

Universität Leipzig
Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Lehrstuhl Allgemeine und Spezielle Journalistik
Seminar Nutzwertjournalismus in Zeitschriften
Sommersemester 2004
(Andreas Eickelkamp)

Nutzwertjournalismus im Fernsehen am Beispiel von Ratgebersendungen

Dorett Kirmse
Journalistik (Diplom, Psychologie im 2. Hauptfach)
6. Fachsemester

Abgabe: November 2004

Hinweis: Die vorliegende Version der Arbeit ist nur grundlegend formatiert, da sie per automatischer Texterkennung erfasst wurde.

Andreas Eickelkamp

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Einleitung	3
2. Ratgebersendungen	4
3. Geschichte der Ratgebersendungen	6
3.1. In der DDR	6
3.2. In der BRD	9
4. Vergleich	11
5. Zusammenfassung	15
6. Quellenverzeichnis	17

I. Einleitung

„Fernsehratgeber und massenmediale Lebenshilfe erweisen sich als Bestandteile gesellschaftlicher Kommunikation, auf die immer weniger verzichtet werden kann.“¹ Aus diesem Grund sollen Ratgebersendungen im deutschen Fernsehen im Mittelpunkt der vorliegenden Hausarbeit stehen. Dabei möchte ich mich sowohl mit Ratgebersendungen in der DDR als auch mit Ratgebersendungen der BRD beschäftigen. Allerdings soll keine spezielle Sendung dabei hervorgehoben oder analysiert werden, vielmehr sollen die Sendungen in den einzelnen Ländern allgemein betrachtet werden. Nach einer Definition von Ratgebersendungen möchte ich anhand eines kurzen historischen Abrisses Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Ratgebersendungen in beiden Ländern und deren Ursachen herausarbeiten. Dabei sollen vor allem die Themen, die Zielgruppen und die Publikumsbindung von Ratgebersendungen genauer betrachtet werden. In der vorliegenden Arbeit soll jedoch nur der Zeitraum vom Beginn des Fernsehens bis zur Wiedervereinigung beider deutscher Staaten betrachtet werden. Durch die Wahl dieses Zeitraumes möchte ich verdeutlichen, warum und mit welcher Intention der Programmverantwortlichen in beiden Staaten Ratgebersendungen in das Fernsehprogramm Einzug hielten.

¹ Mohl 1997; S.365

2. Ratgebersendungen

Wenn man verschiedene Lexika zu Begriffen aus der Publizistik und Mediensprache aufschlägt, sucht man eine Definition von Ratgebersendungen vergebens. Das zwingt dazu, über die Aufgabe und Funktion von Ratgebersendungen zu einer eigenen Definition zu gelangen. Rat geben meint, jemandem in einer bestimmten Situation oder Lebenslage eine Hilfestellung zu geben, die der Lösung eines bestimmten Problems dienlich sein kann. Diese Art der Lebenshilfe formulierte der damalige ZDF-Intendant Karl Holzamer 1965 für das Fernsehen wie folgt: „Der moderne Mensch, und zwar praktisch „jeder“, kann in dieser technisierten Welt mit ihrer ungeheuren Verkehrsmobilität in Raum und Zeit nur bestehen, wenn er zugleich auch die Ergebnisse der Wissenschaft, die diesen Gesellschaftszustand heraufgeführt haben, in ihren Folgen beherrscht, bewältigt und auf seine eigene Welt selbständig anwendet; hierzu kann ihm auch das Fernsehen verhelfen.“² Das Fernsehen, explizit Ratgebersendungen, also als „Kompass“ in einer sich stets und ständig weiter entwickelnden technisierten Welt. Angesichts des Bildungsauftrags der öffentlich- rechtlichen Fernsehanstalten wird die ratgebende Lebenshilfe von allen Intendanten, Programmdirektoren und Chefredakteuren betont.

Ratgebersendungen sollen sich also mit Sachthemen beschäftigen, die bestimmte Probleme aufwerfen können und somit bestimmte Hilfeleistungen erfordern. Die Themen können alle Bereiche des Lebens tangieren und sich von der Technik über das Berufsleben bis hin zur Medizin erstrecken. „Ratgebersendungen verstehen sich als Mittler zwischen den Zuschauern und den Fachleuten, etwa aus der Medizin, der Jurisprudenz oder den Verbraucherschutzorganisationen, ..., den Weg zum Experten kann eine Ratgebersendung jedoch nicht ersetzen.“³

Die Aufgabe von Ratgeberangeboten ist es, nicht nur gezielten Rat auf gezielte Fragen zu geben, sondern den Zuschauer für wichtigen Rat zu

² Mohl 1997; S.365

³ Neira 1998; S. 93

interessieren, zu motivieren und zu aktivieren.⁴ Dabei sollte man Ratgebersendungen in sachbezogene Serviceprogramme, Erklärstücke aus aktuellem Anlass und solche Sendungen unterteilen, die soziale Lebenshilfe und Orientierung vermitteln wollen.⁵ Kurz zusammengefasst kann man also sagen, dass Ratgebersendungen im Sinne des Nutzwertjournalismus' einen gewissen Dienst am Zuschauer leisten müssen. Sie sollen dem Zuschauer in allen Lebenslagen mit Rat und Tat zur Seite stehen, Orientierung vermitteln und somit konkrete Lebenshilfe leisten. So direkt wurde dies auch vom ARD-Wirtschaftsmagazin „Plusminus“ formuliert, das sich als Anwalt des Verbrauchers versteht: „Aus gutem Grund: Täglich wird der Alltag komplexer, werden Entscheidungen schwieriger, werden neue Fallstricke ausgelegt mit dem Ziel, uns das Geld aus der Tasche zu ziehen.“⁶ Indem Ratgebersendungen individuelle Lebenslagen ihrer Rezipienten zum Ausgangspunkt ihrer Themen machen, sind Ratgeber gleichzeitig besonders zuverlässige Träger einer engen Medien-Rezipienten-Bindung.⁷ Diese besondere Medien-Rezipienten-Bindung soll im späteren Vergleich ausführlicher beleuchtet werden.

Wenn man das Ratgeberangebot im Fernsehen der Bundesrepublik Deutschland betrachtet, fällt auf, dass Ratgebersendungen fast nur in den Dritten Programmen der ARD-Fernsehsender und somit an weniger attraktiven Sendeplätzen zu finden waren bzw. sind. Inhaltlich dominieren zwar Gesundheitstipps und Reisejournale.⁸ Jedoch werden auch andere Bereiche des Alltags behandelt. Wenn man allein den ARD-Ratgeber betrachtet, reicht die Palette der behandelten Themen von Recht über Gesundheit bis hin zu Technik. Das Angebot von Ratgebersendungen wirkt somit zwar außerordentlich vielfältig und reichhaltig, steht für Ratgebersendungen viel Zeit zur Verfügung. Auf den zweiten Blick spielen Ratgebersendungen jedoch nur kleinere Nebenrollen, da viele Sendungen

4 Mohl 1997; S.371

5 Blaes/Heussen 1997; S. 203

6 Prüfig 2001; S.105

7 Neumann-Bechstein 1994; S. 243

8 Blaes/Heussen 1997; S. 200

durch ungünstige Platzierungen im Nachmittags- oder Vorabendprogramm keine optimalen Erfolgsbedingungen vorfinden.⁹ Diese Bilanz zieht Hans Mohl in seiner Betrachtung von Ratgebersendungen im deutschen Fernsehen. Fraglich ist jedoch, ob der von ihm bemängelte Erfolg von Ratgebersendungen ausschließlich darauf zurückzuführen ist, dass die Sendungen falsch platziert sind. Vielmehr muss man doch auch den Aspekt betrachten, dass Ratgebersendungen in der Gunst des Publikums nicht mehr so hoch angesiedelt sind wie sie es einmal waren. „Gerade die soziale Schicht des Publikums, der man glaubte, mit speziellen Serviceprogrammen besonders wirksam helfen zu können, nutzt das Fernsehen fast nur noch als Unterhaltungsmedium.“¹⁰ Trotzdem sind Ratgebersendungen aus der deutschen Fernsehlandschaft nicht wegzudenken und verdienen demzufolge eine spezielle Betrachtung, die auf den nachfolgenden Seiten mit der Geschichte dieser Sendungen begonnen werden soll.

3. Geschichte der Ratgebersendungen

Auf den folgenden Seite möchte ich einen kurzen geschichtlichen Abriss zu Ratgebersendungen im deutschen Fernsehen geben. Da sich die Entwicklung in der Bundesrepublik Deutschland und in der Deutschen Demokratischen Republik sehr unterschiedlich vollzogen hat, soll diesem Aspekt mit einer gesonderten Betrachtung Rechnung getragen werden.

3.1. In der DDR

Das in den 50-er Jahren gestartete offizielle Versuchsprogramm des Fernsehens in der Deutschen Demokratischen Republik bot in Sachen Ratgebersendungen bereits zu Beginn eine Besonderheit. Am 4. Dezember 1956 wurde der erste Fernsehratgeber für Frauen ausgestrahlt. Der Titel der Sendung lautete „Fergesteckt - zu Haus' genäht" und sollte einem

⁹ Mohl 1997; S.375

¹⁰ Blaes/Heussen 1997; S. 201

Programmhinweis zufolge „jeder Berlinerin die Möglichkeit geben, als Gewinnerin vor dem Fernsehschirm zu erscheinen, um sich ein Kleid zuzuschneiden und nach Maß stecken zu lassen“¹¹. Es wurden mit dieser Sendung ausschließlich die Berliner Frauen angesprochen, weil das Fernsehversuchsprogramm in den Anfangsjahren nur in Berlin zu empfangen war. Schon bald musste sich diese Sendung den Sendeplatz im vierzehntägigen Wechsel mit einem weiteren Ratgeber für Frauen teilen, der „Sendung für die Frau“. Die Themen erstreckten sich von Mode und Kosmetik über ärztliche Ratschläge und Erziehungsfragen bis hin zu Ratschlägen für Wohnung, Haus und Garten und die Gleichberechtigung der Frau in Ehe, Beruf und Gesellschaft.¹² Die in der „Sendung für die Frau“ behandelten Themenkomplexe , entwickelten sich zum Ende der 50-er Jahre zu eigenständigen Ratgebersendungen. Als Beispiele seien hier „Gesundheit für alle“ und die Reihe „Pädagogik“ genannt. Mit den neuen Ratgebersendungen nahm nicht nur die Themenvielfalt der Sendungen zu, die eine thematische und zielgruppenbezogene Spezialisierung einschloss, sondern es setzte sich allmählich die magazin förmige Gestaltung der Ratgeberreihen durch.¹³

In den 60-er Jahren erlebten die Ratgebersendungen im deutschen Fernsehfunk einen regelrechten Boom. Innerhalb dieses Jahrzehnts wurden insgesamt 15 Sendereihen mit Ratgeberfunktion neu ins Programm aufgenommen.¹⁴ Zahlreiche neue Sendungen wurden jedoch bereits nach kurzer Zeit wieder eingestellt. Allerdings ist trotzdem unverkennbar, dass mit der zunehmenden Verbreitung des Fernsehens in der DDR die Möglichkeit genutzt wurde, beratend und lenkend auf den Zuschauer einzuwirken. Und auch in den 60-er Jahren waren wiederum Frauen die bevorzugte Zielgruppe von Ratgebersendungen.¹⁵

In den 60-er Jahren wurde auch eine sehr erfolgreiche Ratgebersendung gestartet, die trotz ihrer erzieherischen Ausrichtung großen Anklang fand

11 Rosenstein 1998; S. 383

12 Rosenstein 1998; S. 384

13 Rosenstein 1998; S. 384

14 Rosenstein 1998; S. 386

15 Rosenstein 1998; S. 386

und deshalb in den 70-er Jahren fortgeführt wurde. Es handelt sich hierbei um das „Verkehrsmagazin“, das dem Autofahrer mit Tipps zur Handhabung, Pflege und Reparatur von Fahrzeugen sowie mit verkehrserzieherischen Anliegen zur Seite stand.¹⁶

In den 70-er Jahren konnte im Fernsehen der DDR eine regelrechte Expansion und Profilierung der Ratgebersendungen verzeichnet werden. Grund dafür war eine durchgeführte Zuschauerbefragung, die unter anderem die Lebens- und Fernsehgewohnheiten der DDR-Bevölkerung und ihre Programm Präferenzen erforschen sollte. Die Befragung ergab nicht nur, dass medizinische Ratschläge und die Verkehrserziehung in Sachen Ratgeber auf den ersten Plätzen landeten, sondern auch noch, dass die Zuschauer die Ausstrahlung von Ratgebersendungen zwischen 18 und 20 Uhr wünschten. „Diese programmzeitlichen Wünsche führten dazu, dass Ratgebersendungen einen gut auffindbaren Platz auf der 19-Uhr-Programm-Achse erhielten, die im Zuge der Programmreform Anfang 1972 eingerichtet wurde und das Abendprogramm einleitete.“¹⁷ Eine der erfolgreichsten Ratgebersendungen, die Anfang der 70-er Jahre gestartet und auf der 19-Uhr-Programm-Achse ausgestrahlt wurde, ist das Gesundheitsmagazin „Visite“, das sich auch nach der Auflösung des Deutschen Fernsehfunks Ende 1991 behaupten konnte. Auch die erfolgreichste und meistgesehene Ratgebersendung im DDR-Fernsehen wurde in den 70-er Jahren gestartet. Genau am 24. Februar 1972 erschien Prof. Dr. Friedrich Karl Kaul mit seiner Sendereihe zum Thema Rechtsberatung „Fragen Sie Prof. Kaul“ auf dem Bildschirm. In der Sendung wurden in zwei Spielszenen zwei Rechtsfälle dargestellt. Nach diesen Spielszenen erläuterte Prof. Kaul die Rechtslage, danach wurden noch einige Zuschauerbriefe beantwortet.¹⁸ Nach dem Tod von Prof. Kaul wurde die beliebte Ratgeberreihe in den 80-er Jahren unter dem Titel „Alles, was Recht ist“ mit Dr. Friedrich Wolff fortgeführt.

¹⁶ Rosenstein 1998; S. 387

¹⁷ Rosenstein 1998; S. 390

¹⁸ Rosenstein 1998; S. 393

In den 80-er Jahren wurde das Ratgeberprogramm noch einmal erweitert, außerdem sollten neue Gestaltungsideen die Attraktivität der eingeführten Sendereihen weiter steigern. So wurde beispielsweise die Ratbersendung „Du und Dein Garten“ ab 1985 vierzehntägig ausgestrahlt, um den Aktualitätsgrad der Themen und damit den Gebrauchswert der gegebenen Ratschläge zu steigern.¹⁹ Allerdings wurden gerade in den 80-er Jahren die Ratbersendungen kritisch unter die Lupe genommen. Zu „brav und artig“ seien die Sendungen, die immer nach dem gleichen Strickmuster abliefen. Das jedenfalls bemängelten die Kritiker.²⁰ Allerdings belegen die Zuschauerzahlen, dass die Rezipienten der Ratbersendungen in der DDR dies ein wenig anders sahen. Im Dezember 1989 erreichte „Du und Dein Garten“ eine Einschaltquote von 27,1 % und das Gesundheitsmagazin „Visite“ wollten 22,6 % der Zuschauer sehen.²¹

Zusammenfassend kann also festgestellt werden, dass sich die Ratbersendungen im Fernsehen der DDR einer sehr großen Beliebtheit erfreuten und sie sich auch noch während und teilweise nach der Wende der Zuschauergunst sicher sein konnten.

3.2. In der BRD

Nicht ausreichend war das Ratberangebot in den ersten Jahren des Fernsehens in Deutschland. In der ersten Programmwoche 1953 sind nur zwei Sendungen aufgeführt, die man als Ratbersendungen einstufen kann: eine medizinische Sendung „Der Doktor hat Ihnen etwas zu sagen“ und eine sportliche Sendung mit Ski-Unterricht unter dem Titel „Die Runde Sport“.²² Allerdings sollte diese Tatsache unter dem Aspekt gesehen werden, dass das Fernsehprogramm in der BRD erst am 25. Dezember 1952 nur vor einigen hundert, bestenfalls einigen tausend Zuschauern gestartet wurde (Ursache: die ersten 5000 produzierten Fernseher waren

¹⁹ Rosenstein 1998; S. 396 f.

²⁰ Rosenstein 1998; S. 401

²¹ Rosenstein 1998; S. 402

²² Mohl 1997; S. 366

noch längst nicht alle verkauft). Und auch die Sendezeit beschränkte sich anfangs nur auf wenige Stunden am Abend. Erst mit wachsenden Sendezeiten nahm auch das Ratgeberangebot zu.²³

Die älteste Ratgeberreihe im deutschen Fernsehen war das vom Südwestfunk produzierte „Rasthaus - Berichte und Gespräche über aktuelle Verkehrsfragen“ und flimmerte am 15. November 1961 zum ersten Mal über den Bildschirm. 1975 wurde die Sendung dann in die Reihe der ARD-Ratgeber integriert.

In den 60-er Jahren spielte die Ratgebersendung im Fernsehen der Bundesrepublik Deutschland nur eine untergeordnete Rolle. Zwar existierten bereits Sendungen wie „Tips für Fotofreunde“, „Was willst du werden“ und „Meine Groschen - Deine Groschen“, doch waren Ratgeber eher die Seltenheit. Vielmehr wurde von den Programmverantwortlichen in dieser Zeit auf Unterhaltung, Film und Sport gesetzt. „Solange die ARD ein einziges Fernsehprogramm anbieten konnte, war gerade auf dem Informationssektor das Angebot eher zufällig, Diese Situation änderte sich schlagartig durch die Einführung des II. Programms ZDF am 1. April 1963.“²⁴ Das ZDF startete bereits im Januar 1964 mit dem „Gesundheitsmagazin Praxis“ und „Vorsicht Falle“ seine ersten ratgeberorientierten Sendereihen, die auch noch im Abendprogramm ausgestrahlt wurden. Diesen Sendereihen folgten im Laufe der Jahre zahlreiche weitere sogenannte Fachmagazine mit Ratgeberaufgaben. Dieses umfassende ZDF-Angebot an Ratgebersendungen führte Anfang der 70-er Jahre dazu, dass die ARD als Konkurrenzantwort darauf die Reihe der „ARD-Ratgeber“ einführte. In diesen Sendungen wurden zahlreiche Sachgebiete wie Technik, Gesundheit, Beruf und Schule behandelt.²⁵

Eine weitere Änderung der Angebotssituation von Ratgebersendungen brachte die Einführung und der Ausbau der III. Fernsehprogramme mit sich. „Jetzt war Sendezeit mit einem Male nicht mehr Mangelware; jetzt

²³ Mohl 1997; S. 366

²⁴ Mohl 1997; S. 366

²⁵ Mohl 1997; S.369

schlug die große Sendezeitstunde für Ratgeber, ... ; jetzt stand Sendezeit für jedes Fachgebiet zur Verfügung."26 Mit dem Ausbau der III. Programme wurde es der ARD möglich, nicht nur alle Ratgeber mit Ausnahme der späteren ARD-Ratgeber Gesundheit/Recht/Geld/Technik/Reise in die Dritten Kanäle zu verlegen, sondern auch das gesamte Ratgeberangebot zu erweitern. Inzwischen gibt es kaum ein Drittes Programm, das nicht die gesamte Themenbreite der Ratgeber durch Eigenproduktionen abdeckt.27

In den 80-er Jahren hat sich in Sachen Ratbersendungen bei den Öffentlich-Rechtlichen thematisch wenig verändert. „Noch immer geht es hauptsächlich um die „trockeneren“ Themen wie Finanzen, Technik, Recht oder Medizin."28

Auf das Angebot der privaten Fernsehsender möchte ich an dieser Stelle nicht eingehen, da ich in dieser Hausarbeit auf die Unterschiedlichkeit von Ratbersendungen und die damit verbundenen Ursachen im Fernsehen der BRD und der DDR eingehen werde. Zum Zeitpunkt der Existenz beider deutscher Staaten steckte das Privatfernsehen noch in den „Kinderschuhen" und hatte außer Reisemagazinen mit geringem Ratgeberanteil, die eher dem Unterhaltungs- als dem Informationsbereich zuzuordnen sind, keine Ratbersendungen im Programm.29

4. Vergleich

Wenn man den geschichtlichen Abriss von Ratbersendungen in der DDR und der BRD betrachtet, wird bereits in den Anfangstagen ein großer Unterschied deutlich: Während die Programmverantwortlichen im Westteil Deutschlands in ihren ersten Ratbersendungen auf massenkompatible Themen (Medizin und Ski-Unterricht) gesetzt haben, waren die ersten Ratbersendungen im Osten auf eine bestimmte Zielgruppe zugeschnitten, nämlich auf Frauen. Warum gerade Frauen als eine sehr

26 Mohl 1997; S. 370

27 Neumann-Bechstein 1994; S. 254

28 Arnu 1999; S. 54

29 Neumann-Bechstein 1994; S. 259

wichtige Zielgruppe angesehen wurden, hat seinen Ursprung in dem Rollenverständnis der Frau in der sozialistischen Gesellschaft. „Die Rolle der Frau bei der Durchsetzung der anvisierten sozialistischen Lebensweise wurde hoch eingeschätzt; Frauen waren aber auch von Fragen, die die Erziehung, den Haushalt, die Gesundheit, den Einkauf anbelangten und von den Schwierigkeiten des DDR-Alltags besonders betroffen.“³⁰ Die Frauen waren also in der DDR einer Doppelbelastung ausgesetzt, nämlich Beruf und Familie, während die meisten Frauen in der BRD sich vorwiegend um die familiären Belange kümmerten und kaum einer Vollzeitbeschäftigung nachgingen. Aus diesem Grund war es besonders wichtig, den Frauen in der DDR eine gewisse Lebenshilfe durch Ratgebersendungen zur Seite zu stellen. Den Themen der Sendungen „Frauen - Magazin“ bzw. der „Sendung für die Frau“ ist zu entnehmen, dass die Sendereihe einerseits Informationen und Ratschläge zur Bewältigung eines konventionellen Hausfrau- und Mutter-Daseins vermittelte, andererseits aber auch versuchte, etwas zu einem neuen Selbstverständnis der Frau in der sozialistischen Gesellschaft beizutragen.³¹ Die Frau wurde in der DDR als wichtige Stütze der sozialistischen Gesellschaft angesehen und sollte deshalb so gut wie möglich unterstützt werden, deshalb waren Frauen auch in den 60-er Jahren weiterhin die bevorzugte Zielgruppe von Ratgebersendungen. Ein weiterer Unterschied zwischen Ratgebersendungen in der DDR und der BRD wird erkennbar, wenn man die Themenpalette der Ratgebersendungen genauer betrachtet. Zwar erfreuten sich Themen zu Gesundheits- und Straßenverkehrsfragen in beiden Teilen Deutschlands besonderer Beliebtheit, jedoch wurden im Fernsehen der DDR auch Themen behandelt, die in der BRD keine Rolle spielten. So gab es in den 60-er Jahren eine ganze Reihe von Ratgebersendungen mit Tipps zum Kochen, zum Einkaufen und zur Haushaltsführung. „Auf diese Weise wurde versucht, Versorgungsprobleme abzumildern, verfügbare Ressourcen

30 Rosenstein 1998; S. 386

31 Rosenstein 1998; S. 384

besser zu nutzen und das Verbraucherverhalten zu beeinflussen."³² Der Zuschauer sollte so Tipps erhalten, mit der bestehenden Mangelwirtschaft, die natürlich nie beim Namen genannt wurde, besser umgehen zu können. Da es in der Bundesrepublik keine Versorgungsprobleme gab, ist es verständlich, dass derartige Themen für Ratgebersendungen keine Rolle spielten. Inwieweit individuelle und wirtschaftspolitische Interessen in Ratgebersendungen in der DDR ineinander griffen, lässt sich auch konkret an der sehr erfolgreichen Sendereihe „Du und Dein Garten“ verdeutlichen, denn das Ratgebermagazin war zu einem erheblichen Teil darauf ausgerichtet, die Produktion der Kleingartenwirtschaft zu steigern. „Dieser volkswirtschaftliche Aspekt war zum einen daran abzulesen, dass die Reihe von der Redaktion „Agrarpolitik“ betreut wurde, zum anderen an der Kooperation mit der VKSK, dem Verband der Kleingärtner, Siedler und Kleintierzüchter und den Instituten der Akademie der Landwirtschaftswissenschaften in der DDR.“³³

Es ist aus meiner Sicht nicht erkennbar, dass in Ratgebersendungen der BRD Themen behandelt wurden, die in direktem Zusammenhang zur Staatsform bzw. landespezifischen Möglichkeiten standen. Einen Ansatz könnte man jedoch in Sendungen wie „Meine Groschen - Deine Groschen“ oder dem „ARD-Ratgeber Geld“ sehen, die sich damit beschäftigten, dem Zuschauer Tipps in Sachen Geldanlagen zu geben. In der DDR wurde dieses spezielle Thema dagegen nicht beleuchtet, da es in der Gesellschaftsform keine Rolle einnahm.

Anhand der Themenauswahl ist also erkennbar, dass es zwar Themen gab, die in beiden deutschen Staaten mit der gleichen Aufmerksamkeit behandelt wurden, dass es allerdings auch Ratgebersendungen zu Themen gab, die nur in dem jeweiligen Land eine Rolle spielten. Die Anzahl derartiger Sendungen war in der DDR weitaus höher als in der BRD.

Eine erkennbare Gemeinsamkeit von Ratgebersendungen in der DDR und der BRD ist darin zu sehen, dass durch Ratgebersendungen eine starke Medien-Rezipienten-Bindung hervorgerufen wird. In beiden Teilen

³² Rosenstein 1998; S. 386

³³ Rosenstein 1998; S. 386

Deutschlands war man sich dieser Bindung bewusst, nutzte und verstärkte sie. „Lebenshilfe in den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern stellte sehr früh einen wichtigen Bestandteil der Publikumsbindung dar, zog eine entsprechende Imageprägung nach sich und trug zudem wesentlich zur Legitimation des Mediums bei.“³⁴ Es wurde also frühzeitig erkannt, dass man mit einem verstärkten Service- bzw. Ratgeberangebot ein breites Publikum erreicht, und dieses auch langfristig als Zuschauer an die Sendung binden kann, wenn ein umfassendes Serviceangebot beibehalten wird. Sendungen, bei denen Personen sozusagen vor laufender Kamera geholfen wird, sind nicht nur für den Zuschauer nützlich, der sich in einer ähnlichen Notlage befindet, sondern auch für den Programmveranstalter selbst, denn hier ist die Wirkung der Sendung direkt am Erfolg ablesbar.³⁵ Allerdings erfolgte die Zuschauerbindung in beiden deutschen Staaten aus unterschiedlichen Intentionen heraus. Während man im Westteil Deutschlands vorwiegend darauf bedacht war, die Einschaltquote so hoch wie möglich zu halten, hatten die Programmverantwortlichen im Ostteil vielmehr die Tatsache im Blick, die DDR-Zuschauer vom Konsum des „Westfernsehens“ abzuhalten. „Der Zuschauernähe und der „Massenwirksamkeit“ von Ratbersendungen wurde im Fernsehen der DDR besonders angesichts des Konkurrenzfaktors „Westfernsehen“ immer größeres Gewicht beigemessen.“³⁶ Mit einem großen Angebot an Ratbersendungen, die sich in der DDR großer Beliebtheit erfreuten, sollten also die Zuschauer bewogen werden, ihrem DDR-Fernsehen die Treue zu halten. Allerdings sollten Ratbersendungen in der DDR noch einen weiteren Zweck erfüllen: Durch das unmittelbare Anknüpfen an elementare Interessen und Informationsbedürfnisse großer Zuschauergruppen bei guter journalistischer Gestaltung konnten diese Sendungen wesentlich zum Wohlbefinden der Zuschauer im Sozialismus beitragen.³⁷ „Über den Wert der vielgesehenen Ratbersendungen für

34 Neumann-Bechstein 1994; S. 254
35 Blaes/Heussen 1997; S. 204
36 Rosenstein 1998; S. 397
37 Rosenstein 1998; S. 390

das individuelle Alltagsleben, für nachbarschaftliche Hilfe etc. war sich die Kulturwissenschaft denn auch stets bewusst."³⁸

Kurz zusammengefasst kann man also sagen, dass die Medien-Rezipienten-Bindung in Sachen Ratgebersendungen zwar in beiden deutschen Staaten stark ausgeprägt war, sie jedoch aus verschiedenen Beweggründen erhalten bzw. ausgebaut wurde.

5. Zusammenfassung

Der auf den vorangegangenen Seiten angestellte Vergleich zwischen Ratgebersendungen in der DDR und der BRD zum Zeitpunkt der Existenz beider deutscher Staaten erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit. Vielmehr habe ich mich in diesem Vergleich auf drei elementare Punkte beschränkt, die meiner Ansicht nach einen ersten konkreten Einblick in Gemeinsamkeiten und Unterschiede dieser Sendungen in dem jeweiligen Land geben. So wurden die Themenpalette, die unterschiedlichen Zielgruppen und die Medien-Rezipienten-Bindung von Ratgebersendungen näher beleuchtet.

Zusammengefasst kann man sagen, dass sich Ratgebersendungen sowohl in der DDR als auch in der BRD großer Beliebtheit erfreuten, obwohl sie sich stark unterschieden. Wie schon ausgeführt, war bereits die Themenpalette sehr unterschiedlich, genau wie die Zielgruppen. Gemeinsamkeiten fanden sich in der Publikumsbindung von Ratgebersendungen. Dazu muss man allerdings sagen, dass diese Gemeinsamkeiten jedoch auf unterschiedlichen Ursachen beruhten. Und genau darin liegt meines Erachtens nach der wichtigste Punkt. Ratgebersendungen in der DDR können und dürfen nicht wie beispielsweise Ratgebersendungen in der BRD isoliert betrachtet werden, sondern müssen grundsätzlich im Zusammenhang mit der Staatsform und der somit erwünschten Lebensweise bzw. der Situation der Bürger gesehen werden. Viele Ursachen, warum und wie Ratgebersendungen

³⁸ Kuhlmann 1997; S. 68

genau so und nicht anders in der DDR funktionierten und wie sie gesteuert wurden, ergibt sich nur aus diesem Zusammenhang.

Allgemein kann für beide deutschen Staaten zusammengefasst werden, dass Ratgebersendungen von jeher hoch in der Zuschauergunst standen, weil durch sie der Alltag der Menschen einfacher gemacht wurde und sie Hilfestellungen in problematischen Situationen gaben bzw. geben.

Außerdem können sie durch das bereitgestellte Serviceangebot das Leben der Zuschauer vereinfachen. Das heißt jedoch nicht, dass jede Ratgebersendung erfolgreich ist, denn wie überall im Verbraucheralltag weiß inzwischen auch der Fernsehkunde: Auf den Service kommt es an. Der macht den Unterschied und den Erfolg!³⁹

³⁹ Müller 1999; S. 154

6. Quellenverzeichnis

Arnu, Titus: Der belehrte Zuschauer. In: Programmbericht zur Lage und Entwicklung des Fernsehens in Deutschland. Hrsg. von der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland. Berlin 1999

Blaes, Ruth / Heussen, Gregor Alexander (Hg.): ABC des Fernsehens. Konstanz. UVK Medien 1997

Kuhlmann, Michael: Massenmedien und Kommunikation. Fernsehen in der DDR. Siegen 1997

Mohl, Hans: Hobbytips und Lebenshilfe. Ratgebersendungen in den Fernsehprogrammen: In: Fernsehsendungen und ihre Formen, Typologie, Geschichte und Kritik des Programms in der Bundesrepublik Deutschland. Hrsg. Kreuzer, Helmut/ Prümm, Karl. Stuttgart 1997

Müller, Katrin: Mit gutem Rat und Susanne ins nächste Jahr(tausend), Auf den Service kommt es an. In: ZDF Jahrbuch 1999

Neira, Evelyn: Expertenrat gefragt. Ratgeber- und Servicesendungen in den Fernsehprogrammen der ARD. In ARD Jahrbuch 1998

Neumann-Bechstein, Wolfgang: Lebenshilfe durch Fernsehratgeber. Verhaltenssteuerung - Verkaufshilfe - Biographieplanung. In: Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland. Unterhaltung, Werbung und Zielgruppenprogramme. Band 4. Hrsg. Erlinger, Hans-Dieter/Foltin, Hans-Dietrich. München 1994

Prüfig, Katrin: Zwischen Börsenhype und Very Old Economy, Wirtschaftssendungen im Fernsehen der ARD. In: ARD Jahrbuch 2001

Rosenstein, Doris: Zuschauer als Partner. Ratgebersendungen im DDR-Fernsehen. In: Zwischen Service und Propaganda. Band 50/51. Hrsg. Heintze, Helmut/Krentz, Anja. Berlin 1998