

Hilfe bei Erziehungsproblemen und Esskultur

Wissenschaftler und Medienpraktiker diskutierten am 18.1. in Berlin die Rolle von Coaching- und Reality-TV bei der Suche des Zuschauers nach Orientierung

Konflikte mit dem Kind, eine renovierungsbedürftige Wohnung, Duelle um die beste Kochkunst oder der Kampf mit den eigenen Pfunden: Nichts, was bisher im Privaten stattfand, ist davor sicher, Thema eines Reality-Formates zu werden. Neben Actionstars und Kommissaren sind nun die Zuschauer selbst die Helden im Fernsehen – zur Freude des Publikums. Warum sind diese Formate so erfolgreich? Bieten sie Lebenshilfe, weil sie es dem Zuschauer ermöglichen, eigene Erfahrungen am Leben der anderen zu überprüfen? Oder befriedigen sie nur den voyeuristischen Blick in die Intimsphäre der Mitmenschen? Wie erklärt sich die hohe Bereitschaft, an solchen Formaten mitzuwirken? Und wie verkraften es Kinder und Eltern, dass ihre familiären Probleme bei der *Super Nanny* in allen Einzelheiten und vor Millionen von Fernsehzuschauern dargestellt werden? Diese Fragen diskutierten Wissenschaftler und Medienpraktiker auf Einladung der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen e.V. in Berlin.

Dass Lebenshilfe-Sendungen so alt sind, wie das Fernsehen selbst, machten *Lothar Mikos*, Professor für Fernsehwissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen in Potsdam-Babelsberg, und *Stefano Semeria* von der ProSiebenSat1 Media AG in ihrem Einleitungsvortrag deutlich. Schon in den 50er Jahren habe es nicht nur Kochsendungen im deutschen Fernsehen gegeben, sondern Angebote zu allen erdenklichen Themen: Tanzkurse, Rechtsberatung, Einrichtungsratschläge, Gartentipps und vieles mehr, um die Alltagsprobleme der Zuschauer lösen zu helfen. „Immer dienten diese Formate der Orientierung in Zeiten der Veränderung. Diese Funktion hat das Fernsehen auch heute noch“, so Mikos. Allerdings habe sich die Art und Weise verändert, wie die Themen behandelt würden. Einst hätte man einen ernsten pädagogischen Anspruch gehabt, heute würden Probleme eher spielerisch in Shows aufgearbeitet. Auch sei in der frühen Fernsehgeschichte eher die Hausfrau angesprochen worden, heute sei die Zielgruppe die ganze Familie.

„Früher ging es darum: Wie kriege ich die Rosen über den Winter? Heute lautet die Frage: Was mache ich, wenn mein Sohn zu viel Ego-Shooter schießt?“ brachte *Jürgen Grimm*, Professor für Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien, die inhaltlichen Veränderungen der Lebenshilfeformate auf den Punkt. Grimm beleuchtete in seinem Vortrag die Struktur und Wirkung von jüngeren Lebenshilfeformaten, die mit dem Aufkommen des Reality-TV in den 80er Jahren entstanden sind und mit Coaching-Sendungen wie „*Super Nanny*“, „*Bauer sucht Frau*“ oder „*Raus aus den Schulden*“ ihren derzeit letzten Entwicklungsstand gefunden haben. „Im Mittelpunkt steht der Alltag von Durchschnittszuschauern, der aus den Fugen gerät und nach medialer Begleitung zur Behebung von Missständen oder zur Bewältigung verschiedener Herausforderungen verlangt“, charakterisierte Grimm diese Formate. Außerdem zeichne diese eine gemeinsame Problemlösungsstruktur aus: Am Anfang stünde eine starke, emotional ansprechende Problematisierung, am Ende die Präsentation einer Lösung. Dabei würden sich die Zuschauer nicht nur einfach unterhalten, erläuterte Grimm am Beispiel der „*Super Nanny*“. „Die Sendung trägt zur Orientierung von Menschen bei, die mit Erziehungsproblemen selber zu tun haben. Dabei ist nicht nur interessant, was die Nanny sagt oder gar was die Familien praktizieren. Die Zuschauer wollen sich ein eigenes Urteil bilden und sich teilweise ganz bewusst von den gesehenen Erziehungspraktiken distanzieren. Wir stellen fest, dass Orientierungsvermittlung heute nicht mehr nur über die Vorbildwirkung läuft, sondern in hohem Maße mit der Distanzierung von Zuschauer arbeitet“, so Grimm.

Welche Wirkung ein Format wie „*Super Nanny*“ auf diejenigen hat, deren Probleme in der Sendung präsentiert werden, stellte *Sandra Velásquez* in ihrem Bericht aus der Praxis dar. „Die *Super Nanny* bewegt viel“, erklärte Velásquez, die bis zum Frühjahr 2007 im österreichischen Fernsehen als *Super Nanny* im Einsatz war. „Aber wenn es keine Auseinandersetzung mit der Erfahrung gibt, keinen Anschluss an weitere Ziele, keine Reflexion und Unterstützung, verwässert sich das mit der Zeit. In 90% der Fälle ist eine Weiterbetreuung der Familien nötig.“ Der Vorteil des Einsatzes der



Pressemitteilung

Berlin, 22.01.2008

Nanny aber sei, dass die Familie sich anders erlebt habe und eine Vision von sich selbst habe, eine Hoffnung.

In der abschließenden Diskussionsrunde debattierten die Referenten sowie *Sabine Schiffer* vom Institut für Medienverantwortung und Deutschlands Super Nanny *Katharina Saalfrank* die Berechtigung von aktuellen Lebenshilfeformaten aus ethischer und gesellschaftlicher Perspektive. Eine Schlüsselfrage dabei lautete, ob das Fernsehen mit seinen Reality-Shows soziale und pädagogische Arbeit kommerzialisiere. Beide Super Nannys räumten ein, dass es zumindest ein Grenzgang sei, Kinder in familiären Konfliktsituationen zu zeigen. „Wir wissen noch nicht, was das in der Zukunft mit ihnen macht“, sagte Sandra Velásquez. Dennoch war sich die Mehrheit der Gesprächsteilnehmer einig: Lebenshilfeformate haben eine Berechtigung und sind zu begrüßen. „Der Bedarf ist da“, fasste der Kommunikationswissenschaftler Jürgen Grimm zusammen. „Und wenn ich heute erfolgreich Fernsehen machen will und dies auch mit positiven Orientierungsleistungen zu tun vermag, kann ich darin nichts Verwerfliches erblicken.“

Ein ausführlicher Bericht über die Veranstaltung „Reality-Shows und die Suche nach Orientierung“ erscheint im April-Heft 2008 der FSF-Zeitschrift [tv diskurs](#).