

TV-KONZEPT **FAMILY COACH**



Dr. Martina Leibovici-Mühlberger, M.Sc.
Oliver Svec, MBA

1. Einleitung

Der Themenkreis „Familie & Erziehung“ beinhaltet viele der brennenden und breitesten Fragen unserer Zeit. Völlig neuartige Jugendkulturen treffen in großer Vielfalt auf eine globalisierte Technologie- und Medienwelt - unter dem Druck eines veränderter Arbeitsmarkt versuchen Eltern „trotzdem alles richtig zu machen“. Jeder Mensch ist in den verschiedenen Phasen seines Lebens aus wechselnden Perspektiven mit dem System „Familie“ konfrontiert - zahlreiche Produkte in den verschiedensten Mediengattungen adressieren diesen Themenkomplex mit großem Erfolg.

Die auf diesen Bereich spezialisierten TV-Formate unserer Zeit setzen vor allem auf die erprobte, voyeuristische Dramaturgie des Reality-Format-Genres. Die erhöhte Sorgfaltspflicht von Medienunternehmen im Umgang mit der jungen Generation wird dabei jedoch grob vernachlässigt und hat zahlreiche Kinderschutz-Organisationen zu verhältnismäßig lautstarken Protesten bewegt:

„Der große Erfolg der Erstaussstrahlung der „Super Nanny“ am 19.09.2004, der RTL knappe 5 Millionen Zuschauer bescherte, zeigt, dass es auf Seiten von Müttern und Vätern ein großes Bedürfnis nach Unterstützung und Hinweisen für den Erziehungsalltag mit ihren Kindern gibt. Diesen Bedarf bei Eltern durch die Medien aufzugreifen, ist grundsätzlich ein zu begrüßendes Unterfangen. Die Serie „Die Super Nanny“ wird jedoch weder in ihrer Form noch in ihren Inhalten diesem Anspruch unter Beachtung der Kinderrechte und der Menschenwürde gerecht. Kindererziehung stellt in der modernen Gesellschaft die Eltern vor hohe Anforderungen. Pluralisierung von Lebensstilen und Werten und Normen, rasante technische und wirtschaftliche Veränderungen, der Wegfall traditioneller Netzwerke, weniger Kinder etc. sind einige der Aspekte, die maßgeblichen Einfluss auf die Erziehung haben und die Anforderungen an Eltern steigen lassen. Diese Entwicklungen lassen sich nicht mit einfachen Lösungen beantworten, sollen die Kinder verantwortungsbewusste Gestalter und Mitglieder der Gesellschaft von morgen sein.“ (Auszug aus der Stellungnahme des Deutschen Kinderschutzbundes zur Realityserie „Die Super Nanny“ bei RTL)

Neben medien-ethischen Aspekten stellt sich auch die Frage des langfristigen Erfolgs derartiger Formate - ob die Zurschaustellung der Konflikteskalation in vorzugsweise niedrigen sozialen Schichten das tatsächlich an diesem Thema interessierte Publikum dauerhaft bindet, stellt z. B. eine Studie der Universität Wien in Frage:

„Nach den empirischen Datenbefunden ist das Bild vom sensationsgierigen Sozialvoyeur, der sich beim Anschauen von Super-Nanny-Sendungen am skandalträchtigen Treiben in den nachbarlichen Kinderzimmern ergötzt, nachweislich falsch. Zuschauer und Zuschauerinnen des Nanny TV sind vielmehr mehrheitlich sensationsabgewandte, einfühlsame und auf die Gewinnungen von Informationen ausgerichtete Sehertypen. Viele ZuschauerInnen wollen sich zwar auch unterhalten lassen, legen aber größten Wert darauf, Bezüge zu ihrer eigenen Alltagswirklichkeit herzustellen und, sei es zustimmend, sei es abgrenzend einen Orientierungsgewinn für das eigene Leben abzuleiten.“ (Auszug aus der Studie „Super Nannys und ihr Publikum“, durchgeführt von Prof. Dr. Jürgen Grimm an der Fakultät für Sozialwissenschaft der Universität Wien).

Aber wie kann dieses breitenwirksame Thema mit entsprechender Sorgfalt und hoher Zuschauerbindung für einen öffentlich-rechtlichen Sender umgesetzt werden?

Das Format „Family Coach“ wählt hierzu einen unüblichen Ansatz: eine fiktionale „Modell-Familie“ liefert in Form einer Kurz-Sitcom den emotionalen & inhaltlichen Ausgangspunkt für die anschließende Diskussion zwischen Betroffenen und Experten zum Thema der Woche.

2. Formatbeschreibung

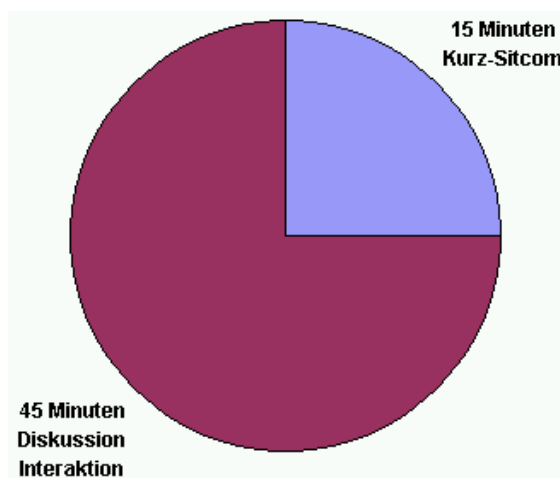
„Family Coach“ behandelt in jeder Ausgabe ein **gesellschaftlich brisantes Thema** aus dem Feld „Familie & Erziehung (z.B. Patchwork-Familien, Ess-Störungen, Videospiele, Scheidung, Handy-Videos, ...). Die insgesamt **60minütige** Sendung besteht aus 2 Teilen.

In den ersten **15 Minuten** wird die zentrale Fragestellung der Sendung am Beispiel der **Familie Kohtsch** thematisiert. Diese Familie ist eine **fiktionale Modellfamilie**, die in einem **Sitcom-artig** gestalteten Zuspieldarstellung eine ereignisreiche Episode ihres Lebens mehr oder weniger erfolgreich meistert. Es handelt sich dabei um eine geskriptete Sitcom, die das Thema zwar **unterhaltsam**, aber dennoch **tiefsinnig und differenziert** aufbereitet. Stilistisch orientiert sich die Auflösung dabei an sogenannten „**Documentaries**“, das heißt auf einer Meta-Ebene des Zuspieldarstellers kommentieren die Protagonisten ihre Handlungen und Gedanken in die Fake-Reportage-Kamera.

Der große Vorteil dieser Sims-artigen Familie liegt in der beliebigen **Steuerbarkeit von Eskalationsgrad** und möglicher Übersteigerung von Konflikten **ohne reale Personen bloß zu stellen**. Dieser „**distanzierte**“ Zugang soll für ein Atmosphäre in der Diskussion sorgen, die eine Annäherung auch an extreme Tabuthemen ermöglicht. Da nicht alle Konflikte und Themen in der Familie Kohtsch selbst auftreten können, werden pro Episode auch einzelne **externe Personen** in den Plot involviert (Schul-Kollege, Großvater, Nachbar, Austausch-Studentin, ...), die den Sendungs-Konflikt dann in das Familien-System hineinragen - und dort von den Protagonisten bewältigt werden müssen.

Aufgrund der Kürze der Sitcom und des klar vorgegebenen Themas **wird auf eine B-Story verzichtet**. Allerdings wird in der Handlung pro Episode ein Zusatzelement verankert, das erst in der Auflösung am Schluss der Sendung eine Art **Abschluss-Wendung** liefert (im Idealfall bietet sie symbolisch eine zusätzliche Sichtweise zum Haupt-Thema an).

Der **1. Akt** der Sitcom etabliert entweder über ein Mitglied der Familie Kohtsch oder über eine Zusatz-Person der Episode den Grundkonflikt und dessen Rahmenbedingungen. Der **2. Akt** zeigt die Phase der Meinungsbildung und die sich daraus ableitenden **konfliktären Dialoge** der Protagonisten. Die Handlung spitzt sich dann zu, bis die einzelnen Figuren zu irreversiblen Aktionen gezwungen werden. In dieser Situation der **multiplen Entscheidungsdilemmas** wird auf den Diskussionsteil übergeleitet.



Die Diskussion erfolgt in **moderierter** Form. Zum jeweiligen Thema werden wechselnde Experten und Betroffene eingeladen, die das Thema aus verschiedenen Perspektiven vertiefen. Pro Sendung werden **4-6 Gäste** eingeladen, die am Sendungsbeginn bereits im Studio anwesend sind und vorgestellt werden.

Die Besetzung der Diskussionsrunde sollte einerseits eine **Perspektiven-Vielfalt** sicher stellen, andererseits durch die Mischung aus Betroffenen und Experten sowohl **emotionale als auch informationsbezogene Bedürfnisse der Zuschauer befriedigen**.

In der Diskussion soll die Situation der Familie Kohtsch als **anschaulicher Ausgangspunkt** dienen, die realen Situationen der Betroffenen sollen aber ebenso nicht zu kurz kommen wie „objektive“ Experten-Infos, und natürlich als „**Synthese**“ mögliche Handlungs- und Entscheidungsreferenzen („Bezug zur Alltagswirklichkeit“).

Als Abschluss der Sendung wird der 3. Akt der Sitcom gezeigt. Für diesen Teil gibt es 2 mögliche Varianten im Rahmen dieses Konzepts:

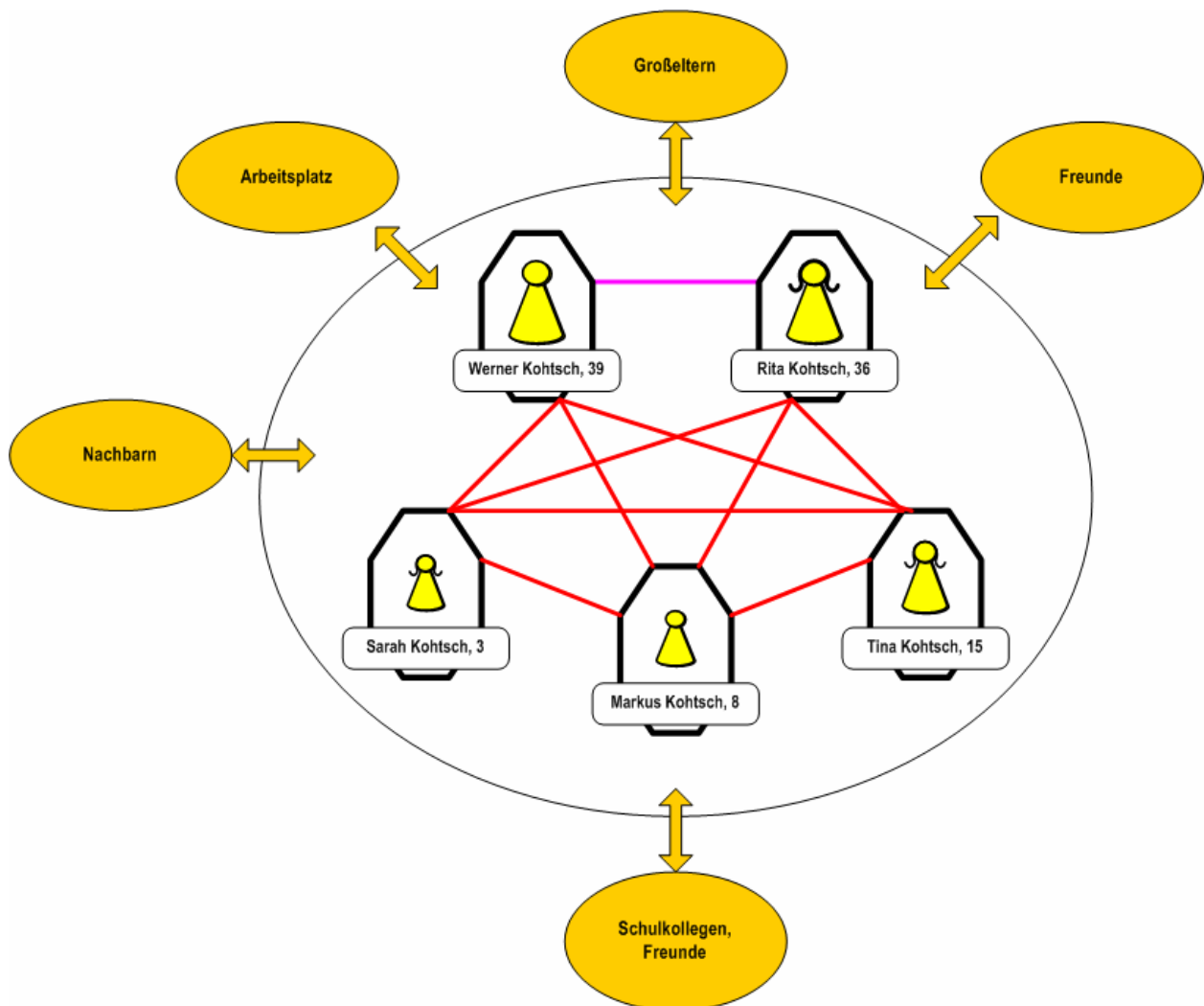
Voting

Wenn die Sendung als Live-Diskussion produziert wird, besteht die Möglichkeit von 2-3 alternativen Enden, die aus den Entscheidungen der Protagonisten resultieren. Diese Alternativen müssen selbstverständlich vorproduziert werden, ein Österreichweites Voting während der Diskussion entscheidet über das gezeigte Ende. Die Überraschung liegt dabei in Butterfly-Effect-artig ausgearbeiteten Sequenzen, die auch unerwartete Konsequenzen dieser Entscheidung zeigen.

Out-of-the-Box

Es wird nur eine Ende-Sequenz produziert - um nicht als „richtige“ Entscheidung missverstanden zu werden, zeigt diese eine „überraschende“ Entscheidung oder Handlung der Protagonisten die das Bild des Themas abrundet.

3. Familie Kohtsch



Wenn Werner Kohtsch - von seinen drei Kindern teilweise liebevoll, teilweise verächtlich „Papa“ genannt - über sein Einkommen spricht sagt er gerne „uns geht's gut - wir haben alles was wir brauchen...“. Jemand, der soweit von der Mehrheitsmeinung seiner Familie entfernt ist kann wohl kaum als Familienoberhaupt bezeichnet werden. Die Familie Kohtsch kann tatsächlich gut überleben - von ihren Wünschen ist sie aber scheinbar weiter entfernt als je zuvor.

Rita Kohtsch arbeitet freiberuflich - weil sie das schon immer wollte. Auch, weil es sich so ergeben hat.

Die drei Kinder der beiden leben in völlig unterschiedlichen Welten - jede davon ist auf eine andere Art für beide unverständlich. Seine Frau versteht Werner noch am besten - obwohl sie das massiv bestreiten würde.

4. Anhang

4.1. Vorbild Super Nanny

Wie erreicht man Problemfamilien? Experten und Bundestagsabgeordnete suchten gemeinsam nach Lösungen, wie man den Medieneinfluss auf Kinder steuern kann

<http://www.zeit.de/online/2006/42/problemfamilien>

© ZEIT online 19.10.2006 - 10:34 Uhr

Geladen hatte zu der Anhörung am Mittwoch der Kinderausschuss des Bundestages. Die Experten waren sich einig: Alle Informationen und Tipps zum sinnvollen Fernseh- und Internetkonsum sind vorhanden, der Jugendschutz in Deutschland ist gut geregelt. Nur: Wie erreicht man Familien, die sich für „pädagogisch wertvolle“ Internetangebote und für Elternabende nicht interessieren? Die gar mit ihren Kindern gemeinsam brutale Computerspiele wie Counterstrike spielen? Jene Familien, in denen die Dauerberieselung durch den Fernseher oft zum einzigen Freizeitprogramm gehört?

Nach Meinung von zwei Medienpädagoginnen und des Vertreters des ZDF liegt im Zugang zu diesen Familien das entscheidende Problem. Anspruchsvollere Zeitschriften oder Internet-Downloads, wie viele öffentliche Einrichtungen sie anbieten, erreichen ihre Zielgruppe nicht. Es mache „wenig Sinn, Aufklärungs-CDs bei Aldi auszulegen“, sagt die Medienpädagogin Hanne Walberg von der Uni Mainz. Der erzieherische Arbeitsaufwand sei für viele zu groß. Auch Fernsehanbieter zu mehr Verantwortung zu ziehen, wie dies die Abgeordnete Marlene Ruprecht (SPD) fordert, oder Qualitätssiegel für Computerspiele einzuführen, ein Vorschlag der Grünen-Abgeordneten Ekin Deligöz, stoßen bei den Medienexperten auf wenig Begeisterung.

Vielmehr, rät Sabine Eder von der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur GMK, sollten Institutionen eingebunden werden, die bereits das Vertrauen von solchen Problemfamilien genießen: Arztpraxen, Sportvereine, Schulen und Kindergärten. Mit Familienaktionen müssten Pädagogen das Vertrauen der Eltern gewinnen und sinnvolle Methoden der Medienerziehung vermitteln. Telefon-Hotlines sollen Hilfe anbieten.

Die Experten gehen sogar einen Schritt weiter: Programme wie die RTL-Sendung „Super Nanny“ über schwer erziehbare Kinder sollten als Vorbild dienen. Zwar sei dies eine „voyeuristische Show“, die die Persönlichkeitsrechte der dargestellten Kinder verletze. Ähnliche Sendungen mit Erziehungstipps könnten jedoch eben diese Familien erreichen, die ohnehin ganze Nachmittage vor dem Fernseher verbringen. Auch gängige Internet-Portale wie „YouTube“ könne man sich zu Eigen machen, um erzieherische Videos zu zeigen, schlägt der ZDF-Redakteur Thomas Waldner vor.

Schon früh sollen Kinder deshalb an Medien wie Internet und TV herangeführt werden – am besten bereits im Kindergarten. Doch die mediale Ausstattung von Schulen und Kindergärten in Deutschland sei „katastrophal.“ Auch hauptberufliche Erzieher sind in ihrer Rolle als Medienaufklärer überfordert. Viele Pädagogen arbeiteten in diesem Bereich ehrenamtlich. Der Grundtenor der Anhörung, wie auch in der laufenden Unterschicht-Debatte, lautet deswegen: Mehr Geld für Bildung.

4.2. Von Sigmund Freud zu den TV-Supernannys - verletzen TV-Supernannys die Intimsphäre?

<http://derstandard.at/?url=/?id=2488955>

21. Juni 2006, 19:14 MESZ, Von Christian Eigner

Verletzen TV-"Supernannys" die Intimsphäre oder lindern sie Leid? Die Psychoanalyse traf nun auf die TV-Erziehungswissenschaft. Seit Sigmund Freuds erster Kinderanalyse des "kleinen Hans" hat sich viel verändert.

Wien - Seit das erfolgreiche britische TV-Format "Supernannys" von deutschsprachigen Privatsendern importiert wurde, befassen sich auch österreichische Wissenschaftlerinnen mit der Erziehungsdoku. Zuletzt im Rahmen einer Wiener "Sigmund Freud Vorlesung" über Psychoanalyse.

Diese waren dem "kleinen Hans" gewidmet, jenem Fall, der heute als Freuds erster Versuch einer Kinderanalyse gilt. Um zu zeigen, wie modern Freud dachte, kontrastierte Psychoanalytikerin Karin J. Lebersorger sein Vorgehen mit dem der "Supernannys", die vor laufender Kamera in schwierigen Familien intervenieren. Lebersorger bemängelte, dass die medialen Erziehungsberaterinnen zwar erfolgreich seien, aber keinen umfassenden Verstehensprozess im Sinne Freuds einleiten. Also Eltern und Kinder über die Ursachen ihrer Probleme im Dunkeln lassen.

Das rief die Supernannys auf den Plan, konkret jene des österreichischen Privatsenders ATV, die sich unrechtmäßig attackiert fühlten. Auf Einladung des STANDARD trafen nun Lebersorger, die am Wiener Institut für Erziehungshilfe der psychoanalytisch orientierten Kindertherapie und Erziehungsberatung verpflichtet ist, und ATV-Supernanny Sandra E. Velásquez, die sich in ihrer Praxis an der Systemischen Therapie orientiert, in Wien zu einem Gedankenaustausch aufeinander.

Lebersorger kritisierte, dass es die Supernannys verabsäumen würden, eine gemeinsame Suche von Eltern und Kindern nach einem umfassenden Problemverständnis einzuleiten. Zudem würden Kinderrechte verletzt. Was Velásquez vehement bestritt: Sie und ihre Kollegin auf ATV hätten "immer wieder klargestellt, dass die Interventionen im Rahmen der Sendung nur ein Anfang sind".

Es sei selbstverständlich, dass es einer längeren Arbeit mit den Familien bedürfe "und dass es nach der Sendung weiterzugehen hat". Worum sie auch stets bemüht sei - und dementsprechend etwa für eine der im Fernsehen betreuten Familien auch einen geförderten Therapieplatz gesucht habe. Außerdem sei maximal eine temporäre Offenlegung der Privatsphäre der Kinder passiert - um diese vor Gewalt zu schützen.

Zwei Denkwelten

Zwar ist für beide klar, dass in Krisenfamilien, wie sie in der Supernanny-Sendung gezeigt werden, zuerst eine Deeskalierung und Stabilisierung erfolgen müsse, bevor ein Aufarbeiten der echten Hintergründe des bestehenden Konflikts beginnen kann. Doch während Lebersorger vor allem den nachfolgenden Verstehensprozess ins Zentrum rückt, fokussiert Velásquez auf die Deeskalierung und die damit verbundenen Interventionen. Mit dem Effekt, dass durch diese unterschiedlichen Gewichtung zwei verschiedene Denkwelten aufgehen. Zu denen auch noch zwei unterschiedliche Medien-Politiken gehören.

Da es für Velásquez wichtig ist, Gewalt an Kindern zu verhindern und die Basis für die "Entschärfung von Leidensstrukturen" zu schaffen, die durch innerfamiliäre Dynamiken entstehen, sieht sie die Sendung

"Supernannys" als Chance: Durch diese ließen sich auch Familien in einen Beratungsprozess locken, die von sonst nie eine Beratungsstelle aufgesucht hätten.

Und, noch wichtiger: Genau durch diese "Veröffentlichung" der Familie werde jene Reflexion in Gang gebracht, die zu einer Veränderung der problematischen familiären Strukturen führe. Was letztlich tagtäglich erlittenes Kinderleid, das genau durch die "Verborgenheit" der Familie entstanden ist, reduziere. Mag es daher auch eine "temporäre Offenlegung der Privatsphäre des Kindes" geben - für die Folgen, die sich ergeben, sei diese "in Kauf zu nehmen".

Voyeurismus im Spiel

Für Lebersorger dagegen ist das eine hoch problematische Herangehensweise: Mag sein, so ihr Gegenargument, dass damit Familien erreicht werden, die sonst in keine Beratungsstellen kämen, "dennoch passiert hier eine Verletzung, ja Opferung der Privatsphäre des Kindes", die wieder psychische Folgen haben könne. Für Lebersorger ist hier "vor allem Voyeurismus im Spiel, der Wunsch unserer Gesellschaft nach Bildern". Auch wenn sich Eltern in ihrer Not an die Öffentlichkeit wenden, hätten die Expertinnen die Pflicht, Kinder zu schützen.

Trotz aller Diskrepanzen sind sich die beiden aber doch in einem Punkt einig: dass Erziehung endlich öffentliches Thema geworden ist. Und sie hätten auch nichts dagegen, gäbe es ein neues Fernsehformat, das Erziehung auf moderne Weise thematisiere. (DER STANDARD, Printausgabe, 22.06.2006)

5. Themenliste

1. Scheidung & Patchwork-Familien: Wer hat wen wie lieb? Ein großes Bezugssystem mit vielen Mitspielern - komplex. Alle lieben dich aber keiner ist zuständig. Konsequenzen für alle Rollen. Geheimdienst Kinder. Partner strafen Partner über Kinder - Konsequenzen auch für Pubertierende.
2. Generationskonflikt Eltern <-> Großeltern - Wertekonflikte
3. Ess-Störungen - Übergewicht <-> Magersucht
4. Urlaub - Ab wann alleine? Freiheiten? Familienurlaub? Luxus - Schulden
5. Drogen/Alkohol - Konsum, Spaß, Sucht, Stress
6. Ausgehen - Autonomie - was ist OK?
7. Konsum: Werte <-> Selbstwert, Shopping, Stress, Status
8. Bulling - Mobbing unter Kindern/Jugendlichen - 4. Volksschule / 1. Gymnasium
9. Berufseinstieg - Mutter / Mütterlichkeit, weibliche Identität / Position in der Familie
10. Mutproben - Initiationsrituale, „Blind über die Straße gehen“, Hollywood-Cocktail
11. Jugendsexualität - frühzeitig, schlecht aufgeklärt, 10jährige Schwangere
12. Kindergarten: Wahl des Kindergartens - Passung? Eingewöhnung - Ideologie des Kindergartens? Öffnungszeiten - Regeln
13. Familienfeste - Weihnachten - Form & Inhalt, bedrohliches Szenario, „Leichen treiben an der Oberfläche“, Konfliktsubstrate
14. Schulleistung/Zeugnis: wie weit determinieren Noten das weitere Leben? Messdimensionen? Reich -> Glück -> Erfüllung?
15. Handy: Tarife, SMS, Kosten, regulative, Datenschutz
16. iPod & Handyclips: self-made-clips & Plattformen
17. Diebstahl - ein Hobby? Werte - Eigentum - Umgang mit Ressourcen. Sich-beschränken-können. Sofort-Mentalität.
18. Videospiele: Altersbegrenzungen. Orientierung - Informationsasymetrie.
19. Gewalt in der Familie
20. Mißbrauch
21. Multikulturalität / Religion
22. Todesfall in Familie - Trauer
23. Ausziehen - selbständig werden