 KinderUni Wien