



universität
wien

MAGISTERARBEIT

„INFOTAINMENT IM FERNSEHEN“ –

RATGEBERSENDUNGEN ZUM THEMA GESUNDE ERNÄHRUNG.

Eine Befragung von Rezipienten und Rezipientinnen.

BAKK. PHIL. KERSTIN KULOVITS

angestrebter akademischer Grad:

MAGISTRA DER PHILOSOPHIE

Wien, Jänner 2011

Studienkennzahl	a 0503478
Studennummer	066/841
Studienrichtung	Publizistik- und Kommunikationswissenschaften
Betreuerin	Frau Dr. Elizabeth Prommer

Danksagung

Hiermit möchte ich mich bei all jenen bedanken, die mir während des Studiums und des Schreibens der Abschlussarbeit mit Rat und Tat zur Seite gestanden haben.

Allen voran ist mein Freund Andreas zu nennen. Als Lebenspartner und auch bester Freund war er bei Schwierigkeiten erste Anlaufstelle. Er hat mich in jeder Lebenslage – bei Prüfungsstress, seelischen Notlagen, finanziellen Engpässen oder anderen Problemen - ertragen und unterstützt. Sein Glaube an mich und meine Fähigkeiten stärkten mein Selbstvertrauen und meinen Mut Neues und/oder Unbekanntes auszuprobieren. Ich möchte mich für all das, seinen unerschöpflichen Tatendrang und seine hilfsbereite Art bedanken.

Ich möchte mich auch bei meinen Eltern Karl und Ingrid sowie bei meinen beiden Schwestern Isabell und Michelle recht herzlich bedanken. Meine Familie ist für mich eine Säule ohne die ich nicht stehen könnte. Gemeinsam durchlebte Höhen und Tiefen haben unseren Zusammenhalt gestärkt. Ich schätze es sehr ein Daheim zu haben und ich weiß, dass diese Menschen immer für mich da sind.

Des weiteren ist ein Dank an Oma Agnes sowie Oma Veronika, Dieter, Gerd, Manuela und Leopold, Petra und Karl sowie Daniel und Sandro zu richten. Sie haben mich auf meinem Lebensweg stets begleitet. Ich hoffe auch die neuen Wege mit ihnen bestreiten zu können.

Einen ganz besonderen Dank möchte ich an meine kleine Nichte Leni und an meinen kleinen Cousin Jonas richten. Sie sind die Zwei, die mich am Wochenende alles vergessen lassen und mir den Alltag versüßen. Mit ihren verrückten Ideen und Zeichnungen können sie mir stets ein Lächeln aufs Gesicht zaubern.

Zuletzt sind auch noch Birgit, Katrin und Natascha zu erwähnen. Ich möchte mich für all jenes bedanken, das wir zusammen durchlebt haben. Ich habe viel von euch gelernt, vor allem mich selbst kennen gelernt. Ihr seid wunderbare Menschen.

Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG

1. Einleitung.....	1
1.1. Persönliches Forschungsinteresse	1
1.2. Erkenntnisinteresse	1
1.3. Aufbau der Arbeit.....	3
1.3.1. Theorieteil	3
1.3.2. Empirie.....	5
1.4. Kommunikationswissenschaftliches Interesse.....	6

THEORIETEIL

2. Forschungsstand.....	9
3. Entwicklung des Fernsehens	11
3.1. Das Duale Rundfunksystem: Einführung der Privatsender.....	12
3.2. Das Formatfernsehen	13
3.3. Aufkommen des Realitätsfernsehens	14
3.4. Reality TV.....	15
3.4.1. Erfolgreiches Reality-TV	18
4. Infotainment.....	21
4.1. Begriffe und Definitionen	21
4.2. Charakteristische Merkmale von Infotainmentsendungen	23
4.3. Entstehung von Sendungen mit Infotainmentcharakter in Österreich	24
4.4. Ratgebersendungen als Teil des Infotainments.....	25
4.4.1. Ratgeberjournalismus	25
4.4.2. Ursprung und Entwicklung des Ratgeberjournalismus.....	27
4.4.3. Vor- und Nachteile von Ratgebersendungen.....	27
4.5. Aufbau von Ratgeberformaten	28
4.5.1. Emotionale Darstellungsmittel.....	28

5. Ernährung in den Medien.....	33
5.1. Ratgeberformate zum Thema gesunde Ernährung.....	33
5.1.1. Sendungen mit Sasha Walleczek.....	33
5.1.2. „The Biggest Loser“	36
5.1.3. „Liebling, wir bringen die Kinder um“	37
5.1.4. „Abnehmen in Essen“	37
5.1.5. Ratgeberformate zum Thema gesunde Ernährung im ORF	38
5.2. Erfolg von Ratgebersendungen mit dem Thema gesunde Ernährung.....	39
5.3. Öffentlich-rechtliche Anbieter vs. private Sendeanstalten.....	39
5.3.1. Überlegungen: Ratgeberformate zum Thema gesunde Ernährung.....	40
5.4. Die Rolle der Medien bei der Vermittlung von gesunder Ernährung.	41
5.4.1. Funktionen der Massenmedien	41
6. Mediennutzungsforschung/ Medienwirkungsforschung.....	45
6.1. Bisheriger Forschungsstand	45
6.2. Zuwendungsmotive und Gründe für die Rezeption	47
6.3. Bedeutung für die Rezipienten.....	50
6.3.1. Uses-and-Gratification-Approach	50
6.3.2. Cultural Studies	51
7. Ernährung in der Wissensgesellschaft	57
7.1. Gesellschaftlicher Wandel.....	57
7.2. Stellenwert der Ernährung	59
7.3. Ernährungsverhalten der Österreicher und Österreicherinnen	60
7.4. Einflussfaktoren in Bezug auf die Ernährung	61
7.4.1. Frauen- und Geschlechterforschung.....	64
8. Resümee: Theorieteil	69
 EMPIRIE	
9. Untersuchungsgegenstand.....	73
9.1. Forschungsfragen	74
10. Methodische Umsetzung	75

1. EINLEITUNG

1.1. PERSÖNLICHES FORSCHUNGSINTERESSE

In meinem Freundes- und Bekanntenkreis wird der Inhalt von Ratgebersendungen vielseitig diskutiert. Die Vielfalt an produzierten Formaten und die unterschiedlichen Themen in den Sendungen sorgen für ausreichend Gesprächsstoff. Die Einen finden Formate mit Ratgeberfunktion unterhaltend, spannend, interessant oder lehrreich. Andere bringen derlei Sendungen regelrecht zum Um- oder Abschalten des Fernseherers. Aufgrund dessen entwickelte sich die Idee die Themen Ratgeberjournalismus und Unterhaltungssendungen in meiner Magisterarbeit zu behandeln.

Weiterer Beweggrund dieses Thema zu wählen war das auf meiner Seite bestehende Interesse für gesunde Ernährung. Das wachsende Gesundheitsbewusstsein und meine Anstellung bei einem Online-Gesundheitsmagazin trugen dazu bei sich mit der Thematik zu beschäftigen und auseinanderzusetzen.

Ein Anliegen meinerseits war es diese Themenbereiche zusammenzuführen; sie sollten die inhaltliche Grundlage meiner Magisterarbeit bilden. Zudem stellen sie einen aktuellen Bezug zur Realität und Gegenwart dar. Daraus entwickelte sich der Titel:

„Infotainment im Fernsehen“ -

Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung.

Eine Befragung von Rezipienten und Rezipientinnen.

1.2. ERKENNTNISINTERESSE

Über die Jahre erlebte das Fernsehen innovative Veränderungen, im Besonderen durch die Gründung und die Entwicklung von privaten Fernsehsendern. Die Etablierung des Privatfernsehens brachte es mich sich, dass nicht nur informative Sendeformate ausgestrahlt, sondern auch unterhaltende und erheiternde Formate in das Fernsehprogramm aufgenommen wurden.

In der Fernsehlandschaft kommt es verstärkt zu einer Vermischung der Genres Information und Unterhaltung bzw. Realität und Fiktion. Definiert wird diese Verschmelzung als „Infotainment“, eine Ausprägung des Realitätsfernsehens. In dieser Hinsicht stellen sich die Fragen was mit Infotainment gemeint ist, wie sich Infotainment von anderen artverwandten Begriffen differenziert und wo die Grenze zwischen informativen und unterhaltenden Formaten liegt.

Ratgebersendungen können als Teil des Infotainments betrachtet werden. Einerseits geben Formate mit Ratgeberfunktion informatives Wissen an die Rezipienten weiter, auf der anderen Seite ist zu erkennen, dass der Unterhaltungswert eine relevante Rolle einnimmt. Hierbei rücken die Fragen in den Vordergrund, welche Aufgaben und Funktionen der Ratgeberjournalismus für Rezipienten zu erfüllen hat und welche Vor- und Nachteile er bietet.

Der Inhalt von Ratgeberformaten umfasst eine große Bandbreite. Unterschiedliche Themen werden in den Sendungen diskutiert, infolge werden Ratschläge zur Problemlösung erteilt. Es ist anzunehmen, dass sich Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung großer Beliebtheit erfreuen, da jedes Jahr neue Formate produziert werden. Interessant zu erforschen wäre warum Sendungen dieser Thematik von Rezipienten konsumiert werden und was ihnen daran gefällt bzw. nicht gefällt.

Im Bereich des Ratgeberjournalismus wird allzu gern auf das Stilmittel der Emotionalisierung zurückgegriffen. In diesem Zusammenhang ist interessant zu erfahren wie der Inhalt, die Form, die Moderation, die Gestaltung, die Charakteristika etc. von Ratgeberformaten aufgebaut sind.

Die Ernährungs- und Gesundheitspraktiken von Menschen haben sich in den letzten Jahren verändert. In der Gesellschaft ist zu beobachten, dass sich zunehmend mehr Menschen mit dem Thema gesunde Ernährung auseinandersetzen. Dennoch sind viele Österreicher und Österreicherinnen übergewichtig. Erhöhte Gefahrenstufe herrscht auch in der heranwachsenden Generation. In Bezug dessen ist danach zu fragen warum der Anteil an übergewichtigen Personen zunimmt. Im Kontext dazu stellt sich die Frage welchen Stellenwert gesunde Ernährung in der Gesellschaft einnimmt. Weiters zu beantworten gilt, ob

das medienvermittelte Wissen über gesunde Ernährung von der Gesellschaft angenommen wird.

Ernährungstipps und Ernährungsregeln sowie Arten der gesunden Ernährung finden in Ratgeberbüchern, Artikeln und Sendungen ihren Platz. Die Gesellschaft wird mit einer Fülle an Informationen versorgt. Medien nehmen in dieser Hinsicht eine bedeutende Rolle ein, zum einen verstehen sich diese als Orientierungshilfe im Alltag, zum anderen nehmen sie den Platz eines Ratgebers ein. Können diese bei einer so umfangreichen Fülle an Informationen ihrer Aufgabe – der Orientierung – noch gerecht werden? Wird das Wissen über gesunde Ernährung verständlich vermittelt? Oder sind die zahlreichen „Aufklärungskampagnen“ zum Scheitern verurteilt? Wissen die Menschen was gesunde Ernährung ist? Und kann das mitgeteilte Wissen über gesunde Ernährung im Alltag umgesetzt werden?

Die genannten Themenbereiche werden im theoretischen Teil dieser Arbeit behandelt und analysiert. Dadurch soll ermöglicht werden auf die aufgeworfenen Fragen Antworten zu finden.

Im Vorhinein wird darauf hingewiesen, dass sich die theoretische Auseinandersetzung mit diesem Thema auf die Länder Österreich und Deutschland beziehen und beschränken wird. Anzumerken ist ebenfalls, dass die österreichische Bevölkerung durch das umfangreiche Fernsehangebot nicht nur heimisch produzierte Sendungen empfängt, sondern auch Formate aus Deutschland konsumieren kann. Aus diesem Grund wurden bei der empirischen Untersuchung Sendungen aus Österreich und Deutschland miteinbezogen.

1.3. AUFBAU DER ARBEIT

1.3.1. Theorieteil

Der erste Abschnitt setzt sich thematisch mit dem Fernsehen der Gegenwart auseinander. Das Fernsehen nimmt einen bedeutenden Stellenwert ein, die Entwicklung in den letzten Jahrzehnten ist enorm. Vor allem die Einführung der Privatsender brachte die Entstehung neuer Genres mit sich. Unter anderem das Reality-TV.

Im nachfolgenden Kapitel wird der Begriff des Realitätsfernsehen erläutert. Eine Ausprägung des Reality-TV stellen Sendungen mit Infotainmentcharakter dar. Das sind Formate, welche dem Zuschauer bei der Rezeption nicht nur Informationen, sondern auch Unterhaltung bieten. Ein Unterpunkt dieses Kapitels wird sich mit Ratgebersendungen befassen. Vertiefend dazu wird nach den Aufgaben des Ratgeberjournalismus gefragt und welche Vor- und Nachteile dieser bietet.

Der nächste Abschnitt befasst sich mit der Thematik ‚Ernährung im Fernsehen‘. In Bezug dessen wird ein Überblick über Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung gegeben. Des Weiteren wird auf den Aufbau der Sendungen und auf die emotionalen Darstellungsmittel der Formate eingegangen. Es wird die Frage aufgeworfen welche Rolle die Medien bei der Vermittlung von gesunder Ernährung einnehmen. Diesbezüglich spielen die Funktionen der Massenmedien eine entscheidende Rolle.

Der darauf folgende Teil des theoretischen Abschnittes befasst sich mit der Mediennutzungsforschung. Die Auseinandersetzung mit verschiedenen Theorieansätzen gibt zu verstehen warum Menschen Ratgebersendungen konsumieren und welche Bedeutung die Formate für sie haben. Den theoretischen Hintergrund hierzu bilden die Cultural Studies.

Im letzten Kapitel wird der Stellenwert der Ernährung in der Gesellschaft diskutiert. Vertiefend dazu wird auf die Rolle des Geschlechtes eingegangen. In diesem Kontext wird danach gefragt, ob das männliche sowie das weibliche Geschlecht dem Thema Ernährung hohen Stellenwert beimessen. Hierbei sollen geschlechterabhängige Unterschiede aufgedeckt werden. Diesbezüglich wird auf theoretische Erkenntnisse der Frauen- und Geschlechterforschung zurückgegriffen. Ergänzend dazu wird auf die Themen Gesundheitsgesellschaft und Wissensgesellschaft eingegangen. Eine ausführliche Auseinandersetzung mit diesen Begriffen erleichtert es die gegenwärtige Entwicklung des Ernährungsdiskurses zu verstehen. Des weiteren werden die Ernährungsgewohnheiten und das Essverhalten der Österreicher sowie Österreicherinnen analysiert. Der Letzte Punkt dieses Kapitels soll Aufschluss über mögliche Einflüsse in Bezug auf das Ernährungsverhalten geben.

Im Anschluss werden Überlegungen und ein zusammenfassendes Resümee angeführt, um den theoretischen Teil in inhaltlicher Folge abrunden zu können.

1.3.2. Empirie

Die theoretisch angenommenen Sachverhalte und die im Kapitel 8 aufgeworfenen Fragestellungen werden mittels qualitativer Interviews analysiert, interpretiert und zusammengefasst. Diesbezüglich wird erwähnt, dass sich das Forschungsvorhaben lediglich auf die Sichtweise der Rezipienten konzentrieren wird. Eine inhaltsanalytische Untersuchung von Ratgebersendungen mit dem Thema Ernährung ist zwar erstrebenswert, würde aber den Umfang dieser Arbeit überschreiten.

Das Forschungsvorhaben soll Ergebnisse über die Zuwendungsmotive der Rezipienten und Rezipientinnen von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung liefern. Ergänzend dazu werden Motive unter der Berücksichtigung der Cultural Studies ausfindig gemacht. Des Weiteren wird danach gefragt, ob das Publikum in diesen Formaten eher einen Informationswert erkennt oder ob sie diese in den unterhaltenden Sektor einordnen. Interessant zu erforschen ist ebenfalls, ob die Rezeption von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung die Ernährungsgewohnheiten der Zuseher in positivem Sinne beeinflussen bzw. ändern kann. Eine weitere Frage, welche es zu beantworten gilt ist, ob Formate mit Ratgeberfunktion beim Publikum beliebt sind. Die empirische Untersuchung wird in Folge Aufschluss darüber geben, ob die Rezipienten den Themen Gesundheit und Ernährung großen Stellenwert zuschreiben. Zudem wird herausgearbeitet, welche Rolle die Medien bei der Vermittlung von gesunder Ernährung einnehmen: Sorgen diese für Orientierung? Oder ist die Vielfalt an vermittelter Information für eine Desorientierung seitens der Rezipienten verantwortlich?

Aus dieser Diskussion ergeben sich folgende zu beantwortende Forschungsfragen:

- FF1: Welche Motive haben Rezipienten sich Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung anzusehen?

- FF2: Welche Bedeutungen schreiben Rezipienten Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung zu?
 - o Unterfrage: Nehmen die Rezipienten von Ratgeberformaten zum Thema Ernährung die Sendung als hilfreiche Information und Beratung oder als bloße Unterhaltung wahr?

- FF3: Können Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung ihre Rezipienten dazu bewegen ihre Essgewohnheiten zu ändern?

- FF4: Sorgen die Medien durch ihre Fülle an Informationen, Wissen, Ratschlägen etc. über gesunde Ernährung auf Seiten der Rezipienten für Orientierungslosigkeit?

- FF5: Sind Ratgebersendungen zum Thema Ernährung bei den Rezipienten beliebt oder nicht beliebt?

Die Untersuchung soll zudem Aufschluss darüber geben, ob es einen Unterschied zwischen dem männlichen und dem weiblichen Geschlecht hinsichtlich der oben genannten Fragestellungen gibt. In Zusammenhang dessen sollen geschlechterspezifische Differenzen aufgefunden gemacht und analysiert werden.

1.4. KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFTLICHES INTERESSE

Es ist anzunehmen, dass das Thema gesunde Ernährung in der Gesellschaft einen bedeutenden Stellenwert einnimmt. Das Thema um ausgewogenes Essen ist alltäglich präsent: Das Fernsehen und das Internet wie auch Zeitschriften und Magazine beschäftigen sich mit dieser Thematik. Dieser Hinsicht obliegt die Vermittlung von gesunder Ernährung auch den Medien. Hierbei muss bedacht werden, dass Medienmacher vor eine komplexe Herausforderung gestellt werden. Die durch die Medien vermittelte Botschaft kann von jedem Rezipienten auf unterschiedliche Art und Weise aufgenommen werden. Es besteht die Gefahr, dass eine Botschaft von Konsumenten anders aufgenommen wird, als von den Medienmachern beabsichtigt bzw. gewollt. Ein weiteres Problem entsteht durch das um-

fangreiche Angebot an Information, welches die Medien der Gesellschaft anbieten. In diesem Zusammenhang besteht die Möglichkeit, dass sich die vielen medienvermittelten Meinungen und Ansichten zum Thema gesunde Ernährung widersprechen. In diesem Fall ist anzunehmen, dass der Leser bzw. Zuschauer die Übersicht und Orientierung über die angebotenen Informationen verliert. In Bezug dessen gilt es zu erforschen, ob die Massenmedien ihren Aufgaben gerecht werden und ob sie gesellschaftliche Funktionen erfüllen können.

THEORIETEIL

2. FORSCHUNGSSTAND

Die Zugänglichkeit an Literatur zu diesem Thema stellte kein Problem dar. Eine Vielzahl an amerikanischen Studien bieten Ergebnisse zu den Themen Essgewohnheiten, Verständnis von und Wissen über gesunde Ernährung, Essstörungen und Zufriedenheit mit dem eigenen Körper. Es wurden auch empirische Untersuchungen zu Reality-Formaten wie Big Brother, Taxi Orange oder zu anderen Sendungen mit Infotainmentcharakter durchgeführt. Der dabei meist verwendete Forschungsansatz ist der Uses- and Gratification Approach. In Zusammenhang mit dem Reality-TV wird oft die Eskapismusthese (Flucht vor der Realität) als Erklärung für die Zuwendung beschrieben.

Einerseits gibt es Literatur und Studien über gesunde Ernährung und auch zu den Inhalten Infotainment, Reality-TV und Ratgeberformaten, andererseits wird das Thema Fernsehen und Ernährung im Kontext nicht erforscht. Lediglich eine Studentin (Universität Wien, Publizistik- und Kommunikationswissenschaften) setzte sich im Rahmen ihrer Diplomarbeit mit diesem Thema auseinander. (Silvia Lechner: Sasha Walleczek isst anders – ein österreichischen Reality TV-Format und sein Publikum).

Ihre Untersuchung konzentriert sich auf die Sichtweise der Rezipienten. Die Analyse beschränkt sich aber lediglich auf ein Format. Die Arbeit unterscheidet sich von meinem Forschungsvorhaben durch einen anderen Theorienzugang. Psychologische Ansätze und der Uses- and Gratification Approach bilden den Schwerpunkt ihrer Arbeit. Zudem stellt die Verfasserin im Sinne der Wissenschaft andere zu erforschende Fragen. Meine Untersuchung soll den Unterschied der Geschlechter und soziodemographische Daten (sozialer Status, Wohnsituation, Alter) der Rezipienten mit einbeziehen. Hingegen war es für die Kollegin von größerem Interesse den Unterschied zwischen Viel- und Wenigsehern und den von Über- und Normalgewichtigen zu erforschen.

3. ENTWICKLUNG DES FERNSEHENS

Im Vorfeld soll ein Überblick über die Entwicklung der deutschen bzw. österreichischen Fernsehlandschaft gegeben werden. Durch diesen fernsehgeschichtlichen Rückblick wird gezeigt, auf welchem Weg das private Fernsehen und das Wirklichkeitsfernsehen entstanden sind. In Zusammenhang dessen wird der Versuch gestartet den Begriff Reality-TV zu definieren und Ausprägungen dieser Fernsehgattung ausfindig zu machen.

Nach dem Krieg wurde der erste staatsfreie Fernsehsender gegründet. Der Sender wurde aber dennoch von öffentlichen Behörden und der Politik kontrolliert. Die vorrangige Aufgabe des Senders war dem Volk Bildung und Kultur zu vermitteln.

In den 50/60er Jahren sind kleine Regionalsender entstanden, unter anderem der erste offizielle deutschsprachige Fernsehsender ARD (Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland). Zu Anfang blieb der erhoffte Erfolg der Produzenten aus. Dies lag aber mit Wahrscheinlichkeit am Umstand, dass zu dieser Zeit wenig Haushalte ein Fernsehgerät besaßen. Erst Ende der 60er Jahre stieg die Zahl der Personen, die ein TV-Gerät hatten; es wurde verzeichnet, dass mehr als eine Million Fernsehgeräte als angemeldet gelten. Der Fernseher wurde ab diesem Zeitpunkt als Massenmedium bezeichnet. Anfang der 70er Jahre wurde der zweite deutsche Fernsehsender, ZDF, eingeführt. Der Fokus der Programminhalte wurde auf die Unterhaltung gelegt. Die beiden Sender standen von Anbeginn in Konkurrenz zueinander.¹

In den folgenden Jahren gewann das Fernsehen an Popularität. Beide Sender starteten den Versuch die Zuschauer mit der Ausstrahlung von Serien an ihr Programm zu binden. Zu dieser Zeit waren auch Nachrichtensendungen, Reportagen und Dokumentationen fixer Bestandteil der Fernsehprogramme.

Im Laufe der 70er Jahre stagnierte die Zahl der Neuanmeldungen für Fernsehgeräte. Der Grund dafür war die Finanzkrise. Dies hatte zur Folge, dass die Sendeanstalten ihr umfangreiches Programm auf ein Minimum an Sendungsmaterial reduzieren mussten. Die Vielfältigkeit war von diesem Zeitpunkt an nicht mehr gegeben. An den Sendungsmachern

¹ vgl. Karsten, E./ Schütte, J.: Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2005. S 30 ffff.

wurde zunehmend Kritik geäußert. Negative Bekundungen kamen auch von den politischen Parteien. Im Zuge dieser Diskussion kam die Idee des Privatfernsehens auf. Die ideelle und technische Weitwicklung dieses Gedankens machte es Anfang der 80er Jahre möglich kommerzielles Privatfernsehen einzuführen. Ab diesem Zeitpunkt existierten öffentlich-rechtliche und private Sender nebeneinander: Das Duale Rundfunksystem war geboren.²

3.1. DAS DUALE RUNDFUNKSYSTEM: EINFÜHRUNG DER PRIVATSENDER

Mit der Einführung der Privatsender war es möglich, dass Haushalte Fernsehsender wie SAT 1 oder RTL empfangen konnten. Die angebotenen Programme boten ihren Zuschauern in erster Linie Unterhaltung. Die öffentlichen-rechtlichen Sender folgten diesem Kurs, um den Publikumswünschen gerecht zu werden. Dennoch stand die erzieherische und beherrschende Funktion im Vordergrund.³

Die öffentlich-rechtlichen Sender folgten dem Bildungs- und Kulturauftrag und gaben auf qualitativ aufbereitete Inhalte Acht. Hingegen war es für Privatsender wichtig viele Zuschauer und Zielgruppen durch den Inhalt der Programme anzusprechen. Die Rezipienten nahmen eine tragende Rolle ein, da sie aufgrund der Einschaltquoten mitbestimmten, welche Sendungen weiterhin gezeigt wurden und welche aus dem Programm gestrichen werden sollten.⁴

Dem Aspekt der Unterhaltung kam ein hoher Stellenwert zu. Die Produzenten versuchten sich verstärkt an den Wünschen ihrer Zuschauer zu orientieren. Das Fundament für die Etablierung des Unterhaltungsfernsehens war gelegt.⁵

Die privaten Anbieter wollten zu Anfang ein differenziertes Angebot an Programmen und Sendungen anbieten. Aufgrund der Finanzen und wenig vorhandenem Sendematerial folgten sie einem anderen Kurs. Der Fokus wurde auf Unterhaltungsformate gelegt. Um

² vgl. ebda. S 50-56.

³ vgl. Schwäbe, N. H.: Realfabrik Fernsehen: Serienprodukt Mensch. Analyse von Real Life Soap Formaten und deren Wirkungsweisen. Teil 2. Dissertation. Tübingen. 2003. S. 213f.

⁴ vgl. Hallenberger, G.: Rahmenbedingungen für neue Sendeformen im Fernsehen der 90er Jahre. Einführende Bemerkungen. In: Hallenberger, G.: Neue Sonderformen im Fernsehen. Ästhetische, juristische und ökonomische Aspekte. Arbeitshefte. Bildschirmmedien. 1995. S. 7f.

⁵ vgl. Mikos, L.: Das Leben als Show. Tendenzen der Fernsehunterhaltung zu Beginn des 21. Jahrhunderts. Zeitschrift für Medienpädagogik. 4/96. 2000. S. 34.

sich von der Konkurrenz abzuheben, wurden bewusst auffallende Themen in das Programm aufgenommen, zum Beispiel Sex oder Gewalt.⁶

Die Strategie der privaten Anstalten brachte einerseits Kritik, andererseits kostenlose Werbung. Durch die öffentlichen Diskussionen wurden viele Zuseher auf die neuen Sender und deren Programminhalte aufmerksam. Die Promotion brachte Konsequenzen mit sich; Unternehmen wollten ihre Produkte und Dienstleistungen aufgrund des einhergehenden Imageschadens nicht mehr auf privaten Sendern bewerben. Ab diesem Zeitpunkt wurden erotik- und gewaltbeladene Filme sowie Sendungen lediglich spät nachts gezeigt. Um die Finanzen aufzubessern wurden kostengünstige Produktionen und Wiederholungen von Serien ausgestrahlt.⁷

Die Privatanbieter benötigten eine neue Perspektive. Produzenten orientierten sich von nun an am amerikanischen Fernsehmarkt, da sich das kommerzielle Fernsehen bei den Amerikanern erfolgreich etablieren konnte. Infolge wurde das Konzept des Formatfernsehens aus dem amerikanischen Fernsehen von deutschen Produzenten übernommen.⁸

3.2. DAS FORMATFERNSEHEN

Nach Meckel lässt sich Formatfernsehen wie folgt definieren: *„Ein in seinem Inhalt, seiner Binnenstruktur und seiner Präsentation auf ein klar definiertes Zuschauersegment und einen in die Sendestruktur eingebettetem Programmplatz abgestimmtes mehrteiliges Sendekonzept. Eine wesentliche Zielsetzung des Format-Fernsehens ist die Zuschauerbindung.“*⁹

⁶ vgl. Hallenberger, G.: Rahmenbedingungen für neue Sendeformen im Fernsehen der 90er Jahre. Einführende Bemerkungen. In: Hallenberger, G.: Neue Sonderformen im Fernsehen. Ästhetische, juristische und ökonomische Aspekte. Arbeitshefte. Bildschirmmedien. 1995. S. 19.

⁷ vgl. Schwäbe, N. H.: Realfabrik Fernsehen: Serienprodukt Mensch. Analyse von Real Life Soap Formaten und deren Wirkungsweisen. Teil 2. Dissertation. Tübingen. 2003. S. 220f.

⁸ vgl. ebda. S. 251.

⁹ Meckel, M.: Die neue Übersichtlichkeit. Zur Entwicklung des Formatfernsehens in Deutschland. Rundfunk und Fernsehen. Zeitschrift für Medien und Kommunikationswissenschaft. 45/ 4. 1997. S. 478.

Das Ziel der Produzenten ist, viele Zuschauer zu gewinnen und lange an das Programm zu binden.¹⁰ Das Formatfernsehen stützt sich dabei auf ein gleich bleibendes Image hinsichtlich der Moderation, der Musik, des Stils etc.¹¹

Durch die Übernahme und Weiterentwicklung von amerikanischen Konzepten fanden im deutschsprachigen Fernsehen neue Programme Einzug. Zu diesen Innovationen zählt unter anderem das Reality-TV.¹²

3.3. AUFKOMMEN DES REALITÄTSFERNSEHENS

In Amerika war der Begriff des Reality TV – auf deutsch Wirklichkeitsfernsehen – bereits in den 80er Jahren bekannt. Der Fernsehsender NBC nahm die erste Sendung dieses Genres in sein Programm auf: *Unsolved Mysteries*. Mit der Zeit konnten Reality Formate bei den Zuschauern an Beliebtheit gewinnen. Für die Produzenten war es von Vorteil, dass die Sendungen kostengünstig herzustellen waren. Zu Anfang blieben die Erfolge des Realitätsfernsehens unter den Erwartungen. Die Themen der Sendungen hatten einen ausgeprägten amerikanischen Charakter.¹³

Wie in Kapitel 3.1. sowie 3.2. beschrieben, haben die deutschen privaten Sendeanstalten die amerikanischen Konzepte nicht nur übernommen, sondern auch weiterentwickelt. Die ersten Formate mit Reality-TV Charakter im deutschsprachigen Raum waren *Aktenzeichen XY* sowie *Stahlnetz*. Der Sender RTL startete im Jahr 1992 die Sendung *Notruf*. Im selben Jahr zeigte SAT 1 ein inhaltlich ähnliches Format, *Retter*, wobei Originalaufnahmen für die Sendungen verwendet wurden. Zahlreiche Formate mit den Themen Unfälle, Verbrechen, Katastrophen, Entführungen etc. folgten. Aufgrund der Gewaltdarstellungen in den Sendungen mussten Produzenten negative Kritik einbüßen. Politische Parteien wollten die Ausstrahlung von Reality-TV verbieten. Ein weiterer Vorschlag war eine Behörde einzurichten, die über Moral und Ethik der Medien wachen sollte. Diese Idee wurde aber nicht umgesetzt. Ein Grund dafür waren die Produzenten von Reality-TV Formaten. Sie appel-

¹⁰ vgl. Karsten, E./ Schütte, J.: Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2005. S 133.

¹¹ vgl. Meckel, M.: Die neue Übersichtlichkeit. Zur Entwicklung des Formatfernsehens in Deutschland. Rundfunk und Fernsehen. Zeitschrift für Medien und Kommunikationswissenschaft. 45/ 4. 1997. S. 480.

¹² vgl. Hallenberger, G.: „Neue Sendeformen“. Thesen zur Entwicklung des Programmangebots im deutschen Fernsehen. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation. 4/ 2. 1995. S 12.

¹³ vgl. Osborn, E.: Get Real. Television Business International. Ausgabe 2. 1993. S. 42ff.

lierten mit dem Grundsatz der Pressefreiheit. Andererseits wurde von ihnen der Nutzen – Aufklärung, Erste Hilfe etc. - solcher Sendungen betont.¹⁴

Aufgrund der öffentlichen Debatte wurde das Image von Reality-TV Sendungen enorm geschädigt. Dies hatte den Verlust von Werbepartnern zur Folge. Es war anzunehmen, dass der Boom des Reality-TV's ein Ende nehmen würde. Die deutsche und österreichische Fernsehlandschaft hat sich aber rasant weiterentwickelt. Erneute Erfolge konnte das Wirklichkeitsfernsehen durch eine Ausdifferenzierung der Genres und neu aufgegriffener Themen verzeichnen.¹⁵

3.4. REALITY TV

Der Begriff Reality-TV oder Wirklichkeitsfernsehen lässt sich nicht konkret definieren. Die unterschiedlichen Formen dieses Genres machen es unmöglich eine allgemeingültige Begriffsbestimmung zu erarbeiten. Jede Kategorie oder jeder Typus des Reality-TV ist demnach unterschiedlich zu beschreiben.

Für alle Genres des Realitätsfernsehens gilt, dass die gezeigten Geschehnisse auf realen Tatsachen basieren. Die Akteure in den Sendungen sind entweder normale Menschen oder Schauspieler, welche tatsächlich geschehene Ereignisse nachspielen.¹⁶

Annette Hill ordnet das Reality-TV zwischen Information und Unterhaltung sowie Dokumentation und Drama ein. Sie beschreibt, dass das primäre Ziel von Reality-TV die Informationsvermittlung ist, diese soll und muss aber in einem unterhaltenden Rahmen präsentiert werden, um das Publikum anzusprechen: *„A core feature of popular factual television is that it presents information in an entertaining manner.“*¹⁷

Wissenschaftliche Erkenntnisse hinsichtlich dieser Thematik liefert Claudia Wegener. Sie beschäftigt sich mit dem Phänomen des Wirklichkeitsfernsehens und startete den Versuch allgemeingültige Charakteristika für dieses Genre zu entwickeln. Ihrer Ansicht nach haben die in Reality-TV gezeigten Geschehnisse immer Bezug zur Realität. Emotional,

¹⁴ vgl. Gehrman/ Kostede: Fernsehen auf Leben und Tod. In: die Zeit. Ausgabe 12. 1993. S. 17ff.

¹⁵ vgl. ebda. S. 20.

¹⁶ vgl. Wegener, C.: Reality TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information? Opladen. Leske und Budrich. 1994. S. 15.

¹⁷ vgl. Hill, A.: Audiences an popular factual television. Routledge. New York. 2005. S. 80.

dramatisch und gewaltvoll aufbereitete Szenen sind nach Wegeners Forschungen fixe Bestandteile der Sendungen. Weiters spielen die Authentizität (wahre Geschichte, keine prominenten Personen, keine Schauspieler), die Personalisierung (im Vordergrund: Einzelpersonen) und Stereotypisierung (Bildung von Stereotypen als Orientierungshilfe) eine wesentliche Rolle.¹⁸

Wegener versucht als erste Forscherin den Begriff des Reality-TV einzugliedern. Sie bezeichnet das von ihr benannte Wirklichkeitsfernsehen als *„ein Genre, das von der Dramatisierung und Emotionalisierung von Information lebt.“*¹⁹

In späteren Jahren schreibt die Wissenschaft das Genre Reality-TV dem Affektfernsehen zu. Durch Forschungen wurde ersichtlich, dass festgemachte Charakteristika des Wirklichkeitsfernsehens bestehen blieben, neue entwickelt und andere verworfen wurden: Dramatisierung, Personalisierung, Emotionalisierung und Infotainment galten als Merkmale für Reality-TV Sendungen.²⁰

Bente und Fromm beschreiben das Affektfernsehen als verwandtes Genre des Wirklichkeitsfernsehens, wobei die Personalisierung, die Authentizität, die Intimisierung sowie die Emotionalisierung bedeutende Rolle spielen. Hierbei können Parallelen zu Wegeners Untersuchungen erkannt werden. Ein Unterschied besteht im Hinzufügen des Aspekts der Intimisierung: Zwischenmenschliche Beziehungen und Probleme werden zum Thema. Die Gewalt, Dramatisierung und Stereotypisierung wird nach Bente und Fromm zu keiner Eigenschaft des Reality-TV's.

Die beiden Wissenschaftler haben unterschiedliche Ausprägungen des Affektfernsehens ausfindig gemacht; unter anderem wurde Infotainment als eigenständiges Genre definiert.²¹

Annette Hill beschreibt in ihrem Buch „Reality-TV“, dass Infotainment als Vorläufer des Wirklichkeitsfernsehens geltend gemacht werden kann. Als Beispiel nennt sie die ersten produzierten Sendungen im Bereich des Reality-TV, unter anderem das deutsche Format

¹⁸ vgl. Wegener, C.: Reality TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information? Opladen. Leske und Budrich. 1994. S. 43-53.

¹⁹ ebda. S. 319.

²⁰ vgl. Wagner, H.: Von der Lust, in andere Welten zu wandern. In: Langebucher, W.: Publizistik und Kommunikationswissenschaft. Ein Textbuch zur Einführung. Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Band 1. Wien. 1994. S 115.

²¹ vgl. Bente, G./ Fromm, B.: Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk. Nordheim-Westfalen. Opladen. Leske und Budrich. 1997. S. 21.

Aktenzeichen XY sowie die amerikanische Sendung *Animal Hospital*. Diese Formate, welche das Reality-TV ins Leben gerufen haben, wollten einerseits umfangreiche Information liefern, aber zugleich Unterhaltung bieten.²²

Das erarbeitete Konzept von Klaus und Lücke definiert Reality-TV als eine Gattung des Fernsehens zu welcher sich verschiedene Genres ausgeprägt haben. Es besteht ihrer Ansicht nach die Möglichkeit, dass sich die Merkmale und Charakteristika einer Gattung mit anderen vermischen. Die Autoren beschreiben zwei Formen des Wirklichkeitsfernsehens:²³

- Das **narrative Reality-TV**: Bei dieser Form werden Erfahrungen und Geschehnisse von normalen Personen präsentiert. Ereignisse werden dabei mitgefilmt oder von Schauspielern nachgestellt. Hierzu zählen:²⁴
 - Sendungen mit dem Fokus auf Gewalt (z.B.: Familien im Brennpunkt)
 - Real-Life-Comedy Formate (z.B.: Mitten im Leben)
 - Gerichts-Shows (z.B.: Richter Alexander Hold)
 - Personal Help Shows (z.B.: Zwei bei Kallwass)

- **Performatives Wirklichkeitsfernsehen** befasst sich mit dem Leben nicht prominenter Personen und stellt das wirkliche Leben bzw. wirkliche Geschichten und Erfahrungen dar. Die Genres dieser Form sind:²⁵
 - Beziehungs-Shows (z.B.: das Geständnis)
 - Beziehungs-Game-Shows (z.B.: Traumhochzeit)
 - Daily-Talks (z.B.: Talkshows wie Britt oder die Oliver Geissen Show)
 - Problemlösesendungen (z.B.: Akte 09, Raus aus den Schulden, Österreich isst besser)

Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung sind demnach dem performativen Wirklichkeitsfernsehen zuzuschreiben. Lücke und Klaus bestätigen die Aussage vieler Au-

²² vgl. Hill, A.: Audiences an popular facutal television. Routledge. New York. 2005. S. 106.

²³ vgl. Klaus, E./ Lücke, St.: Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap. In: M&K 2/2003. S. 196-199.

²⁴ vgl. ebda.

²⁵ vgl. ebda.

toren, dass es beim Wirklichkeitsfernsehen zu einer Vermischung unterschiedlicher Elemente der Genres kommt. Im Kapitel 4 wird näher auf den Aspekt der Hybridisierung und auf das Infotainment eingegangen.

3.4.1. Erfolgreiches Reality-TV

Das Reality-TV konnte sich in den letzten Jahren erfolgreich etablieren. Dem Wirklichkeitsfernsehen wurden zunehmend mehr Marktanteile zugesprochen. Im Vergleich zu den traditionellen TV-Formaten ist der Marktanteil der Reality-Sendungen sogar größer. Ein Grund für die Verdrängung traditioneller Formate können die günstigen Produktionskosten der Reality-Shows sein. Zugleich sprechen diese das selbe oder ein größeres Publikum mit ihren Sendungen an. Die in Reality-Formaten vermittelte Verbindung zum eigenen Land und zur Kultur wird von den Rezipienten positiv bewertet. Als Beispiel kann England herangezogen werden: Der öffentliche Dienst und Dokumentationen sind den Landsleuten sehr wichtig. Reality-TV Sendungen machen es sich zum Auftrag diese Punkte inhaltlich einzubauen. Hingegen spielen in den USA Unterhaltung und Werbung eine größere Rolle.

Die Erfolge des Wirklichkeitsfernsehens sprechen für sich, dennoch hat das Genre negative Kritik einzubüßen. Reality-TV wird einerseits als billig, andererseits als voyeuristisch beschrieben. Zudem führt das Wirklichkeitsfernsehen nach Ansicht vieler Kritiker zu einer moralischen und geistigen Verarmung des modernen Lebens.

Das Publikum hat eine gesplante Beziehung zum Wirklichkeitsfernsehen. Die einen mögen es, bei anderen ist das Reality-TV unbeliebt. Und manche mögen es, geben aber nicht zu, dass sie Sendungen des Wirklichkeitsfernsehens konsumieren. Es stellt sich heraus, dass viele Menschen, die nach der Beliebtheit solcher Sendungen gefragt werden, eine schlechte Meinung über das Wirklichkeitsfernsehen haben. Diese Negativmeinung wird Anette Hill's Meinung nach teilweise von den Medien mitkonstruiert. Sie beschreiben das Reality-TV als unnützlich. Zudem vermittelt es kein Wissen. Diese Kritik berücksichtigt die Existenz der unterschiedlichen Reality-TV Genres nicht. Das Wirklichkeitsfernsehen beinhaltet unter anderem Do-it-yourself Formate, Lifestyle Formate, Konsumentenschutzsendungen, Sicherheitsformate und Infotainment.²⁶

²⁶ vgl. ebda. 107ff.

Im Allgemeinen wird das Reality-TV von den Rezipienten eher als unterhaltend statt informativ bewertet. Andererseits schätzen diese aber auch das vermittelte Wissen. Durch den großen Unterhaltungswert spricht das Wirklichkeitsfernsehen ein größeres Publikum an als traditionelle Nachrichten- oder Informationsformate. Dies ist ein bedeutender Vorteil. Die Annahme, dass der Konsum vom Reality-TV zu einer moralischen und geistigen Verarmung führe oder derlei Formate kein Wissen vermitteln, kann verneint werden. Die Menschen suchen bewusst nach Information und wollen Wissen vermittelt bekommen, aber unter der Bedingung, dass beides unterhaltend aufbereitet wird. Als Beispiel kann die Vorliebe für Kurznachrichten herangezogen werden: Diese sind zumeist unterhaltend und liefern Information in kurzer und bündiger Form. Im Gegensatz dazu werden traditionelle Nachrichtenformate oder Dokumentationen weniger gern rezipiert.²⁷

Hill geht der Frage nach, ob Rezipienten aus dem Konsum von Reality-TV Sendungen etwas lernen können. Sie verneint den Lerneffekt im herkömmlichen Sinne, Rezipienten können aufgrund des Konsums vielmehr ihr Wissen erweitern, da durch das Reality-TV praktische Tipps und Ratschläge erteilt werden. Von Rezipienten werden Sendungen des Wirklichkeitsfernsehens sogar als informativer als traditionelle Formate beschrieben. Grund für diese Beurteilung kann das praktisch vermittelte Wissen sein, das es dem Rezipienten ermöglicht, Ratschläge und Tipps im Alltag umzusetzen: *„A popular factual programme is judged as more informative than other programmes if it offers practical advice, and viewers can personally learn from it.“*²⁸

Reality-TV wird von vielen Seiten scharf kritisiert, unter anderem von den Medien, andererseits sprechen Sendungen dieser Fernsehgattung ein großes Publikum an. Als Grund kann der Unterhaltungswert gelten, die Rezipienten schätzen aber auch die darin vorkommenden Informationen. Kein Format gleicht dem anderen, da unterschiedliche Genres des Reality-TV existieren. Infotainment ist eine Ausprägung des Wirklichkeitsfernsehens. Sendungen mit Infotainmentcharakter bieten ihrem Publikum Information sowie Unterhaltung. Reale und fiktive Elemente werden vermischt und kommen in den Formaten zum Einsatz. Ziel der Produzenten ist es dem Publikum nicht merken zu lassen, wo die Grenze zwischen Information und Unterhaltung liegt.

²⁷ vgl. ebda.

²⁸ ebda. S. 89.

Für diese Arbeit wäre es interessant zu erforschen, ob Rezipienten von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung etwas lernen können und ob sie die vermittelten Ratschläge und Tipps auch im Alltag umsetzen.

4. INFOTAINMENT

In folgendem Kapitel spielt der Begriff Infotainment eine bedeutende Rolle. Im Vorfeld wird ein Vergleich zum Wirklichkeitsfernsehen hergestellt. Nachfolgend werden Definitionen zum besseren Verständnis angeführt.

4.1. BEGRIFFE UND DEFINITIONEN

Infotainment ist ein ausdifferenziertes Genre des Reality TV. Das Realitätsfernsehen ist - wie auch Sendungen mit Infotainmentcharakter - durch die Hybridisierung gekennzeichnet. Mit Hybridisierung ist gemeint, dass zwei Eigenschaften einer Sendung – z.B.: reales und irreales; unterhaltendes und informatives etc. - vermischt werden. Es ist schwer eine Grenze zwischen den Elementen zu ziehen. Infotainment kann als typisches Beispiel solch einer Hybridisierung betrachtet werden.²⁹

Der Begriff Infotainment kommt aus dem Englischen und setzt sich aus zwei Wörtern zusammen, und zwar aus *Information* (Information) und *Entertainment* (Unterhaltung). Fernsehformate mit Infotainmentcharakter können von den Rezipienten als informativ und/oder unterhaltend wahrgenommen werden. Infotainment ist demnach eine Mixform beider angesprochenen Elemente.³⁰

Diese Ansicht unterstützt auch Renger. Er definiert Infotainment wie folgt: „*Infotainment ist eine Ableitung aus Information und Entertainment. Es steht somit für Sendungen, die Unterhaltung und Information mischen.*“³¹

Mit dem Begriff und der Thematik des Infotainments hat sich auch Brants auseinandergesetzt. Er definiert Unterhaltungssendungen und Informationssendungen und weist ihnen Merkmale zu. In Hinblick dessen unterscheidet er zwar zwischen Informations- und Un-

²⁹ vgl. Klaus, E./Lücke, St.: Reality TV. Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap. In: Medien- und Kommunikationswissenschaft. Ausgabe 2. 2003. S. 201.b.

³⁰ vgl. Wittwen, A.: Infotainment. Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung. Bern. Wien. Lang. 1995. S. 16ff

³¹ Renger, R.: Populärer Journalismus. Nachrichten zwischen Fakten und Fiktion. Innsbruck. Wien. Studien-Verlag. S. 275.

terhaltungssendungen, meint aber, dass Merkmale der Unterhaltung auch in Informations- sendungen einfließen können und umgekehrt:³²

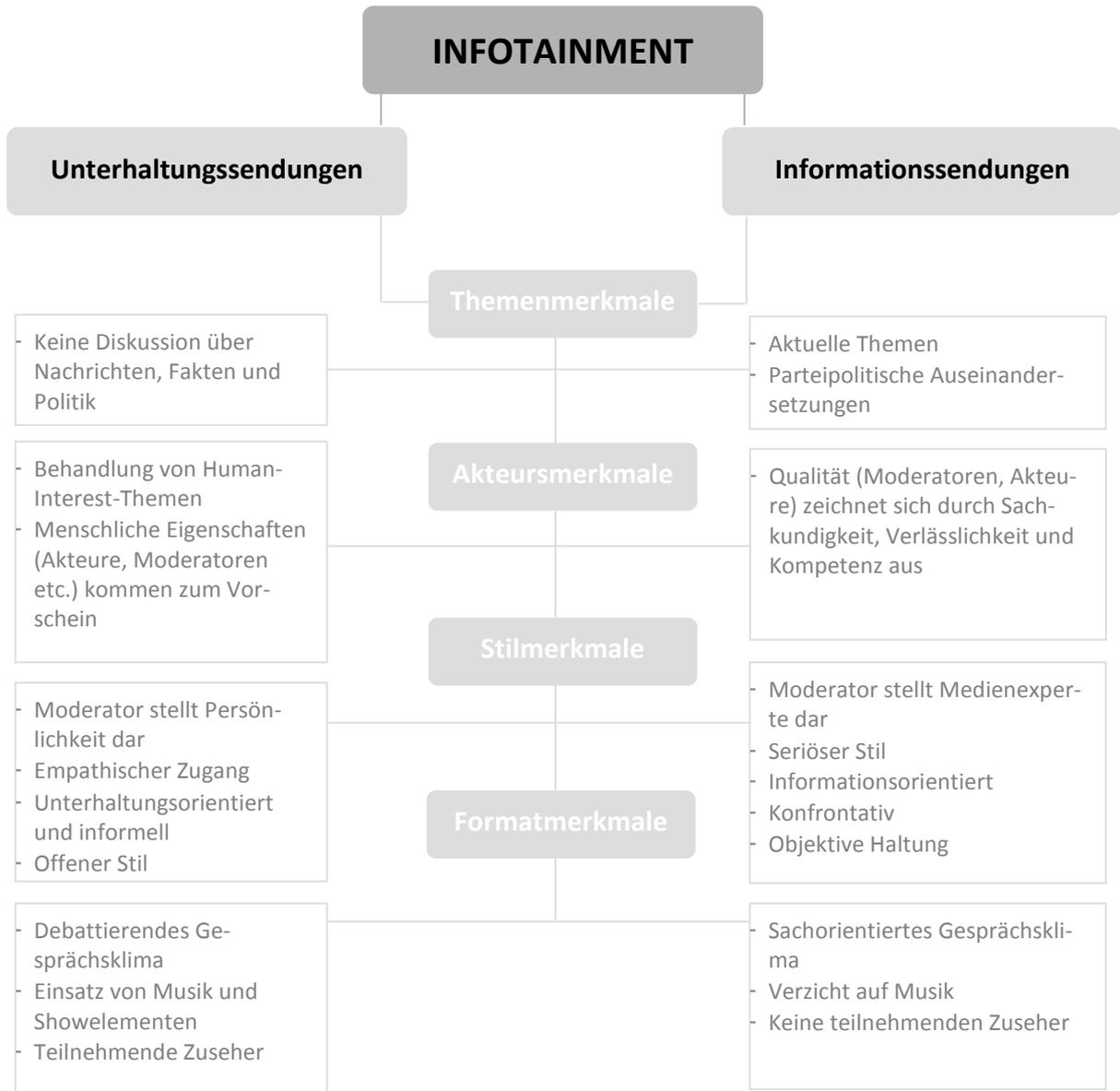


Abbildung 1: eigene Darstellung: Definition von Infotainment nach Brants Kees

Seiner Ansicht nach sind Formate dem Unterhaltungssektor zuzuschreiben, wenn diese Themen und Probleme aus dem Alltag von Menschen behandeln. Bei den mitwirkenden Personen einer Sendung kommen menschliche Eigenschaften zum Vorschein. Besonderen Wert wird auf das Charisma und die Persönlichkeit der Akteure bzw. des Moderators ge-

³² vgl. Brants, K.: Politische Kommunikation im Zeitalter von Big Brother. In: Nieland, J.W./ Kamps, K.: Politikdarstellung und Unterhaltungskultur. Zum Wandel der politischen Kommunikation. Köln. Halem. 2004. S. 95ff.

legt. Zwar wird in diesen Sendungen auch Information geboten, diese rückt aber in den Hintergrund. Primär relevant ist die Vermittlung von Image, Authentizität, Drama und Emotion. Die mediale Aufbereitung kann als informell wie auch persönlich beschrieben werden. Ziel der Rezeption ist es die Zuseher zu unterhalten und zu amüsieren. Es besteht auch die Möglichkeit, dass Rezipienten als Teilnehmer in der Sendung fungieren.

In Gegensatz dazu behandeln Informationssendungen nach Brants andere Inhalte. Der Schwerpunkt wird auf aktuelle Themen gelegt, welche faktisch und datenorientiert aufbereitet werden. Zudem fließen kritische Meinungen anderer Parteien in die Berichterstattung ein, unter anderem von der Politik. Die qualitative Aufbereitung der Sendung sowie der seriöse Stil strahlt zum einen Kompetenz aus, zum anderen soll eine objektive Berichterstattung gewährleistet werden. In Informationssendungen wird auf den Einsatz von dramatischer Musik und anderen unterhaltenden Show-Elementen gänzlich verzichtet.

Brants erklärt mithilfe seiner Einteilung, dass Sendungen mit Infotainmentcharakter nicht zwingend dem Unterhaltungs- oder Informationssektor zugeordnet werden müssen. Infotainment ist eine Mischform aus beiden Eigenschaften. Dies heißt aber nicht, dass Formate mit Infotainmentcharakter in der Mitte zwischen Unterhaltung und Information eingegliedert werden müssen. Beispielsweise werden Informationssendungen in manchen Fällen durch musikalische Showelemente unterstützt. Hingegen werden in Unterhaltungssendungen des Öfteren politische Themen aufgegriffen und behandelt.³³

Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung sind auch in den Bereich des Infotainments einzuordnen. Zum einen bieten diese Sendungen Information, andererseits werden Rezipienten auch mit unterhaltenden Elementen konfrontiert. Ratgebersendungen sind im Kontext dieser Arbeit als Unterkategorie des Infotainments zu betrachten.

4.2. CHARAKTERISTISCHE MERKMALE VON INFOTAINMENTSENDUNGEN

Formate mit Infotainmentcharakter werden anders aufbereitet als traditionelle Sendungen. Ein Merkmal von Infotainmentsendungen ist die Fähigkeit aus jedem beliebigen Thema eine Human-Interest-Story (Geschichten aus dem Leben, welche das allgemeine Publikum ansprechen) zu machen. Die Erzählstruktur und Präsentationsform weisen bei

³³ vgl. ebda. S. 97ff.

Infotainmentformaten einen unverkennbaren Stil auf. Dies macht sich unter anderem durch visuelle Reize bemerkbar. Kamerabewegungen, einzigartige Schnitttechnik, der Einsatz von Spezialeffekten und die Verwendung von Musik können als weitere gestalterische Kennzeichen des Infotainments bezeichnet werden.³⁴

Wittwen macht vier charakteristische Aspekte des Infotainments ausfindig, und zwar im Bereich der Präsentationsform, der Beitragslänge, der Sachverhalte und der sprachlichen Erklärungen. Er ist der Ansicht das Infotainmentsendungen ihre Berichte und Inhalte in dialogischer Form präsentieren. Hierbei ist die Kommunikation zwischen Akteuren gemeint. In traditionellen Formaten weicht die Erzählform des Öfteren einem Monolog. Zudem beschreibt er, dass in Formaten mit Infotainmentcharakter die Inhalte in verkürzter Form und mit vereinfachten Sachverhalten dargestellt werden. Für den Rezipienten ergibt das den Vorteil, dass er ohne Bemühungen dem Medium folgen kann. Aufgrund der schnellen und einfachen Präsentationsform fällt es dem Publikum leicht sich auf Inhalte einzulassen. In Zusammenhang mit der sprachlichen Ausdrucksweise von Akteuren wurde festgestellt, dass Aufforderungs-, Ausrufe-, -und Fragesätze vermehrt gebraucht werden.³⁵

4.3. ENTSTEHUNG VON SENDUNGEN MIT INFOTAINMENTCHARAKTER IN ÖSTERREICH

Bis zum Jahr 2003 existierte in Österreich lediglich der öffentlich-rechtliche Rundfunk, der ORF. Schwerpunkt des öffentlich-rechtlichen Senders war es den Bildungs- und Kulturauftrag zu erfüllen. Im Vergleich zu Deutschland hat es länger gedauert bis sich ein Privatanbieter am Fernsehmarkt etablieren konnte. Neben dem ORF (ORF1, ORF2) bot ab 2003 der Privatsender ATV ein Vollprogramm an. Zu Anfang blieb der Erfolg aus. Ganz im Gegensatz zum deutschen Privatfernsehen, welches große Erfolge verzeichnen konnte.³⁶ Im Jahr 2004 entstand ein neuer Privatsender in Österreich, und zwar Puls TV. Dieser konnte von Anbeginn Erfolge feiern. Ab dem Jahre 2005 war es die Aufgabe von Puls TV das Frühstücksfernsehen – Cafe Puls – für den eigenen Sender, für ProSieben Austria, Sat 1 Öster-

³⁴ vgl. Nieland, J. U./ Kamps, K.: Politikdarstellung und Unterhaltungskultur. Zum Wandel der politischen Kommunikation. Köln. Halem. S. 26ff.

³⁵ vgl. Wittwen, A.: Infotainment. Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung. Bern. Wien. Lang. S. 205ff.

³⁶ vgl. Fitzmaier, P./ Karmasin, M./ Klepp, C.: Politik und Medien. Medien und Politik. Wien. Facultas. S. 80 ff.

reich und Kabel 1 Österreich zu produzieren. Die ProSiebenSat1 Media AG hat im Jahre 2007 den erfolgreichen Sender übernommen: Aus Puls TV wurde Puls 4.³⁷

Die Vielzahl an Infotainmentsendungen lässt annehmen, dass derlei Formate bei den Rezipienten beliebt sind. Die Ausstrahlung hängt zum einen von den Zuschauerquoten ab. Andererseits spielt die Zielgruppe einer Sendung eine erhebliche Rolle.

Gegenwärtig strahlen die Privatanbieter ATV und Puls 4 eine Vielzahl an Infotainmentsendungen aus. Diese aufzuzählen liegt aber nicht im Sinne dieser Arbeit. Dennoch soll erwähnt werden, dass sie das Programm der Privatsender beherrschen.

4.4. RATGEBERSENDUNGEN ALS TEIL DES INFOTAINMENTS

Dieses Kapitel beschäftigt sich näher mit dem Begriff des Ratgeberjournalismus. Er ist als Teilbereich des Infotainments zu beschreiben. An dieser Stelle ist zu erwähnen, dass sich die nachfolgenden Abschnitte nicht auf den Ratgeberjournalismus im Allgemeinen beziehen – mit Ausnahme der Definitionen – sondern explizit mit Ratgebersendungen im Fernsehen beschäftigen. Des Weiteren wird ein Einblick in die Entwicklung des Ratgeberjournalismus gegeben und Vor- sowie Nachteile dieses Phänomens angeführt.

4.4.1. Ratgeberjournalismus

„Der Ratgeberjournalismus hat sich nicht auf einen bestimmten Sachbereich spezialisiert wie die meisten anderen Sparten des Journalismus, sondern gibt Hilfestellung in medizinischen, psychologischen, ökonomischen, juristischen Fragen ebenso wie in Berufs-, Haushalts-, Freizeit-, Partnerschafts-, Erziehungs- und Glaubensfragen.“³⁸

Dieser Definition nach behandelt der Ratgeberjournalismus eine umfangreiche Bandbreite an Themen und versucht Hilfestellung bei Schwierigkeiten und Problemen zu geben.

Die Entscheidung, welche Themen von Ratgebersendungen aufgegriffen werden, hängt zum einen von der Relevanz des Problems für die Gesellschaft, zum anderen von den Rezipienten ab. Alltägliche Geschichten und Probleme, banale Ereignisse sowie zwischen-

³⁷ vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Puls_4 aufgerufen am 09.11.2010.

³⁸ Hömberg, W./ Neuberger, C.: Experten des Alltags. Ratgeberjournalismus und Rechercheanzeigen. Eichstätt: Katholische Universität Eichstätt. Diplom-Studiengang Journalistik. 1995. S. 9.

menschliche Beziehungen gehören zur aufgegriffenen Thematik dieser Sendungen. Der Inhalt von Ratgebersendungen wird aufgrund dessen als „leichte Kost“ beschrieben.³⁹

Mit dem Phänomen von Ratgebersendungen haben sich auch Gstettner und Josef auseinandergesetzt. Ihre Definition lautet wie folgt: *„Lebenshilfe im Fernsehen wird geboten, wenn ein konkreter Tatbestand des täglichen Lebens von allgemeinem Interesse (allgemeines Interesse ist gegeben, wenn mindestens eine soziale, altersmäßige oder regionale Gruppe repräsentativ betroffen ist) problematisiert wird und Lösungsmöglichkeiten oder zumindest Hinweise auf solche geboten werden. Diese Vorschläge müssen nachvollziehbar sein.“*⁴⁰

Dieser Erklärung nach werden Rezipienten in Gruppen eingeteilt. Das Interesse ein Problem öffentlich zu diskutieren ist gegeben, wenn der Großteil einer Gruppe betroffen ist. Im Vergleich zur ersten Definition kommt der Aspekt der Problemlösung zum Vorschein. Dies meint, dass bei anfälligen Schwierigkeiten nicht bloße Hilfestellung geleistet wird, sondern auch für die Umsetzung unterstützende Ratschläge erteilt werden.

Hömberg und Neuberger kommen zu folgendem Schluss: *„Ratgebersendungen thematisieren Probleme, von denen die Rezipienten bereits in relativ großer Zahl betroffen sind oder deren Eintrittswahrscheinlichkeit hoch ist. Er leistet 'Hilfe zur Selbsthilfe' für ein überwiegend aus Laien bestehendes Publikum.“*⁴¹

Diese umfassende Definition beinhaltet die Aspekte *Thematik* und *Zielgruppe* von Ratgebersendungen. Zudem leisten Formate mit Ratgeberfunktion Hilfestellung und bieten Ratschläge zur Problemlösung an. Aufgrund der vorgestellten Kompetenzen können Ratgebersendungen als Anlaufstelle für Laien bezeichnet werden.

³⁹ vgl. Hömberg, W./ Neuberger, C.: Experten des Alltags. Ratgeberjournalismus und Rechercheanzeigen. Eichstätt: Katholische Universität Eichstätt. Diplom-Studiengang Journalistik. Letzter Abschnitt. 1995, S. 11.

⁴⁰ Gstettner, A./ Josef, F.: Lebenshilfe im Fernsehen. Wien: ORF. 1980. S. 8.

⁴¹ Hömberg, W./ Neuberger, C.: Experten des Alltags. Ratgeberjournalismus und Rechercheanzeigen. Eichstätt: Katholische Universität Eichstätt. Diplom-Studiengang Journalistik. 1995. S. 13.

4.4.2. Ursprung und Entwicklung des Ratgeberjournalismus

Die „Moralischen Wochenschriften“ können als Vorläufer des Ratgeberjournalismus angesehen werden. Diese Zeitschrift wurde im Zeitalter der Aufklärung produziert. Inhaltlich glänzte sie mit unterhaltenden Berichten und Ratschlägen. Nicht nur diese Zeitschrift konnte sich großer Beliebtheit erfreuen, großen Stellenwert kommt auch dem Medium „Zeitungs Lust und Nutz“ zu. Der Herausgeber dieser Zeitung, Kaspar Stiehler, war darauf bedacht in den Berichten auf die Ratgeberfunktion der Presse zu verweisen.

Die Erteilung von Ratschlägen durch die Medien wurde zunächst nicht akzeptiert. Erst ein Jahrhundert später haben Ratgeberbeiträge Anerkennung gewinnen können. In den folgenden Jahren wurde durch Themenvielfalt versucht neue Zielgruppen zu erreichen und bereits bestehende wachsen zu lassen. Ein Problem dieser Zeit war die hohe Analphabetenrate. Zumeist zählten sich Pfarrer und Lehrer zur lesenden Bevölkerung. Was aber nicht ausschließlich negativ war. Zu dieser Zeit hatten Lehrer und Pfarrer bedeutende Stellung. Durch sie konnte auch die Landesbevölkerung erreicht werden. Eine neue Zielgruppe, welche ausfindig gemacht werden konnte, waren die Industriearbeiter.

Viele Medien strebten zu Zeiten des gesellschaftlichen Wandels eine Umorientierung an. Printmedien und das Fernsehen haben den Bedarf an neuen Medienangeboten erkannt. Der Ratgeberjournalismus war geboren.⁴²

4.4.3. Vor- und Nachteile von Ratgebersendungen

Anhand von Untersuchungen konnten Vorteile, welche sich durch den Konsum von Ratgebersendungen für den Rezipienten ergeben, ausfindig gemacht werden. Zu den positiven Aspekten zählen unter anderem:⁴³

- Der Erhalt von Ratschlägen durch wenig Aufwand,
- das Durchbrechen der Hemmschwelle Rat zu suchen, (Aufsuchen von Experten ist nicht notwendig),
- das Aufmerksammachen auf Gefahren,
- der Erhalt von aktuellen Informationen zu bestimmten Themen,

⁴² vgl. ebda. S. 8-9.

⁴³ vgl. Hömberg, W./ Neuberger, C.: Experten des Alltags. Ratgeberjournalismus und Rechercheanzeigen. Eichstätt: Katholische Universität Eichstätt. Diplom-Studiengang Journalistik. 1995. S. 14.

- das umfangreiche Angebot von Hilfestellung und Lösungskompetenz und
- der einfache Zugang (Anlaufstelle) zu einem Thema.

Bei der Vermittlung von Ratschlägen durch ein Medium treten dennoch Schwierigkeiten auf:⁴⁴

- Erteilung von allgemeinen Ratschlägen
- Keine individuelle Problemlösungskompetenz
- Unklarheit über unverständliche Aussagen
- Fachwissen wird in vielen Fällen von Laien präsentiert
- Schleichwerbung für Produkte, welche eine Lösung des Problems versprechen
- Mitwirken von Schauspielern

In Bezug dessen wird ersichtlich, dass der Konsum von Sendungen mit Ratgeberfunktion Vorteile und Nachteile mit sich bringt. Der Nutzen von derlei Formaten kommt zum Vorschein, wenn Rezipienten die vermittelten Ratschläge in Gedanken reflektieren und mit anderen Lösungsvorschlägen oder Hilfsquellen vergleichen.

4.5. AUFBAU VON RATGEBERFORMATEN

In Kapitel 4 wurden Ratgeberformate als Sendungen mit Infotainmentcharakter beschrieben. Einerseits bieten diese Formate Information, andererseits fließen auch unterhaltende Elemente in die Berichterstattung ein. Hinzuzufügen ist, dass Produzenten von Infotainmentsendungen in ihren Formaten emotionale Darstellungsmittel effektiv einsetzen. Der Rezipient wird in diesem Sinne mit Inhalten konfrontiert, welche von Gefühlen und Stimmungen begleitet werden.

4.5.1. Emotionale Darstellungsmittel

Im Bereich des Ratgeberjournalismus ist der Trend zu Sendungen mit Emotionen zu erkennen. Unter anderem, da Gefühle in der Wahrnehmung von Inhalten eine bedeutende Rolle spielen. Um eine Sendung interessant und spannend aufzubereiten bedienen sich

⁴⁴ vgl. ebda. S. 14.

die Produzenten emotionaler Stillmittel. Für einige Zuseher sind Sendungen ohne den Einsatz dieser Hilfsmittel ‚schwere Kost‘. Nicht nur die Emotionalisierung spielt eine bedeutende Rolle; auf die Personifizierung und Dramatisierung wird gleich viel Wert gelegt.⁴⁵

Mit dem Aspekt der Emotionalisierung beschäftigte sich auch eine Forschungsgruppe unter der Leitung Hertha Sturms. Das Team untersuchte die Merkfähigkeit von emotionalen und kognitiven Inhalten. An emotionsgeladene Eindrücken konnten sich die Probanden nach drei Wochen noch erinnern. Im Vergleich nahm das kognitive Wissen von Woche zu Woche ab.⁴⁶

Wegener benennt Bilder, die Präsentationsform und die Musik als emotionale Stillmittel. Die Aufmerksamkeit und das Interesse der Zuseher kann durch den Einsatz dieser Hilfsmittel erhöht werden. Die Wahrnehmung der Rezipienten kann auf diese Weise beeinflusst werden.⁴⁷

Nach Oehmichen und Schneider werden emotionale Stillmittel eingesetzt, um Gefühle zu wecken und bei den Rezipienten Betroffenheit auszulösen. Sie beschreiben in diesem Zusammenhang die Großaufnahme von Gesichtern als Aspekt der Emotionalisierung. Dadurch können Rezipienten Gefühlsausdrücke – wie etwa Verzweiflung oder Freude – wahrnehmen.⁴⁸

Mit der Unterstützung von Bildern können emotionale Wirkungen auf die Rezipienten bewusst geplant werden. Diesem Stillmittel kommt im Fernsehen große Bedeutung zu, da dieses Medium von ihrer visuellen Aufmachung abhängig ist. Emotionen können mit Ka-

⁴⁵ vgl. Heringer, H.L.: Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen. Niemeyer. 1994. S.96ff.

⁴⁶ vgl. Kernnbeiß, G.: Fernsehnachrichten und deren Verarbeitung. Die Beeinflussung der Informationsaufnahme durch Emotionen - erhoben mit psycho-physiologischen Messmethoden. Wien. Universität Wien. Diplomarbeit. 1996. S.60

⁴⁷ vgl. Wegener, C.: Reality TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information? Opladen. Leske und Budrich. 1994. S. 21.

⁴⁸ vgl. Oehmichen, E./ Schneider, H.: Qualitätsanforderungen an Fernseh-Informationssendungen. In: Media Perspektiven 1/2008. S.20, http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/01-2008_Oehmichen.pdf, aufgerufen am 16.11.2010.

meragewackel und Kamerafahrten sowie Close-Up's gezielt geplant werden. Der Effekt der Emotion wird dadurch verstärkt.⁴⁹

Die Präsentationsform von Personen kann die Eindrücke von Rezipienten mit beeinflussen. In Kontext dazu spielen die Kameraeinstellungen und die Kameraperspektive entscheidende Rollen. Die Ergebnisse einer Studie von Mandell und Shaw zeigen, dass Personen, welche von unten hinauf gefilmt werden einen aktiveren und stärkeren Eindruck bei den Zusehern hinterlassen als jene, die von oben hinab gefilmt werden. Eine andere Studie kommt zum Schluss, dass Zuseher Aufnahmen von Personen bevorzugen, welche von vorne und in Augenhöhe gefilmt werden. Die Sicht aus der Vogel- und Froschperspektive wird von den Rezipienten mit negativen Eigenschaften beschrieben.⁵⁰

Wittwen meint, dass aufgrund des sprachlichen Ausdrucks Emotionen und Stimmungen entstehen können. Unter anderem bezeichnet er Metaphern oder kurzatmig oder in der Mundart gesprochene Sätze als Emotionalisierungsinstrumente. Zur dieser Art von Emotionalisierung zählt auch der Einbezug der Rezipienten (direkte Anrede, „wir“-Sätze, Betonung des Gemeinschaftssinns etc.) in das Fernsehgeschehen. Dadurch wird ein Gefühl der Nähe vermittelt, der Zuseher fühlt sich mit der Sendung und/ oder der Person verbunden.⁵¹

Der Moderator einer Sendung kann die Wirkung einer Sendung auf die Rezipienten ebenfalls mitbestimmen. Für die Zuseher ist es wichtig, dass er Kompetenz ausstrahlt und über das berichtete Thema informiert ist. Andererseits ist es von Bedeutung, dass der Moderator die Fähigkeit besitzt Rezipienten bzw. Laien an eine bestimmte Thematik heranzuführen.⁵²

⁴⁹ vgl. Schultheiss, B. M./ Jenzowsky, S. A.: Infotainment. Der Einfluss emotionalisierend-affektorientierter Darstellung auf die Glaubwürdigkeit. In: M&K Nr.1. Jg. 48. 2000. S. 65. http://www.m-und-k.info/MuK/hefte/MuK_00_01.pdf aufgerufen am: 16.11.2010.

⁵⁰ vgl. Pichler, A.: Die Wirkung der formalen Gestaltungselemente des Fernsehens auf die Wahrnehmung des Rezipienten. Wien. Universität Wien. Diplomarbeit. 1990. S. 38.

⁵¹ vgl. Wittwen, A.: Infotainment. Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung. Bern u. a.: Lang. 1995. S. 134.

⁵² vgl. Sturm, H.: Fernsehdiktate. Die Veränderung von Gedanken und Gefühlen. Ergebnisse und Folgerungen für eine rezipientenorientierte Mediendramaturgie. Gütersloh: Verlag Stiftung Bertelsmann. 1991. S. 27-28.

Schultheiss und Jenzowsky haben eine Studie in Bezug auf die Glaubwürdigkeit von Sendungen mit unterhaltenden und emotionalen Elementen durchgeführt. Die Untersuchung ergab, dass durch den Einsatz von emotionalen Stilmitteln in Berichten, einer Sendung oder der Anmoderation die Glaubwürdigkeit gemindert wird.⁵³

Aufgrund der Studienergebnisse kann angenommen werden, dass durch den Einsatz von emotionalen Darstellungsmitteln die Glaubwürdigkeit von Inhalten, Personen und Moderatoren verloren gehen kann. Andererseits sorgen diese emotionalen und unterhaltenden Elemente für Aufmerksamkeit und können dadurch von den Rezipienten gut in Erinnerung behalten werden.

⁵³ vgl. Schultheiss, B. M./ Jenzowsky, S. A.: Infotainment. Der Einfluss emotionalisierend-affektorientierter Darstellung auf die Glaubwürdigkeit. In: M&K Nr.1. Jg. 48 (2000). S. 80. http://www.m-und-k.info/MuK/hefte/MuK_00_01.pdf aufgerufen am: 16.11.2010.

5. ERNÄHRUNG IN DEN MEDIEN

In dieser Arbeit wird das Rezeptionsverhalten von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung untersucht. Dieses Kapitel liefert einen Überblick über die in den letzten Jahren im deutschsprachigen Fernsehen (ausschließlich der Schweiz) ausgestrahlten Sendungen. Im Kontext dazu wird auf die Rolle der Medien bei der Vermittlung über gesunde Ernährung eingegangen. Ratgebersendungen differenzieren sich unter anderem durch ihre Aufmachung von anderen verwandten Formaten. Diesbezüglich werden charakteristische Merkmale der Aufbereitung angeführt.

5.1. RATGEBERFORMATE ZUM THEMA GESUNDE ERNÄHRUNG

Im Anschluss werden Ratgebersendungen, welche das Thema gesunde Ernährung behandeln, angeführt und beschrieben. An dieser Stelle ist anzumerken, dass die vorgestellten Formate im deutschsprachigen Fernsehen ausgestrahlt werden. Es wurde nicht für sinnvoll erachtet Ratgeberformate aus anderen Ländern zu beschreiben, da sich die theoretische Auseinandersetzung in dieser Arbeit auf die Länder Österreich und Deutschland beschränkt.

5.1.1. Sendungen mit Sasha Walleczek

Im Jahre 2006 startete der österreichische Privatsender ATV eine Ratgebersendung zum Thema gesunde Ernährung mit dem Namen „**Du bist, was du isst**“. Die Moderation des Formats übernahm Sasha Walleczek. Sie ist studierte Betriebswirtin und Ernährungstherapeutin und hat ein Programm zur erfolgreichen Gewichtsreduktion entwickelt, und zwar *Die Walleczek-Methode*.

Der Privatsender ATV produzierte nach dem großen Erfolg der Ratgebersendung noch weitere Formate, in welchen Sasha Walleczek als Moderatorin fungierte:

- „Sasha Walleczek isst anders!“ (2007)
- „Österreich isst besser!“ (2008)
- „Österreich isst besser! – Das Abnehmcamp für Teenager“ (2009)

- „Österreich isst besser! – Promis specken ab“ (2010)

In den Sendungen versucht Sasha Walleczek den teilnehmenden Personen eine gesunde Ernährungsweise nahe zu bringen. In der ersten genannten Sendung begleitet sie eine Frau und einen Mann (die Teilnehmer sind keine Schauspieler) bei ihrem Vorhaben abzunehmen. Jede Sendung beginnt mit einer inhaltlich identen Anfangsszene: Gezeigt werden die unglücklichen Gesichter der Teilnehmer und ihre bloß mit Unterwäsche bekleideten übergewichtigen Körper. Im Verlauf der Sendung analysiert sie das bisherige Essverhalten der Kandidaten, führt ihnen schlechte Essensgewohnheiten vor Augen und versucht ihnen gesundes Essen schmackhaft zu machen. Kochtipps und Rezepte gibt sie ebenfalls an die Rezipienten weiter. Das Abnehmen erfolgt nach dem Grundprinzip ihrer Walleczek-Methode. In der Sendung spielt aber nicht nur der Aspekt des Abnehmens eine Rolle, auch der Gesundheit wird hoher Stellenwert zugeschrieben. Am Ende einer Sendung werden die Erfolge der Teilnehmer präsentiert. Glückliche Gesichter und der erneute Gang zur Waage mit zu großen Kleidungsstücken sind fixe Bestandteile jeder Abschlusszene. Die gesamte Aufbereitung des Formats ist von Sendung zu Sendung ähnlich: Während des Sendungsverlaufes eines Formats kommentiert ein sich im Hintergrund befindlicher Moderator die Anmerkungen der Teilnehmer und von Sasha Walleczek. Einige Szenen werden mit dramatisch klingender Musik untermalt. Es werden lediglich Personen mit Abnehmerfolgen gezeigt: Jeder mitwirkende Kandidat konnte sein Gewicht reduzieren und die Walleczek-Methode umsetzen.

„**Österreich isst besser**“ behandelt hingegen nicht die Probleme und Schwierigkeiten einzelner Personen. Es werden die Essensgewohnheiten von Familien, Dörfern, Unternehmen etc. analysiert. Sasha Walleczek versucht auch in dieser Sendung Hilfestellung zu leisten.

Alle Sendungen mit Sasha Walleczek erfolgen nach einem ähnlichen Prinzip. Mit dem Unterschied, dass im **Abnehmcamp** das Essverhalten von mehreren Jugendlichen in den Fokus gestellt wird. Die Sendungen haben fortsetzenden Charakter, sodass über mehrere Wochen das Verhalten von Jugendlichen verfolgt werden kann. In diesen Formaten spielen auch zwischenmenschliche Beziehungen eine Rolle. Das Verhältnis zu Familienmitglie-

dern und Freunden wird thematisiert. Auch die freundschaftlichen Beziehungen der Kandidaten untereinander werden thematisch aufgegriffen. Zudem werden Streitigkeiten und Problemen unter den teilnehmenden Jugendlichen ausstrahlt. Das Ernährungsprogramm von Sasha Walleczek wird von einem Personal Trainer (Toni Klein) begleitet. Er versucht den Jugendlichen die Relevanz von Bewegung näher zu bringen und die Notwendigkeit diese in den Alltag zu integrieren. Am Ende einer Staffel werden die Erfolge der Kandidaten präsentiert. Im Gegensatz zu den vorherigen Ausstrahlungen von Sendungen mit Sasha Walleczek werden auch erfolglose Teilnehmer und Jugendliche, die nur geringe Fortschritte beim Abnehmen verzeichnen konnten, präsentiert.

Bei **„Österreich isst besser! – Promis specken ab“** nehmen Personen des öffentlichen Lebens teil. In dieser Sendung wird der Schwerpunkt auf die Umsetzung von gesunder Ernährung gelegt. Die mitwirkenden Kandidaten vertreten jede Gewichtsklasse; Normalgewichtige sowie übergewichtige Personen nehmen teil. Das Abnehmen sowie die Gesundheit spielt eine große Rolle. Die positiven Auswirkungen von gesunder Ernährung werden hervorgehoben. Auch diese Sendung wird von Personal Trainer Toni Klein begleitet. Dieses Format wird in Form von fortsetzenden Sendungen ausstrahlt. In der letzten Ausstrahlung wird über die Erfolge der Kandidaten berichtet. Auch in diesem Format werden sowohl Teilnehmer mit Erfolg wie auch Kandidaten, die keine großen Fortschritte verzeichnen konnten, gezeigt.

Konstante in allen Sendungen ist die idente Aufbereitung. Sasha Walleczek nimmt die Funktion einer Moderation ein und wird von Kommentaren einer Hintergrundstimme während des gesamten Sendungsverlaufs begleitet. Musikalische Elemente finden in jeder Sendung ihren Einzug. Emotionale Bilder und Berichte sind fixer Bestandteil jeder Ausstrahlung.

Bereits das erste Format mit Sasha Walleczek erzielte gute Zuschauerquoten. Die erfolgreichste Sendung war **„Österreich ist besser! – Das Teenager Camp“**. Im Durchschnitt sahen sich 177.000 Rezipienten eine Sendung an. Die Presseabteilung des Privatsenders ATV gibt bekannt, dass die Zielgruppe der 12-29jährigen die Sendungen am häufigsten konsumiert. Unter diesen sind es vor allem Frauen bis zum Alter von 30 Jahren, welche

die Sendungen rezipieren. Der durchschnittlich erlangte Marktanteil der Sendung betrug bei den 12-49jährigen 9 %.⁵⁴

5.1.2. „The Biggest Loser“

Das Konzept dieses Formats stammt aus Amerika und wurde im Jahr 2009 von ProSieben übernommen. Mehrere Kandidaten (keine Schauspieler) nahmen an der Sendung teil und machten es sich zum gemeinsamen Ziel abzunehmen. Wer am Ende einer Staffel am meisten abgenommen hat bekommt eine Siegerprämie. Bei der ersten Staffel waren dies € 100.000,-. Die Sendung wurde von der Prominenten Katarina Witt moderiert.⁵⁵

Im Vordergrund der Sendung steht das Abnehmen durch sportliche Betätigung. Die Kandidaten haben wöchentlich viele sportliche Aktivitäten zu meistern, bei denen sie ein Personal Trainer begleitet. Für Notfälle überwacht auch ein Ärzteteam den gesundheitlichen Zustand der Kandidaten. Informationen bezüglich der Ernährung werden nur wenig gegeben. Die Sendung setzt auf den Faktor der Unterhaltung.

Im folgenden Jahr, 2010, strahlte Kabel 1 das Format unter dem Namen „The Biggest Loser – Abspecken im Doppelpack“ aus. Die Aufbereitung der Sendung änderte sich im Vergleich zur ersten Staffel nicht, ungeachtet dessen, dass nun keine Einzelpersonen, sondern Teams die Siegerprämie kassieren möchten. Wieder steht die sportliche Betätigung im Fokus der Sendung. Am Ende jeder Episode müssen sich die Teilnehmer der Wahrheit stellen: Der Weg zur Waage wird mit emotionalen Bildern und dramatischer Musik untermalt. Die Spannung wird erhöht. Das Team, welches am wenigsten gemeinsam abnehmen konnte, muss die Sendung verlassen, für die anderen besteht weiterhin Hoffnung auf den Sieg. Die zweite Staffel findet auf Mallorca statt und wird von der Prominenten Regina Halmich moderiert. Der Gewinn beträgt diesmal € 25.000,-.⁵⁶

⁵⁴ vgl. http://www.walleczek.at/fileadmin/user_upload/pdf/Presseaussendung_ATV_20080113.pdf aufgerufen am: 16.11.2010.

⁵⁵ vgl. <http://www.tv-serie.org/biggest-loser/> aufgerufen am: 11.11.2010.

⁵⁶ vgl. <http://www.welt.de/fernsehen/article6572455/Ex-Boxerin-Halmich-hilft-jetzt-dicken-Paaren.html> aufgerufen am: 11.11.2010.

Die Sendungen der zweiten Staffel haben die Quotenerfolge der Erstausrahlung übertrumpft. Der durchschnittliche Marktanteil bei den 12-49jährigen beträgt 6,5%.⁵⁷

5.1.3. „Liebling, wir bringen die Kinder um“

Das Konzept dieser Sendung wurde ebenfalls aus dem amerikanischen Fernsehen übernommen. Das Format wurde auf BBC ausgestrahlt, erzielte Quotenerfolge, und nannte sich „Honey, we’re killing the kids“. Dieses Format wurde im deutschen Fernsehen erstmals im Jahr 2006 ausgestrahlt, und zwar auf dem Privatsender RTL2. Inhalt dieser Sendung war, dass die Ernährungswissenschaftlerin Alexa Iwan es sich zur Aufgabe machte übergewichtigen Kindern beim Abnehmen zu helfen. Ziel war es die Kinder und auch ihre Eltern von einer gesünderen Lebensweise zu überzeugen. Die Ernährungsberaterin stellt hierzu für jedes Kind einen individuellen Ernährungsplan zusammen. Höhepunkt der Sendung ist die erstellte Computeranimation wie das Kind in späteren Jahren aussehen wird, wenn es seine falschen Gewohnheiten beibehält. Spannung, emotionale Bilder und dramatische Szenen stehen in dieser Szene im Vordergrund. Diese Bilder werden aber nur den Eltern gezeigt. Zusätzlich erhalten die Eltern sowie das Kind ein computeranimiertes Foto, wie die Entwicklung ihres Kindes aussehen könnte, wenn es sich in Zukunft gesund ernährt und Sport betreibt.⁵⁸

5.1.4. „Abnehmen in Essen“

Claudia Richarz, die Regisseurin der Sendung hat fast ein ganzes Jahr lang fünf Frauen, die sich das Abnehmen zum Ziel gemacht haben, mit der Kamera begleitet. Erstmals wurde das Format im Jahr 2000 auf Arte ausgestrahlt. In späteren Jahren übernahm der Sender WDR das Konzept dieses Formats. Eine neue Staffel begann am Ende des Jahres 2010. Die Ausstrahlung übernahm der Sender EinsPlus.

⁵⁷ vgl.

<http://www.prosiebensat1.com/pressezentrum/kabel1/meldung/index.php?method=pmview&pmid=28812&plattform=prosiebensat1mediaag> aufgerufen am: 16.11.2010.

⁵⁸ vgl. http://www.constantin-entertainment.de/cms/front_content.php?idart=202 aufgerufen am: 11.11.2010.

5.1.5. Ratgeberformate zum Thema gesunde Ernährung im ORF

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk strahlt kein reines Ratgeberformat zur Thematik gesunde Ernährung aus. Anzumerken ist, dass die seit April 2005 ausgestrahlte Sendung „Help TV“ – moderiert von Barbara Stöckl - in einzelnen Beiträgen dem Thema gesunde Ernährung Aufmerksamkeit schenkt.

Am Anfang des Jahres 2010 startete der ORF eine Gesundheitsinitiative; der Sender ORF 2 machte sich gesundheitliche und ernährungsspezifische Themen zum Schwerpunkt, und zwar mit den Sendungen „Bewusst gesund“ und „Unser Herz“. Eine Untersuchung des ORF belegt den Erfolg dieser Sendungen. Fast 60 % der österreichischen Bevölkerung (ab 12 Jahren) haben sich eine dieser Sendungen angesehen.⁵⁹

Im November 2010 strahlte der ORF unter der Initiative „Bewusst gesund“ ein neues Gesundheitsmagazin aus. Moderiert wird die Sendung von Ricarda Reinisch-Zielinski. Thematische Schwerpunkte der ersten Sendung sind unter anderem:

- Richtig essen macht fit: Paprika, Brokkoli und Co
- Bewegung als Therapie⁶⁰

An dieser Stelle ist anzumerken, dass nicht alle ausgestrahlten Ratgeberformate in Österreich und Deutschland, welche das Thema gesunde Ernährung behandelten oder behandeln, beschrieben wurden. Das umfangreiche Angebot lässt es unmöglich erscheinen alle Sendungen zu nennen. In Bezug dessen ist an die zahlreich produzierten Kochshows zu verweisen, welche sich auch in die Kategorie der Ratgeberformate mit Infotainmentcharakter einordnen lassen. Die Auswahl der vorgestellten Sendungen erfolgte nach folgenden Gesichtspunkten:

- Das Format muss das Thema gesunde Ernährung inhaltlich – ungeachtet wie oft - behandeln.
- Die Erstausstrahlung darf nicht länger als 10 Jahre zurückliegen.
- Die Sendung muss von einer Person moderiert werden.
- Kochshows werden außer Acht gelassen.

⁵⁹ vgl. <http://insider.orf.at/?story=452> aufgerufen am: 11.11.2010.

⁶⁰ vgl. <http://bewusstgesund.orf.at/magazin/> aufgerufen am: 11.11.2010.

5.2. ERFOLG VON RATGEBERSENDUNGEN MIT DEM THEMA GESUNDE ERNÄHRUNG

Die Vielzahl an produzierten Sendungen mit Ratgeberfunktion lässt die Annahme schließen, dass der Bedarf nach Beratung in der Gesellschaft stetig wächst. Zum anderen kann die Vermutung geäußert werden, dass derlei Formate von den Rezipienten gerne konsumiert werden. Die Quotenerfolge einzelner Sendungen sprechen für sich.

Die Formate unterscheiden sich zwar in der Aufbereitung, die gemeinsame Basis all dieser Sendung sind aber die Themen gesundes Essen und Abnehmen sowie die Beratungsfunktion. Sowohl Privatanbieter wie auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk bieten in diesem Bereich Ratgebersendungen an.

5.3. ÖFFENTLICH-RECHTLICHE ANBIETER VS. PRIVATE SENDEANSTALTEN

Nach gewonnenen Erkenntnissen der Programmanalyse von 2009 weist sich ein Unterschied zwischen den österreichischen und deutschen öffentlich-rechtlichen Programmangebot aus. Der Sender ORF 1 bietet überwiegend Unterhaltung an und behandelt Sach-, Lebenswelt- sowie Politikthemen in geringerem Ausmaß als die deutschen Sender ARD oder ZDF. Das zweite Vollprogramm Österreich's (ORF 2) strahlt alle fernsehpublizistischen Sendungsformate aus. Unterhaltung (Filme, Serien und Shows) und Information (Beratung, Human-Touch Themen, Sport, Politik) werden in gleichem Ausmaß präsentiert. ORF 2 ist dem deutschen Sender ZDF ähnlich.⁶¹

Die österreichischen Privatprogramme ATV und Puls 4 bieten in der Hälfte ihrer Sendezeit fiktionale Unterhaltung an. Ähnlichkeiten herrschen zwischen dem Sender ATV und SAT 1 sowie RTL. Unterschiede konnten diesbezüglich in der Unterhaltung festgemacht werden: ATV setzt auf fiktionale Unterhaltung, RTL präsentiert bevorzugt Human-Touch Themen. Der Sender Puls 4 legt den Themenschwerpunkt – abgesehen von der fiktionalen Unterhaltung – auf Stars, Prominente, Lifestyle, Sex, Zeitgeist, Unfälle und Kriminalität. Lebenswelt-, Service- und Sachpublizistik machen das Programm vollständig.⁶²

⁶¹ vgl. <http://www.rtr.at/de/komp/Publikationen/Band2-2010.pdf> S. 109ff. Aufgerufen am: 25.11.2010.

⁶² vgl. ebda. S. 113f. aufgerufen am: 25.11.2010.

Diesbezüglich kann gesagt werden, dass nicht nur Unterschiede zwischen den öffentlich-rechtlichen Programmen und den der Privatanbieter existieren. Die ausgestrahlten Formate innerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks unterscheiden sich ebenfalls in Inhalt und Aufmachung. Im Vergleich dazu differenzieren sich auch die Sendungen des Privatfernsehens in Aufbereitung, Stil und in der Setzung des Themenschwerpunktes. Zudem wurde ersichtlich, dass länderspezifische Unterschiede hinsichtlich der Programme bestehen.

5.3.1. Überlegungen: Ratgeberformate zum Thema gesunde Ernährung

Im Gegensatz zu den Ratgebersendungen im Privatfernsehen zeichnen sich Formate im öffentlich-rechtlichen Rundfunk durch ihren informativen Charakter aus. Die Formate stützen sich nicht auf den Unterhaltungsfaktor, sondern bereiten qualitative Berichte auf. Emotionale Bilder, erhöhte Spannung oder dramatische Szenen sind in den vorgestellten Sendungen nicht zu finden. Interessant ist, dass in öffentlich-rechtlichen Ratgeberformaten Medienexperten die Moderation übernehmen.

Hingegen setzen die Privatanbieter in ihren Formaten auf prominente Moderatoren, welche in ihrem Hauptberuf Sportlerinnen oder Ernährungsberaterinnen sind. In all den vorgestellten privaten Ratgeberformaten nehmen Kandidaten aus dem realen Leben Teil. Die Sendungen im privaten Sektor sind sehr unterschiedlich aufbereitet: Die Sendungen mit Sasha Walleczek können als Paradebeispiel einer Ratgebersendung mit Infotainmentcharakter beschrieben werden. Das Format ist sehr informativ, zugleich fließen aber unterhaltende Elemente in die Berichterstattung ein. Hingegen zeichnet sich die Sendung „The Biggest Loser“ durch seinen hohen Unterhaltungswert aus. Das Weitergeben von Informationen bezüglich der Ernährung spielt eine sekundäre Rolle.

Öffentlich-rechtliche Ratgeberformate wollen zwar primär informieren, lassen aber auch unterhaltende Elementen wie etwa die Musik in ihren Sendungen Einzug finden. Als gemeinsame Basis all dieser Sendungen lassen sich die Themen gesunde Ernährung und Abnehmen sowie die Beratungsfunktion – bei einer Sendung primär, bei der anderen sekundär – beschreiben.

Diese Erkenntnisse stützen sich auf die subjektive Wahrnehmung. In dieser Hinsicht wäre es sinnvoll in einer ergänzenden Studie alle Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung mittels Inhaltsanalyse zu analysieren, um Erkenntnisse gewinnen und Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen sowie privaten Sendeanstalten hinsichtlich Aufbereitung, Inhalt, Themenschwerpunkte etc. aufzufindig machen zu können. Ein länderspezifischer Vergleich wäre in diesem Zusammenhang erstrebenswert.

5.4. DIE ROLLE DER MEDIEN BEI DER VERMITTLUNG VON GESUNDER ERNÄHRUNG.

Von den Medien wurde das Thema Gesundheit in den 90er Jahren aufgenommen. Etwas später befassten sich auch Printmedien und das Fernsehen mit der Thematik Ernährung. Im letzten Jahrzehnt widmete sich verstärkt das Internet den oben genannten Themen und fungierte als Ratgeber. Funktionen des Netzes machten es möglich, dass Konsumenten Berichte lesen und sich zudem untereinander austauschen (Foren, Weblogs, Webcam etc.) können. Probleme und Schwierigkeiten des privaten Lebens werden öffentlich mit anderen diskutiert. Das Fernsehen versteht es auf eine andere Art und Weise das Private öffentlich zu machen. Beispielsweise in Ratgeberformaten zum Thema gesunde Ernährung.⁶³ Personen des normalen Lebens (Nichtprominente Personen, keine Schauspieler) nehmen an einer Sendung teil und machen es sich zum Ziel abzunehmen.

Aufgrund der Quotenerfolge von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung kann angenommen werden, dass das Hilfsangebot dieser Formate von der Gesellschaft angenommen wird und dass der Bedarf nach Beratung vorhanden ist. An dieser Stelle rückt die Frage in den Vordergrund, welche Funktionen Ratgeberformate im Fernsehen mit dem Thema Ernährung für die Rezipienten zu erfüllen haben.

5.4.1. Funktionen der Massenmedien

Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht haben Massenmedien Funktionen für die Gesellschaft zu erfüllen. Im Nachfolgenden werden die soziale Funktion und die Informa-

⁶³ vgl. http://www.slm.uni-hamburg.de/imk/HamburgerHefte/HH08_EntertainYou.pdf aufgerufen am: 16.11.2010.

tionsfunktion der Massenmedien beschrieben, da diese für das Forschungsinteresse relevant sind. Andere Funktionen der Massenmedien werden außer Acht gelassen.

Informationsfunktion

Für jeden Menschen sind nicht nur eigens erlebte Erfahrungen von Bedeutung. Den durch das Fernsehen vermittelten Sekundärerfahrungen wird ebenso Relevanz zugeschrieben. Medien erfüllen in diesem Sinne bedeutende Funktionen: Einerseits vermitteln sie Wissen sowie Information über unbekannte oder nicht öffentliche Themen, andererseits geben sie die Erfahrungen von anderen Personen weiter. Dadurch können die Rezipienten ihre Gedanken, ihr Wissen oder ihre Ideen erweitern und die Lebensweise ständig optimieren.⁶⁴

Es kann angenommen werden, dass Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung die Informationsfunktion erfüllen. In den Formaten werden Ratschläge erteilt, Tipps zur Umsetzung gegeben und Hilfestellung geleistet. Zumeist werden in den Sendungen Teilnehmer präsentiert, die abnehmen wollen, somit können auch Erfahrungen von anderen Personen an die Rezipienten weitergegeben werden.

Soziale Funktion

Sozialisation durch Massenkommunikation kann nach Ronneberger auf zwei verschiedene Arten erfolgen:⁶⁵

- 1) Durch die Weitergabe von Normen, Werten und Leitbildern sowie durch die Vermittlung des Denkens und Handelns. Für dies sind aber auch andere Institutionen verantwortlich, beispielsweise die Familie, der Freundeskreis oder die Berufswelt.
- 2) Durch die Überlieferung von Verhaltensweisen und Denkformen: *„In diesem Fall muss Sozialisation indirekt aus dem Gesamtangebot der Medien erschlossen werden. Hier kann nichts Fertiggeformtes und Artikuliertes übernommen werden, hier*

⁶⁴ vgl. Burkart, R.: Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen und Problemfelder. Köln. Weimar. Wien. Böhlau. 2002. S. 402ff.

⁶⁵ vgl. ebda.: S. 385.

*gibt es keine Überredung, hier muss ein komplexer Reflexionsprozess in Bezug auf das täglich Gelesene, Gehörte und Geschaute einsetzen.*⁶⁶

Die soziale Funktion der Massenmedien beinhaltet die soziale Orientierung, die Rekreations- sowie die Integrationsfunktion. Diese Begriffe werden im Anschluss näher erläutert.

Soziale Orientierung

In Zusammenhang mit der Sozialen Funktion spielt die soziale Orientierung eine bedeutende Rolle. Die Massenmedien versorgen die Gesellschaft tagein und tagaus mit einer Vielzahl an Informationen. Zugleich helfen sie den Menschen dabei sich in ihrer Umwelt zurechtzufinden. Sie versuchen den Mangel an individuellen und primären Erfahrungen auszugleichen, indem sie Informationen bereitstellen und als Ratgeber fungieren.⁶⁷

Der Thematik gesunde Ernährung wird in den Medien große Aufmerksamkeit geschenkt. Auch durch Ratgebersendungen zu diesem Thema werden Rezipienten informiert. Zudem bieten die Formate Hilfestellung und Orientierung an, um sich bei der Vielzahl an Information zurecht zu finden. Hierzu besteht die Annahme, dass das an den Rezipienten weitergegebene Wissen – durch Fernsehen, Printmedien und Internet – unüberschaubar geworden ist. In Anbetracht dessen ist danach zu fragen, ob die Fülle an Informationen auf Seiten der Rezipienten zu einer Orientierungslosigkeit/Desorientierung führt. Im empirischen Teil wird mithilfe eines Leitfadeninterviews versucht diese Forschungsfrage zu beantworten.

Rekreatationsfunktion

Massenmedien sollen dem Rezipienten ermöglichen sich durch den Konsum abzulenken, zu unterhalten und zu entspannen.⁶⁸

⁶⁶ Burkart, R.: Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen und Problemfelder. Köln. Weimar. Wien. Böhlau. 2002. S. 385.

⁶⁷ vgl. ebda. S. 386.

⁶⁸ vgl. ebda. S. 387.

Anzumerken ist, dass hierbei der Rezeptionsnutzen des Konsumenten relevant ist. Es besteht die Möglichkeit, dass der Rezipient die Sendung nur aufgrund der angebotenen Beratung konsumiert. Andererseits kann auf Seiten der zusehenden Person der Wunsch nach bloßer Unterhaltung vorhanden sein. Es stellt sich die Frage, ob Rezipienten Ratgebersendungen mit dem Thema Ernährung aufgrund der vermittelten Information oder der Unterhaltung ansehen. Dieses Thema wird im nachfolgenden Kapitel „Mediennutzungsforschung“ sowie im empirischen Teil näher behandelt.

Integrationsfunktion

Die Gesellschaft ist ein komplexes Konstrukt. Es fällt schwer sich zurechtzufinden. In Bezug dessen ist die Integration von großer Relevanz, da die Herstellung dieser als gesellschaftliches Ziel angesehen werden kann.⁶⁹

Die von den Medien zu erfüllende Integrationsfunktion ist deshalb von enormer Bedeutung, da sie eine Gesellschaft zusammenhält. Unter anderem können Ratgebersendungen integrative Wirkung erzielen, indem sie für Gesprächsstoff sorgen und das „Mitreden“ gewährleisten und fördern. Durch die Sendungen geschieht eine Konfrontation mit Personen des normalen Lebens, die alltägliche Probleme zu bewältigen haben. Aufgrund dessen fällt es dem Rezipienten leicht Sympathie aufzubauen und Empathie zu verspüren. Ähnliche Geschichten und Erfahrungen und der Austausch dieser sorgen für einen wichtigen Vergleichswert, den eine komplexe Gesellschaft benötigt, um Probleme zu lösen.

⁶⁹ vgl. Burkart. S.387f

6. MEDIENNUTZUNGSFORSCHUNG/ MEDIENWIRKUNGSFORSCHUNG

Nach einer Definition von Krause ist „*Journalismus als Vermittlung von Wissen zur Bearbeitung von Problemen zu verstehen.*“⁷⁰

Diese Aussage meint, dass Ratgebersendungen aufgrund der Information und Unterhaltung rezipiert werden. Zum anderen wird erkennbar, dass die Konsumenten das vermittelte Wissen gebrauchen möchten.⁷¹

In Anlehnung dazu besteht die Vermutung, dass Ratgebersendungen zum Thema Ernährung für Rezipienten bestimmte Nutzen einnehmen. Im Folgenden Kapitel wird darauf eingegangen, warum sich Rezipienten Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung ansehen und welche Bedeutung diese Formate für sie einnehmen.

6.1. BISHERIGER FORSCHUNGSSTAND

Die Forschung hat sich bislang wenig mit den Auswirkungen auf die Rezipienten von Fernsehsendungen, welche die Themen Ernährung und Gewicht behandeln, beschäftigt. Es gibt eine Vielzahl an Studien, welche die Themen Ernährung, Gewicht und gesundes Essen behandeln. Auch das Thema Reality-TV und Infotainment und dessen Rezeptionsmotive werden in der Wissenschaft oft untersucht, aber keine Studie liefert Ergebnisse über Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung. In Amerika wurde lediglich eine Studie durchgeführt, um die Wirkungsweise der Sendung „Eat Smart“ auf die Rezipienten untersuchen zu können. Es ist zu erwähnen, dass hierbei eine telefonische Umfrage mit ca. 300 Probanden durchgeführt wurde. Das Ergebnis lieferte die Erkenntnis, dass Konsumenten der Sendungen nach der Rezeption ihr Wissen über die Thematik Ernährung erweitern konnten. Nach einem halben Jahr wurde das Wissen der an der Studie Teilnehmenden erneut überprüft. Die Informationen der Sendungen konnten auch nach diesem langen Zeitraum größtenteils behalten werden.

⁷⁰ Krause, D.: Beratung, Therapie oder doch bloß „Show“? Motivationen und Gratifikationen von Domian-Anrufern. Münster. Westfälische Wilhelms-Universität zu Münster. Diss. 2006. S.10.

⁷¹ vgl. Krause, D.: Beratung, Therapie oder doch bloß „Show“? Motivationen und Gratifikationen von Domian-Anrufern. Münster. Westfälische Wilhelms-Universität zu Münster. Diss. 2006. S.10.

Deutschsprachige Fernsehformate zum Thema Ernährung und/oder Gewicht wurden bislang nicht untersucht. Bei den Forschungsansätzen zu Ratgeberformaten mit der Thematik Ernährung wurde der Schwerpunkt auf die Inhalte der Formate gelenkt. In dieser Hinsicht gibt es zwar einige Studienergebnisse zu diesem Thema, die aber lediglich inhaltsanalytisch untersucht wurden. Die Rezeptionsgründe der Konsumenten blieben bislang unerforscht. Ebenso unbeachtet bleibt der Nutzen der Sendungen für die Rezipienten.⁷²

An dieser Stelle ist zu erwähnen, dass eine Studentin im Rahmen ihrer Diplomarbeit die Wirkungsweise auf Rezipienten einer Ratbersendung zum Thema gesunde Ernährung untersucht hat. Im Fokus ihres Forschungsinteresses stand das Format „Sasha Walleczek isst besser“. Im empirischen Teil ihrer Arbeit machte sie Rezeptionsmotive des Publikums der Sendung „Sasha Walleczek ist besser“ ausfindig. Dabei unterschied sie zwischen primären Motiven und Nebenmotiven:⁷³

Primäre Motive

- Spannung und Erregung: Privatleben anderer Personen, Voyeuristisches Bedürfnis
- Erheiterung: Lust, Freude, Überraschung
- Lernen: Lerneffekt, Abschreckeffekt
- Identität: Vergleich mit anderen
- Orientierung: Informationen

Nebenmotive

- Zeitvertreib: Langeweile
- Neugierde
- Kommunikation: Mitreden, parasoziale Interaktion
- Moderator: positive und negative Interaktion mit Sasha Walleczek

⁷² vgl. Rösser, P./ Lücke, St./ Linzmaier, V./ Steinhilper, L./ Willhöft, C.: Ernährung im Fernsehen. Darstellung und Wirkung einer empirischen Studie. München. Verlag Reinhard Fischer. 2006. S. 27.

⁷³ vgl. Lechner, S.: Sasha Walleczek isst anders. Ein österreichisches Reality TV Format und sein Publikum. Eine qualitative Rezeptionsstudie. Universität Wien. Masterarbeit. 2008.

6.2. ZUWENDUNGSMOTIVE UND GRÜNDE FÜR DIE REZEPTION

Es ist darauf hinzuweisen, dass vorerst allgemeine Zuwendungsmotive zu Sendungen mit Infotainmentcharakter angeführt werden. Da es noch keine wissenschaftlich fundierten Erkenntnisse zu der Wirkungsweise von Ratgebersendungen zum Thema Ernährung gibt ist es von enormer Bedeutung diesem Thema Aufmerksamkeit zu schenken und auf die im vorigen Kapitel genannte Diplomarbeit zu verweisen. Die Autorin untersucht zwar nur ein Format, die Ergebnisse dieser Arbeit können aber dazu dienen, um Parallelen zu Ratgebersendungen mit dem Thema Ernährung aufzustellen. Im Kontext dazu bietet es sich an den bestehenden Motivkatalog mit den in dieser Arbeit erlangten Erkenntnisse zu ergänzen und zu erweitern.

Aufgrund dieser Tatsache ist es von Interesse Rezeptionsmotive von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung ausfindig zu machen. Daraus ergab sich folgende Forschungsfrage: Welche Motive haben Rezipienten sich Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung anzusehen?

Vorrangig präsentiert das Privatfernsehen der Gesellschaft Infotainmentsendungen. Aufgrund einer durchgeführten Programmanalyse der Westfälischen Willhelm-Universität Münster (i.A. Rundfunk- und Telekom Regulierungs-GmbH) konnte festgestellt werden, dass Formate mit informativen und unterhaltenden Charakter bei den Zusehern nicht nur populär sind, sondern am häufigsten rezipiert werden und die höchsten Einschaltquoten erlangen.⁷⁴

Die Rezipienten von Infotainmentsendungen wollen sich primär unterhalten lassen und informiert werden. Hinzu kommt der Faktor des Amüsierens.⁷⁵

Winterhoff-Spurk und Hilpert stellen fest, dass Konsumenten durch die Fernsehrezeption kognitive Bedürfnisse und affektive Wünsche befriedigen. Das heißt, dass die Zuseher einerseits informiert werden wollen, auf der anderen Seite schätzen sie die Unterhaltung,

⁷⁴ vgl. <http://www.rtr.at/de/komp/Publikationen/Band2-2010.pdf> aufgerufen am: 17.11.2010.

⁷⁵ vgl. Uwe, K. F.: Die Zuschauer als Fernsehregisseure. Zum Verständnis individueller Nutzungs- und Rezeptionsmuster. Baden-Baden. Hamburg. Nomos. S. 163.

die Spannung, die Dramaturgie, die Entspannung und die Flucht aus der alltäglichen Welt. Sie beschreiben auch andere Nutzungsgründe:⁷⁶

- Anregung für Gespräche
- Geselligkeit
- Soziale Integration

Die Mediennutzungsforschung bietet verschiedene Ansätze zur Fragestellung warum Rezipienten Sendungen mit Infotainmentcharakter konsumieren. Unter anderem kann die Frage mithilfe der Eskapismusthese beantwortet werden. Diese These besagt, dass Infotainmentsendungen konsumiert werden, um vor der Realität bzw. dem Alltag zu flüchten. Einen anderen Ansatz liefern die erregungspsychologischen Theorien. Diese haben gemeinsam, dass Unterhaltungsangebote aus dem Grund genutzt werden, da durch den Konsum ein angenehmer Erregungszustand erreicht werden kann. Demzufolge kann eine Sendung dazu beitragen, dass sich ein Rezipient wohl bzw. unwohl fühlt. Bei der erstgenannten Variante wird der Rezipient mit hoher Wahrscheinlichkeit eine Sendung wieder ansehen wollen. Der Konsum von Formaten mit Infotainmentcharakter kann auch mithilfe des Einstellungskonzepts erklärt werden. Damit ist gemeint, dass ein Rezipient aufgrund seiner Einstellung (z.B. die Sendung stimmt mich positiv, etc.) eine Sendung konsumiert oder nicht rezipieren möchte. Darüber hinaus beschäftigen sich auch Identitätstheorien mit der Frage warum Rezipienten Infotainmentangebote nutzen. Diese meinen, dass aufgrund des Zusehens die eigene Identität an Stabilität gewinnen kann. Zum einen, da sich durch den Konsum jeder mit der eigenen Identität auseinandersetzt und das eigene Verhalten bewertet. Infolge dieses Dazulernens kann die eigene Lebensweise ständig optimiert werden. Andererseits können durch die Rezeption Vorbilder gefunden werden und das Beobachten bzw. Erhalten von Informationen hilfreich für die Bewältigung eigener Probleme sein. Zudem besteht die Möglichkeit sich mit anderen zu vergleichen, was in Zusammenhang mit der eigenen Identitätsbildung eine entscheidende Rolle spielt. Für die Rezipienten ist die Darstellung von Realität von enormer Relevanz. Ein weiteres Motiv

⁷⁶ vgl. Winterhoff-Spurk, P./ Hilpert, K.: Die Lust am öffentlichen Bekenntnis. Persönliche Probleme in den Medien. Band 11. Röhrig. 1999.

stellt die Informationsweitergabe der Sendungen dar. Zuseher wollen informiert werden und etwas dazulernen.⁷⁷

Allen und Hill nehmen an, dass das primäre Rezeptionsmotiv für den Konsum von Reality-TV Sendungen die Identifikation ist. Im Vergleich mit den Personen in den Sendungen fühlen sich die Rezipienten erhaben. Wenn die Probleme und Schwierigkeiten anderer größer sind als die eigenen fühlen sich Rezipienten besser. Andererseits ist auch der Aspekt der realen und normalen Personen in den Sendungen ausschlaggebend für die Rezeption.⁷⁸

Mit der Frage warum Menschen Reality-TV konsumieren haben sich auch Reiss und Wiltz auseinandergesetzt. Die Studie wurde im Jahr 2004 an der Ohio State University durchgeführt. Insgesamt wurden 239 Erwachsene untersucht. Aufgrund einer Analyse haben sie festgestellt das zwei Motive für die Rezeption von Reality-TV ausschlaggebend sind:⁷⁹

- **Motiv Beziehung** (Bedürfnis nach Unterhaltung, Bedürfnis nach Freundschaft)
Das Wirklichkeitsfernsehen stellt sich als Unterhaltungsthema im Bekanntenkreis, am Arbeitsplatz oder bei Freunden heraus. Zudem kann durch den Konsum das ‚Mitreden‘ gewährleistet werden.
- **Motiv Status** (Bedürfnis nach Prestige)
Einerseits sehen Rezipienten Reality-TV Formate, da sie sich gegenüber den Personen in den Sendungen erhaben fühlen. Andererseits wird für positiv empfunden, dass die gezeigten Personen normale Menschen und keine Schauspieler sind. Menschen des Alltags werden präsentiert, die Berühmtheit erlangen oder ein schwieriges Problem lösen konnten.

All die vorgestellten Motive können Gründe darstellen warum Rezipienten sich Ratgeber-sendungen zum Thema gesunde Ernährung ansehen. Es ist zu erwähnen, dass die angeführten Studien und Erkenntnisse mögliche Rezeptionsmotive aufzeigen, diese aber nicht alle in diesem Bereich durchgeführten Untersuchungen mit einbeziehen. In diesem Sinne

⁷⁷ vgl. Gleich, U.: Populäre Unterhaltungsformate im Fernsehen und ihre Bedeutung für die Zuschauer. Forschungsüberblick zu Nutzungsmotiven, Funktionen und Wirkungen von Soap Operas, Talkshows und Reality-TV. Institut für Kommunikationspsychologie. Medienpädagogik der Universität Koblenz. Landau. Media Perspektive 10. 2001. S. 524ff.

⁷⁸ vgl. Allan, R. C./ Hill, A.: The Television studies reader. Routledge. New York. 2004. S. 315.

⁷⁹ vgl. Reiss, S./ Wiltz, J.: Why people watch Reality TV?. http://nisonger.osu.edu/papers/Reisswiltz_2004.pdf aufgerufen am: 23.11.2010.

bieten die vorgestellten Motive einen Ansatz zur Erklärung warum Rezipienten Sendungen des Wirklichkeitsfernsehens konsumieren. Ergänzend dazu liefert die in dieser Arbeit durchgeführte Untersuchung Ergebnisse, welche konkret auf die Rezipienten von Ratgeber-sendungen zum Thema Ernährung zutreffen.

Im Kontext dazu ist es nicht nur von großem Interesse die Motivation hinter der Rezeption der Zuschauer zu kennen sondern sich auch damit zu beschäftigen, wie das Publikum diese Sendungen aufnimmt und versteht bzw. wie dieses mit den Sendungen umgeht.

6.3. BEDEUTUNG FÜR DIE REZIPIENTEN

Dieses Kapitel wird dem Uses-and Gratification-Approach sowie den Cultural Studies gewidmet. Die beiden Ansätze werden vorgestellt, um den komplexen Prozess der Mediennutzung von Rezipienten verstehen bzw. erfassen zu können.

6.3.1. Uses-and-Gratification-Approach

In früherer Zeit war es primär der Uses-and-Gratification-Ansatz, (Nutzenansatz) mit welchem Kommunikationswissenschaftler die Mediennutzung von Rezipienten zu erklären versucht haben. In dieser Theorie werden die Rezipienten als aktive Zuseher beschrieben, die sich ein Medium zunutze machen, um ihre Bedürfnisse mithilfe von der Rezeption zu erfüllen oder zu befriedigen. Demnach ist es die Aufgabe des Rezipienten aus einem umfangreichen Angebot an Inhalten auszuwählen und sich Informationen anzueignen oder diese bei Bedarf zurückzuweisen.⁸⁰

Der Ansatz musste viel Kritik einbüßen. Zum einen wird die aktive Rolle des Rezipienten in Frage gestellt, da jede Botschaft von den Sendungsmachern so aufbereitet werden kann, dass der Zuseher sie auch dementsprechend interpretiert. Andererseits wird bei diesem Ansatz der Fokus auf das Individuum gelegt, was zur Folge hat, dass die Gesellschaft nicht

⁸⁰ vgl. Meyen, M.: Mediennutzung. Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster. Konstanz. 2. Auflage. 2004. S. 15ff.

ausreichend einbezogen wird. Soziologische Aspekte (soziale Lage, Freundeskreis, Familie etc.) und medienexterne Faktoren (Trends, Mode etc.) bleiben ebenso unberücksichtigt.⁸¹

Kritiker des Nutzenansatzes äußern sich negativ über die Annahme, dass das Publikum zu jeder Zeit die Rolle des aktiven Rezipienten einnimmt. Fortwährend zielgerichtet und bewusst zu handeln sei ihrer Ansicht nach ein Ding der Unmöglichkeit.

Im Bereich des Uses-and-Gratifikation-Approach wurde intensiv geforscht. Die Ergebnisse der Studien liefern Erkenntnisse über die Mediennutzung. Rezipienten mussten sich selbst einschätzen und über ihre Motive und Bedürfnisse Auskunft geben. Um sich selbst einzuschätzen muss sich jeder Rezipient seiner Bedürfnisse und Motive bewusst sein und diese artikulieren können. Dies ist nicht immer möglich. Zudem können Bedürfnisse die Mediennutzung auch auf unbewusste Art steuern.

Unter anderem wird dem Nutzenansatz vorgeworfen er sei theorielos. Grund dafür ist das Fehlen eines theoretischen Rahmens um den Ansatz. Die erforschten Erkenntnisse stützen sich ebenfalls auf keine ausreichend fundierte theoretische Grundlage.⁸²

Diese Kritik verdeutlicht, dass der Versuch Mediennutzungsmotive anhand des Nutzenansatzes zu erklären nicht ausreicht. In Bezug dessen wird im nachfolgenden Kapitel auf die Cultural Studies eingegangen. Um die Mediennutzung von Rezipienten erfassen zu können ist es notwendig beide Ansätze heranzuziehen.

6.3.2. Cultural Studies

Die Cultural Studies sind in den 70er Jahren entstanden, unter anderem haben den Begriff Williams, Hoggart und Thompson etabliert. Primäres Anliegen in früherer Zeit war eine neue Definition und Formulierung für die Begriffe Kultur sowie Macht zu finden.⁸³ Gegenwärtig beschäftigen sich die Cultural Studies mit einer Vielzahl von Diskursen. Als Beispiel sind populäre Diskurse wie die Popkultur oder Fitness oder institutionalisierte Diskurse wie Wissenschaft oder Politik zu nennen. Unter anderem beschäftigen sich die Cultural

⁸¹ vgl. Schenk, M.: Medienwirkungsforschung. Tübingen. 2. Auflage. 2002. S. 635 und 687.

⁸² vgl. Kunczik, M. /Zipfel A.: Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln. 2001.

⁸³ vgl. Winter, R.: Cultural Studies als kritische Medienanalyse: Vom "encoding/decoding"-Modell zur Diskursanalyse. In: Hepp, A.: Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen. Westdeutscher Verlag. 1997. S. 48.

Studies mit medialen Diskursen. Hierzu zählen der Film, das Fernsehen, Zeitungen, die Werbung, das Kino etc.⁸⁴

Es ist nach Forschungen der Cultural Studies notwendig den Fokus – im Gegensatz zum Uses-and-Gratification-Approach, bei welchem das Individuum im Mittelpunkt steht – auf eine gesellschaftliche Gruppe oder Subkultur zu lenken. Solche Gruppen oder Subkulturen entstehen aus einer Formation einzelner Rezipienten.

Das Publikum von Medieninhalten besteht aus unterschiedlichen Subkulturen, welche die medialen Angebote unterschiedlich wahrnehmen. Auf welche Art und Weise diese Inhalte aufgenommen werden hängt schließlich von der Interpretation und den Bestimmungen der Gruppen ab.

Die Cultural Studies gehen davon aus, dass Mediennutzung nur erklärbar wird, wenn soziale, kulturelle, ökonomische und politische Einflüsse in der Untersuchung berücksichtigt werden. Aus diesem Grund tritt hierbei der Alltag der Rezipienten in den Mittelpunkt des Forschungsinteresses. Inmitten steht der Ansatz, dass Menschen Medieninhalte in Beziehung zu ihrer Alltagswelt setzen und Bedeutungen nicht einfach übernehmen, sondern selbst konstruieren. Demnach ist es von großer Relevanz den sozialen Hintergrund zu berücksichtigen.⁸⁵

Encoding-Decoding Modell von Stuart Hall

Nach Stuart Hall ist die Kommunikation durch die Medien ein komplexer Prozess. Er beschreibt, dass die Botschaften, welche Medieninhalte vermitteln, vom Publikum unterschiedlich aufgenommen werden können, sodass sich encodierte Bedeutungen (Produktion) nicht zwangsläufig mit decodierten Bedeutungen (Rezeption) decken müssen.⁸⁶

⁸⁴ vgl. Mikos, L.: Film- und Fernsehanalyse. Konstanz. 2. Auflage. 2008. S. 282.

⁸⁵ vgl. Meyen, M.: Mediennutzung. Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster. 2. Auflage. Utb-Verlag. 2004.

⁸⁶ vgl. Hall, S.: Kodieren/Encodieren. In: Bromley, Roger/ Göttlich, Udo/ Winter, Carsten: Cultural Studies. Grundlagen-texte zur Einführung. Lüneburg zu Klampen. 1999.

*Theorie der bevorzugten Lesart*⁸⁷

Er unterscheidet drei Lesestrategien nach denen ein medialer Text decodiert werden kann:

- Die Vorzugslesart (dominant hegemonic position): Der Rezipient versteht den Inhalt des Textes und übernimmt die Botschaft im Sinne des Kommunikators.
- Die ausgehandelte Lesart (negotiated position): Der Rezipient akzeptiert die dominante Position, passt diese allerdings seinen eigenen Erfahrungen an. Es sind auch oppositionelle Elemente enthalten.
- Die oppositionelle Lesart (oppositional reading): Der Rezipient versteht den Inhalt, lehnt ihn aber ab.

Nach Hepp ist diese Trennung der Rezeptionsarten nicht ausreichend um Mediennutzung zu verstehen, da auch Mischformen existieren können. Er beschreibt, dass die Auffassung eines medialen Textes nicht nur von der Gesellschaft, sondern auch von Medienmachern abhängig ist. Zudem kann die Aussagekraft des Inhalts die Aufnahme beeinflussen.⁸⁸

Das Publikum befindet sich nach Halls Ansicht nach im Vergleich zu den Gestaltern in einer unterlegenen Machtposition. Er betont aber auch, dass medial vermittelte Bedeutungen lediglich als Vorschlag präsentiert werden. Niemand ist gezwungen Inhalte zu übernehmen. Für ihn sind mediale Botschaften komplexe Konstruktionen, da ein Wort oder ein Bild mehrere Bedeutungen aufweisen kann. Demnach können Medieninhalte von den Rezipienten unterschiedlich wahrgenommen und interpretiert werden.⁸⁹

Es gibt keine idealtypischen Lesarten. Dies begreift auch Hall und beschreibt sein Modell als Vorläufer und Grundstein für die Entwicklung weiterer Ansätze.

⁸⁷ vgl. ebda.

⁸⁸ vgl. Winter, R.: Cultural Studies als kritische Medienanalyse: Vom "encoding/decoding"-Modell zur Diskursanalyse. In: Hepp, A.: Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen. Westdeutscher Verlag. 1997. S. 51.

⁸⁹ vgl. ebda. S. 52.

Weiterentwicklung der Cultural Studies

John Fiske knüpft an das Encoding/Decoding Modell an. Für die Analyse der Decodierung sind nach Fiske vor allem die soziodemographischen Daten relevant.: *„Die Rezeption und die Aneignung eines Textes wird zu einer kontextuell verankerten gesellschaftlichen Praxis, in der die Texte als Objekte nicht vorgegeben sind, sondern erst auf der Basis sozialer Erfahrung produziert werden. Die Bedeutungen eines medialen Textes entstehen immer erst durch Anbindung der Objekte an die sozialen und historischen Wirklichkeiten der Rezipienten.“*⁹⁰

Vermittelte Medieninhalte sind demnach keine aufgezwungenen Bedeutungen. Sie werden durch einen aktiven Prozess von den Rezipienten konstruiert. Das heißt, dass die Zuseher die Bedeutungen selbst schaffen und produzieren. Diesbezüglich ist zu erwähnen, dass Medieninhalte Botschaften in den Vordergrund rücken lassen oder diese mit Absicht verdrängen. Hinzu kommt, dass die medial vermittelten Texte und Bilder Raum für eigene Interpretationen zulassen.

Nach Fiske gibt es Instrumente, welche Bedeutungen bewusst subjektiv darstellen lassen können. Zu diesen zählen Widersprüche, Intertextualität (Bezug zur Gesamtheit ist notwendig), Parodie (Karikatur, Satire, Spott) und die Polyphonie (Abgrenzungsart bezüglich Mehrstimmigkeit in der Musik).⁹¹

Zusammenfassend kann nach den Cultural Studies angenommen werden, dass es Aufgabe des Rezipienten ist eine von den Medien vermittelte Botschaft anzunehmen, zu bekräftigen, zu hinterfragen oder abzulehnen. Der Zuseher weist den Botschaften Bedeutung zu, und zwar aufgrund seiner sozialen Herkunft, seiner sozialen Beziehungen und seiner sozialen Umwelt. Dem Rezipienten obliegt die Auswahl der Medieninhalte und dessen Zuschreibung von Bedeutungen. Hingegen ist es Aufgabe der Medienmacher Informationen, Wissen und Inhalte bereitzustellen.

⁹⁰ Fiske, J.: Populäre Texte, Sprache und Alltagskultur. In: Hepp, Andreas/ Winter, Rainer: Kultur, Medien, Macht, Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen. Westdeutscher Verlag. 1997.

⁹¹ vgl. Winter, R.: Cultural Studies als kritische Medienanalyse: Vom "encoding/decoding"-Modell zur Diskursanalyse. In: Hepp, A.: Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen. Westdeutscher Verlag. 1997. S. 53f.

Mikos betont die Relevanz von Diskursen in der Analyse von Fernsichttexten. Bei Ratgeber-sendungen zum Thema Ernährung werden Diskurse des Privatlebens und der Öffentlichkeit aufgegriffen. Zudem spielen das Alltagsleben, Alltagsprobleme, die Ernährung und das Abnehmen eine wichtige Rolle. Bei der Analyse von Fernsehsendungen geht es darum zu beobachten wie sich diese Diskurse in einer Fernsehsendung einfügen. Zum anderen ist es wichtig wie sie die Produktion und die Rezeption beeinflussen. An dieser Stelle ist zu erwähnen, dass die Diskurse der Produktion und Rezeption vorgelagert sind. Medienver-mittelte Inhalte können aber durch Präsentation, Aufbereitung, Dramaturgie, Akteure, Moderatoren, emotionale Gestaltungsmittel und Inhalt gewisse Diskurse in den Vorder-ground stellen bzw. weniger beachten.⁹²

In Anbetracht dieser Erkenntnisse leitet sich eine interessant zu erforschende Frage ab: Welche Bedeutungen schreiben Rezipienten Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung zu? Nehmen die Rezipienten von Ratgeberformaten zum Thema Ernährung die Sendung als hilfreiche Information und Beratung oder als bloße Unterhaltung wahr?

⁹² vgl. Mikos, L.: Film- und Fernsehanalyse. Konstanz. 2. Auflage. 2008. S. 281-288.

7. ERNÄHRUNG IN DER WISSENSGESELLSCHAFT

In diesem Kapitel wird der Schwerpunkt auf das Thema Ernährung gelegt. Es gilt herauszufinden, ob die Gesellschaft dem Thema einen hohen Stellenwert beimisst und ob bezüglich dessen geschlechterabhängige Unterschiede ausfindig gemacht werden können. Für die theoretische Analyse dieser Fragestellung werden die Gender Studies herangezogen. Des Weiteren beschäftigt sich dieses Kapitel mit Begriffen wie Gesundheitsgesellschaft sowie Wissensgesellschaft. Diese Definitionen ermöglichen es die Entwicklung und den gegenwärtigen Stand des Themas Ernährung zu verstehen.

Im Nachfolgenden wird der Schwerpunkt auf das Ernährungsverhalten und die Essgewohnheiten der österreichischen Gesellschaft gelegt. Im Kontext dazu ist es von Bedeutung Einflüsse in Bezug auf das Ernährungsverhalten ausfindig zu machen sowie aufzuzählen.

7.1. GESELLSCHAFTLICHER WANDEL

In den letzten Jahrzehnten hat sich die Gesellschaft enorm weiterentwickelt. Durch den sozialen und gesellschaftlichen Wandel (z.B. hohes Bevölkerungsalter, steigende Erwerbstätigkeit der Frau, Wandel zur multikulturellen Gesellschaft, zunehmende Polarisierung von Arm und Reich, Wandel der Geschlechterverhältnisse etc.) hat sich nicht nur die Lebensführung, sondern auch die Ernährungsweise der Menschen weitgehend verändert.⁹³

Der Aspekt der Gesundheit gewinnt in der Gesellschaft ebenfalls zunehmend an Bedeutung. Die Themenfelder im Bereich der Gesundheit haben sich erweitert. Gesundheit ist nicht nur das bloße Gegenteil von Krankheit. Der Begriff umfasst einen großen Bereich: Gesundheitsförderung, Prävention, Wellness, Komplementärmedizin, Biotechnologie und Genetik. Kickbusch begreift den Begriff der Gesundheit in diesem Sinne als nichts zufälliges, sondern als etwas, das jede Person selbst in der Hand hat: „*Gesundheit wird nicht als Schicksal, sondern als „machbar“ aufgefasst.*⁹⁴

⁹³ vgl. Brunner, K. M./ Geyer, S./ Jelenko, M./ Weiss, W./ Astleithner, F.: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Springer Verlag. Wien. 2007. S. 34.

⁹⁴ Kickbusch, In: Brunner, K. M./ Geyer, S./ Jelenko, M./ Weiss, W./ Astleithner, F.: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Springer Verlag. Wien. 2007. S. 102.

Ulrich assoziiert das gegenwärtige Verständnis von Ernährung und Gesundheit mit einer Entwicklung zur Informations- und Wissensgesellschaft. Das Wissen der Gesellschaft in Bezug auf die Qualität, Beschaffenheit und Ökologie der Nahrungsmittel wächst zunehmend an. Die Bedeutung einer gesunden Ernährung für die Gesundheit ist den Menschen bewusst.⁹⁵ Er beschreibt das 21. Jahrhundert als „*Jahrhundert des Wissens*.“⁹⁶

Ernährungs- und Gesundheitskonzepte liegen hoch im Kurs. Öffentliche Diskussionen zu diesen Themen sind keine Seltenheit und auch von den Medien wird dieses Thema aufgegriffen. Printprodukte, das Internet und Fernsehsendungen präsentieren neue Ernährungsweisen, geben Ratschläge zu gesundem Essen und erteilen Tipps wie der eigene Körper schlank, attraktiv und ästhetisch erhalten werden kann.

Die Gesundheit, die Ernährungsweise sowie eine schlanke Figur haben hohen Stellenwert in der Gesellschaft. Wenn eine Person diesen Erwartungen nicht entsprechen kann werden Vorurteile gefällt. Der Vorwurf disziplinlos zu sein oder sich nicht unter Kontrolle zu haben gelten als beliebte Stigmata.⁹⁷ Dies hat beeinflussende Wirkung auf den Rest der Gesellschaft: *“Es wird suggeriert, dass es ein eindeutig richtiges und falsches Handeln gäbe. In dieser Hinsicht ist es für viele Menschen nur mehr ein kleiner Schritt für eine Zuschreibung zum guten oder schlechten Menschen.”*⁹⁸

Es stellt sich heraus, dass die Ernährung als wichtiger Aspekt von Gesundheit angesehen wird. Hierzu ist anzumerken, dass dieses Gesundheitsverständnis und Ernährungsbewusstsein nicht in allen sozialen Schichten und Milieus gleich ausgeprägt ist. Zudem beeinflussen andere Einflussfaktoren das Verständnis von Gesundheit und das Essverhalten maßgeblich. Auf diesen Punkt wird näher in Kapitel 7.4. eingegangen.

⁹⁵ vgl. Lutzenberger, J./ Gottwald F. T.: Ernährung in der Wissensgesellschaft. Vision: Informiert essen. Campus Verlag. 1999. S. 24f.

⁹⁶ vgl. ebda. S. 25.

⁹⁷ vgl. Lupton, In: Brunner, K. M./ Geyer, S./ Jelenko, M./ Weiss, W./ Astleithner, F.: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Springer Verlag. Wien. 2007. S. 103.

⁹⁸ Brunner, K. M./ Geyer, S./ Jelenko, M./ Weiss, W./ Astleithner, F.: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Springer Verlag. Wien. 2007. S. 103.

7.2. STELLENWERT DER ERNÄHRUNG

Eine im Jahr 2009 durchgeführte Studie bestätigt die Annahme, dass die Gesellschaft dem Thema Ernährung hohen Stellenwert zuschreibt. Die Studie wurde von Yougove durchgeführt; insgesamt wurden 500 Probanden ab 14 Jahren befragt. Es konnte festgestellt werden, dass das Thema Ernährung bei der Hälfte der Befragten als „sehr wichtig“ eingestuft wurde. Zudem wurde ersichtlich, dass 47 % der Studienteilnehmer die Thematik als „eher wichtig“ einstufen. Lediglich 1 % der befragten Personen messen dem Thema keine wesentliche Bedeutung bei.⁹⁹

Des Weiteren hat sich herausgestellt, dass die Probanden es vermeiden Fertiggerichte zu verspeisen. Mehr als die Hälfte gibt an, dass die Herkunft der Produkte bei der Auswahl von Lebensmitteln eine große Rolle spielt. Die meisten der befragten Teilnehmer verzehren regelmäßig Obst und Gemüse. 50 % achten darauf mindestens einmal pro Woche Fisch zu speisen. Fast alle Befragten sind der Ansicht, dass eine Reduktion des Fleischkonsums nicht notwendig ist, um sich gesund zu ernähren.¹⁰⁰

Das Bundesministerium für Gesundheit führt alle fünf Jahre eine analytische Studie durch, mit welcher das Ernährungsverhalten und die Essgewohnheiten der Österreicher und Österreicherinnen untersucht werden. Zuletzt wurde im Jahr 2008 ein Ernährungsbericht erstellt. Im Vergleich zum Jahr 2003 ist der Verbrauch von Getreide, Gemüse, Fisch, Käse und Speiseöl angestiegen. Kartoffeln, Obst tierische Fett, Fleisch und Zucker werden so oft konsumiert wie in der Vorstudie. Im Gegensatz dazu ist der Verbrauch von Hülsenfrüchten und Honig gesunken.

In der durchgeführten Studie im Jahr 2008 hat sich herausgestellt, dass die österreichische Bevölkerung zu wenig Getreide, Kartoffeln, Obst und Gemüse isst. Hingegen werden tierische Fette zu oft konsumiert. Bei den Kindern und Jugendlichen (bis 15 Jahre) wurde bemerkt, dass sich die Aufnahme von Vitaminen gegenüber dem Jahr 2003 stark verringert hat. Der Genuss von Süßspeisen stieg aber rasant an.¹⁰¹

⁹⁹ vgl. <http://derstandard.at/1237228934963/Ernaehrung-Gesunde-Ernaehrung-in-Oesterreich-hoch-im-Kurs> aufgerufen am: 22.11.2010.

¹⁰⁰ vgl. ebda. aufgerufen am: 22.22.2010.

¹⁰¹ vgl. <http://www.bmg.gv.at/cms/site/attachments/3/7/1/CH0857/CMS1081844270722/kurzzusammenfassung.pdf> aufgerufen am: 22.11.2010.

7.3. ERNÄHRUNGSVERHALTEN DER ÖSTERREICHER UND ÖSTERREICHERINNEN

Laut des österreichischen Ernährungsberichtes (2008) sind 42 % der österreichischen Bevölkerung übergewichtig. 11 % davon leiden unter Fettsucht.¹⁰² Fettsucht wird in der Fachsprache als Adipositas bezeichnet. Ab einem Body Mass Index Wert von 30 gilt Mann bzw. Frau als krankhaft übergewichtig.¹⁰³

Der Body Mass Index wird international anerkannt, um Untergewicht, Normalgewicht und Übergewicht bestimmen zu können. Er wird wie folgt berechnet:¹⁰⁴

$$\text{BMI} = \frac{\text{Gewicht in Kilogramm}}{(\text{Körpergröße in Meter})^2}$$

Bei muskulösen Personen besteht die Möglichkeit, dass der BMI-Wert falsch eingeschätzt wird, da Muskelmasse schwerer ist als Fett. Hierbei gilt es als Ergänzung den Körperfettanteil mittels einer speziellen Körperfettwaage zu messen.¹⁰⁵

Bei den 6-15jährigen kam zum Vorschein, dass 19 % übergewichtig sind, unter ihnen sind 6 % adipös. Im Vergleich zum Ernährungsbericht im Jahr 2003 hat der Anteil an Übergewichtigen zugenommen, obwohl die Energiezufuhr verringert wurde. Grund dafür kann das zu fettreiche Essen sein. Hinzu kommt dass vor allem die ungesunden Fette konsumiert werden (gesättigte Fettsäuren, welche z.B. in Wurst und in Fleisch enthalten sind). Positiv hervorzuheben ist der ansteigende Verbrauch an ungesättigten Fettsäuren. Dennoch verzehren die Menschen zu wenig der guten Fette. Des weiteren konnte festgestellt werden, dass die Österreicher zu salzig essen. Die Zufuhr von Eiweißprodukten ist ausreichend, aber Kohlenhydrate und Ballaststoffe werden zu wenig verzehrt. Die empfohlene Flüssigkeitszufuhr von zwei Litern pro Tag überschreiten die meisten sogar, vielleicht aus dem Grund, da Trinkwasser als das beliebteste Getränk beschrieben wird. Bei den Erwachsenen ist Cholesterin ein großes Problem (aber Rückgang im Vergleich zum Jahr 2003), vor allem bei Senioren und jungen Erwachsenen (fast ausschließlich Männer). Im

¹⁰² vgl. ebda. aufgerufen am: 22.11.2010.

¹⁰³ vgl. <http://www.essenundgeniessen.at/gesundheit/304/> aufgerufen am: 22.11.2010.

¹⁰⁴ vgl. <http://www.novafeel.de/bmi/bmi.htm> aufgerufen am 29.11.2010.

¹⁰⁵ vgl. ebda. aufgerufen am: 29.11.2010.

Gegensatz dazu stellt sich bei den Kindern und Jugendlichen (bis 15 Jahre) der hohe Verzehr an Süßigkeiten als Problem heraus.¹⁰⁶

Ernährungsentwicklung: 2003 bis 2008

- + Energiezufuhr im Vergleich zum Jahr 2003 gefallen
- + Aufnahme ungesättigter Fettsäuren angestiegen
- + Verringerung der Aufnahme von gesättigten Fettsäuren
- + Verminderung der Cholesterinzufuhr (Ausnahme: Senioren)
- Verminderung der Vitaminaufnahme
- Anstieg des Süßigkeitenkonsums (bei Kindern)

Zudem hat das Bundesministerium für Gesundheit Einflussfaktoren hinsichtlich des Essverhaltens ausfindig gemacht: Das Einkommen und der Familienstand wirkt sich wenig auf das Ernährungsverhalten der österreichischen Bevölkerung aus. Das Rauchen, Körpergewicht- und Zufriedenheit, Mahlzeithäufigkeiten und die Einstellung zum Essen beeinflussen die Lebensmittelauswahl erheblich.¹⁰⁷

Anhand der bisherigen Erkenntnisse kann gesagt werden, dass trotz des wachsenden Ernährungs- und Gesundheitsbewusstseins die Anzahl an übergewichtigen Personen in Österreich zunimmt. In dieser Hinsicht wäre interessant zu erfahren warum das vermittelte Wissen über gesunde Ernährung nicht in den Ernährungsalltag integriert wird. Der empirische Teil dieser Arbeit soll diesen Überlegungen nachgehen und Aufschluss über oben genannten Fragen geben.

7.4. EINFLUSSFAKTOREN IN BEZUG AUF DIE ERNÄHRUNG

Dieses Kapitel liefert Aufschlüsse über mögliche Einflussfaktoren der Ernährung. Die angeführten Studien beziehen sich auf erlangte Erkenntnisse der deutschsprachigen Gesellschaft. Ein länderspezifischer Vergleich in Bezug auf das Ernährungshandeln erscheint im Rahmen dieser Arbeit nicht für sinnvoll.

¹⁰⁶ vgl. ebda. aufgerufen am: 22.11.2010.

¹⁰⁷ vgl. ebda. aufgerufen am: 22.11.2010.

Das Ernährungsverhalten wird von zahlreichen Faktoren mitgeprägt:



Abbildung 2: eigene Darstellung: Einflussfaktoren in Bezug auf die Ernährung

An dieser Stelle ist anzumerken, dass Ernährungsgewohnheiten von der Kultur eines Landes, vom sozialen Hintergrund der Personen und auch von der Religion mitbestimmt und geprägt werden. Väter und Mütter geben die Traditionen in Bezug auf das Essverhalten an ihre Kinder weiter. Zahlreiche Studien weisen darauf hin, dass schichtspezifische Unterschiede im Essverhalten existieren. Es zeigt sich, dass arme Haushalte ungesunde Essgewohnheiten aufweisen. Im Gegensatz zu ihnen ernähren sich privilegierte Gruppen gesünder.¹⁰⁸

¹⁰⁸ vgl. Warde, In: Brunner, K. M./ Geyer, S./ Jelenko, M./ Weiss, W./ Astleithner, F.: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Springer Verlag. Wien. 2007. S. 22.

Kerr, Charles und Feichtinger nehmen an, dass die Ursache dieses Problems in der eingeschränkten Wahlfreiheit von Produkten liegt. Zudem achten weniger Privilegierte beim Einkauf an erster Stelle auf Menge und Vielfalt, weniger auf die Qualität.¹⁰⁹

Jugendliche übernehmen zu großen Teilen die Essensgewohnheiten, wie sie in der Familie erlernt werden, dabei orientieren sie sich an Mutter oder Vater.¹¹⁰

Das Alter weist sich als weiterer Einflussfaktor in Bezug auf das Ernährungsverhalten aus. Caplan hat in einer seiner Untersuchungen festgestellt, dass ältere Menschen traditionsbewusst essen: Traditionelle Ernährung, drei Mahlzeiten zu festgelegten Tageszeiten, eine warme Mahlzeit am Tag sowie Essen zu Hause. Bei den jüngeren wurde ersichtlich, dass sie neuen und unbekanntem Lebensmitteln gegenüber aufgeschlossen sind; Ältere lehnen diese Nahrungsmittel ab.¹¹¹

In Kontext dazu wurden ein ungesundes Essverhalten bei Personen im Jungendalter sowie bei alten Menschen (vor allem alte Männer) festgestellt: Junge Menschen greifen oft zu Fast Food, Ältere hingegen ernähren sich vor allem einseitig. Junge Menschen orientieren sich auch am Essverhalten ihrer Freunde.¹¹²

Eine Vielzahl an Forschungsstudien haben sich mit den Ernährungspraktiken der Geschlechter auseinandergesetzt. In dieser Hinsicht ist ein deutlicher Unterschied im Ernährungshandeln ersichtlich. Dies zeigt sich vor allem in der Körperhaltung beim Essen, in der Menge des Essens, im Ernährungsstil und in der Art zu kochen. Die Geschlechter bevorzugen bzw. meiden auch unterschiedliche Nahrungsmittel.¹¹³

Die differentiellen Ernährungsweisen der Geschlechter – wie sie darüber denken, wie sie die Ernährungspraktiken ausführen – stehen mit der Herstellung von Geschlechterverhältnissen und Bildung von männlicher bzw. weiblicher Identitäten in Verbindung. Das nachfol-

¹⁰⁹ vgl. Charles/ Kerr/ Feichtinger, In: Brunner, K. M./ Geyer, S./ Jelenko, M./ Weiss, W./ Astleithner, F.: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Springer Verlag. Wien. 2007. S. 23.

¹¹⁰ vgl. Klocke, In: Brunner, K. M./ Geyer, S./ Jelenko, M./ Weiss, W./ Astleithner, F.: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Springer Verlag. Wien. 2007. S.25.

¹¹¹ vgl. Caplan, In: Brunner, K. M./ Geyer, S./ Jelenko, M./ Weiss, W./ Astleithner, F.: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Springer Verlag. Wien. 2007. S. 25.

¹¹² vgl. Köhler, In: Brunner, K. M./ Geyer, S./ Jelenko, M./ Weiss, W./ Astleithner, F.: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Springer Verlag. Wien. 2007. S. 26.

¹¹³ vgl. Brunner, K. M./ Geyer, S./ Jelenko, M./ Weiss, W./ Astleithner, F.: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Springer Verlag. Wien. 2007. S. 23f.

gende Kapitel bietet einen konkreten Einblick in die Geschlechterforschung und der darin thematisierten Konstitution von Geschlechterbildern.

7.4.1. Frauen- und Geschlechterforschung

Dieser Abschnitt gibt Aufschluss darüber welche Verhaltensweisen für das männliche bzw. weibliche Geschlecht charakteristisch sind sowie welche Eigenschaften ihnen die Gesellschaft zuschreibt. Im Fokus steht auch die Fragestellung warum Männer bzw. Frauen die Erwartungen der Gesellschaft erfüllen. In Bezug dessen gilt es Geschlechterverhältnisse und Ernährungsprozesse kontextuell zu analysieren.

Primäre Aufgabe der Gender Studies ist es sich mit der Konstruktion von Geschlechteridentitäten und deren Rollenzuschreibungen zu befassen. Es ist anzumerken, dass sich die erkennbaren Merkmale für die Zuschreibung zu einem Geschlecht von Land zu Land unterscheiden. Zudem unterliegen Geschlechterrollen einem stetigen Wandel.¹¹⁴

In dieser Arbeit wird die Bildung von Geschlechtsidentitäten und die Zuschreibung zu Geschlechterrollen in Westeuropa thematisiert. Länder außerhalb dieses Raumes werden außer Acht gelassen.

Geschlechterrollen

Die Zuschreibung zu einem Geschlecht steht in direkter Verbindung mit dem Wertesystem und den Rollenklischees einer Gesellschaft. Die Bildung von Geschlechteridentitäten wird dabei in einem von der Gesellschaft festgeschriebenen Bewertungssystem festgehalten: In früherer Zeit galt es für Männer als Oberhaupt und Ernährer der Frau und Familie aufzutreten, stark zu sein und rational zu Handeln. Individuelles Auftreten und aggressive Ausstrahlung war ebenso die Pflicht eines Mannes. Im Gegensatz dazu wurden dem weiblichen Geschlecht Eigenschaften wie emotional, sensibel, schwach, abhängig und irrational zugeschrieben. Sie sollte sich dem Mann unterwerfen und war für die sozialen Bindungen innerhalb der Familie zuständig.

¹¹⁴ vgl. Faulstich-Wieland, H.: Einführung in die Genderstudies. Budrich. Opladen. 2 Auflage. 2006. S. 97.

Der biologische Unterschied zwischen Mann und Frau kann als Ursache hinter diesen Stereotypisierungen geltend gemacht werden. Das Geschlecht stellt etwas Natürliches dar und kann bzw. darf in diesem Sinne nicht hinterfragt sowie verändert werden. Die Berufswelt und die Politik werden als Domänen des männlichen Geschlechts beschrieben. Frauen sind für die Hausarbeit, die Familie und für soziale Beziehungen verantwortlich.¹¹⁵

Im Laufe der Zeit wurde dieses Rollenverständnis von Mann und Frau zunehmend in Frage gestellt. Gedanken und Ideen in Bezug auf die Bildung der Geschlechteridentitäten wurden zwar geändert und liberalisiert, dennoch ist erkennbar, dass das Rollenverständnis von Frau und Mann nicht gänzlich aufgebrochen werden kann: *„Obwohl sich krude Formen der Biologisierung und Ontogolisierung im Laufe der Zeit abgeschliffen haben wird die Differenz zwischen Frauen und Männer als angeblich unhintergebares Phänomen immer aufs Neue inszeniert. Und immer sind solche Differenzsetzungen für Frauen mit negativen und positiven Diskriminierungen verbunden, die sich instrumentalisieren lassen.“*¹¹⁶

Die Konstruktion von Geschlechteridentitäten

Geschlechtsmerkmale und dessen Rollenzuschreibungen wurden bis in die 70er Jahre als etwas Natürliches angesehen. Feministinnen haben, um diese Annahmen in Frage zu stellen, ein konträres Konzept entwickelt: Das Sex – Gender Konzept verneint die Annahme, dass Rollen- und Geschlechterzuschreibungen bloß auf ihre naturgegebenen Merkmale zurückzuführen sind. Auch der Aspekt der Unhinterfragbarkeit wurde im Sex – Gender Konzept hinterfragt und bekritlet. Die Idee hinter diesem Konzept war es, zukünftig zwischen dem biologischen Geschlecht (sex) und dem sozialen Geschlecht (gender) zu unterscheiden. Ersteres meint die physischen Merkmale eines weiblichen bzw. männlichen Körpers, letzteres wird durch das soziale Umfeld und den Normen einer Kultur und Gesellschaft beeinflusst.¹¹⁷

¹¹⁵ vgl. Becker-Schmidt, R.: Frauenforschung, Geschlechterforschung, Geschlechterverhältnissforschung. 2001. S. 29.

¹¹⁶ Becker-Schmidt, R.: Frauenforschung, Geschlechterforschung, Geschlechterverhältnissforschung. 2001. S. 29.

¹¹⁷ vgl. Beauvoir, S.: Das andere Geschlecht. 2000 (1949). S. 249.

Unter anderem beschäftigte sich Judith Butler mit dieser Sex – Gender Unterscheidung. Sie teilte die Meinung, dass das soziale Geschlecht von kulturellen und gesellschaftlichen Normen abhängig ist. Butler glaubt zudem, dass das biologische Geschlecht ebenfalls konstruiert wird.¹¹⁸ Demnach sind sowohl das biologische wie auch das soziale Geschlecht nichts Natürliches. Beides wird durch die Sozialisation und von der Kultur erzeugt.

Ernährung und Geschlecht

Diese Gender-Konstitution prägt und beeinflusst auch die Ernährungsprozesse von Mann und Frau. Lebensmittel werden aufgrund ihrer Eigenschaften entweder dem männlichen oder weiblichen Geschlecht zugeordnet. Beispielsweise vermeiden es Männer Lebensmittel aufzunehmen, welche Frauen und Kinder vorzugsweise konsumieren.¹¹⁹

Unterschiede der Geschlechter zeigen sich auch in der Art, wie sie Nahrungsmittel zu sich nehmen: *„In der kulinarischen Interaktion fungieren die essenden Körper als Konstrukteure der Zweigeschlechtlichkeit, indem sie Vorstellungen von ‚Männlichkeit‘ und ‚Weiblichkeit‘ in je typischen Haltungen, Strategien, Verwendungsweisen etc. visuell realisieren.“*¹²⁰

Eine Differenz bei den Geschmäckern hinsichtlich bestimmter Gerichte und Getränke, die von Geschlechtern bevorzugt genossen werden, wird erkennbar. In Kontext dazu ist zu erwähnen, dass im Laufe der Sozialisation von den Geschlechtern unterschiedliche Eigenschaften wichtig erachtet wurden (Beispiele: Stärke des Mannes/Schönheit der Frau; Funktionalität beim Mann/Emphase bei der Frau). Infolge versuchen die Geschlechter diese produzierten Vorstellungen auch im Alltag oder beim Essen umzusetzen: *„Heranwachsende Jungen bevorzugen statushohe Nahrungsgüter in großen Mengen.“* Im Gegensatz dazu *„entwickeln Mädchen eine höhere Sensibilisierung gegenüber der Ernährung, die in einem kontrollierten Umgang mit dem Essen mündet.“*¹²¹

Laut Experten des Verbandes der Ernährungswissenschaftler Österreich ist die Vorliebe für bestimmte Nahrungsmittel nicht genetisch bedingt. Sie berufen sich in einer Tagung auf eine Aussage Simone de Beauvoirs (Vertreterin des Sex-Gender Konzepts), dass eine Frau

¹¹⁸ vgl. Butler, J.: Körper und Gewicht. 1995. S. 22.

¹¹⁹ vgl. Brunner, K. M./ Geyer, S./ Jelenko, M./ Weiss, W./ Astleithner, F.: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Springer Verlag. Wien. 2007. S. 23.

¹²⁰ Setzwein, M.: Ernährung – Körper – Geschlecht. Zur sozialen Konstruktion von Geschlecht im kulinarischen Kontext. Leske und Budrich. Westdeutscher Verlag. Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2004. S. 186f.

¹²¹ ebda. S. 260.

bzw. ein Mann nicht als Frau bzw. Mann zur Welt kommt, sondern diese dazu gemacht werden. Den Experten nach werden Mädchen schon in früher Kindheit angehalten nicht allzu viel zu verspeisen. Im Gegensatz dazu werden Burschen bestärkt beim Essen nachzulangen, damit sie groß und stark werden.¹²²

Die Ernährungssoziologin Monika Setzwein bestätigt die Theorie, dass Essensgewohnheiten nichts mit biologischen Voraussetzungen zu tun haben. Sie vertritt die Auffassung, dass das Essverhalten vor allem durch differente Sozialisations- und Erziehungsprozesse geprägt und beeinflusst wird. Männer achten dabei auf den Genuss von Lebensmitteln. Sie verzehren im Gegensatz zu den Frauen mehr Fleisch. Das weibliche Geschlecht achtet bei der Essenzubereitung auf den Gesundheitswert und den Kaloriengehalt der Speise und bevorzugt Geflügel, Gemüse, Joghurt, Vollkornprodukte und Obst.¹²³

Demnach stellt sich heraus, dass Männer und Frauen tatsächlich unterschiedlich essen und differente Nahrungsmittelvorlieben haben. Dies hat aber weniger mit dem biologischen Geschlecht oder der Genetik zu tun, sondern mit dem sozialen Umfeld und der Erziehung.

Im empirischen Teil der Arbeit wird bei der Analyse der Forschungsfragen darauf Acht gegeben Differenzen zwischen den Geschlechtern ausfindig zu machen. Hierbei gilt es zu untersuchen, ob Unterschiede bezüglich der Rezeptionsmotive bzw. des Rezeptionsnutzens ausfindig gemacht werden können. Ein weiterer interessant zu erforschender Aspekt ist, ob Frauen bzw. Männer dem Thema Ernährung bedeutsamen Stellenwert beimessen. In Kontext dazu wird für sinngemäß erachtet zu untersuchen, ob Männer oder Frauen Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung konsumieren und bei welchem Geschlecht diese beliebter sind. Diese und anderen Fragestellungen werden in Kapitel 8.7.2. näher behandelt und analysiert.

¹²² vgl. Rohrer, K.: Kronen Zeitung. Gesund. Magazin für praktische Lebenshilfe. Nr. 1083. Rubrik Ernährung. S. 11. 27. November. 2010.

¹²³ vgl. Setzwein, M.: http://www.ugb.de/e_n_1_140759_n_n_n_n_n_n_n.html aufgerufen am: 29.11.2010.

8. RESÜMEE: THEORIETEIL

Die Entwicklung des Fernsehens hat in den letzten Jahrzehnten enorme Veränderungen mit sich gebracht. Mit der Etablierung des Privatfernsehens und der Übernahme von Sendekonzepten aus den USA wurde das Reality-TV ins Leben gerufen. Das Wirklichkeitsfernsehen ist gekennzeichnet von einer Hybridisierung. Einerseits werden in Reality-TV Formaten Information und Realität präsentiert, andererseits finden auch unterhaltende und fiktive Elemente in den Sendungen Einzug. Diese Vermischung von Merkmalen und Charakteristika zeigt sich auch bei den unterschiedlichen Genres des Wirklichkeitsfernsehens. Als Paradebeispiel kann das Infotainment beschrieben werden. Formate mit Infotainmentcharakter bieten dem Rezipienten Information an, aber in einem unterhaltendem Rahmen. Die Grenze der beiden Elemente Information und Unterhaltung kann nicht konkret festgemacht werden. Wo Information aufhört und Unterhaltung beginnt scheinen die Sendungsmacher festzulegen.

Ratgebersendungen können als Genre des Wirklichkeitsfernsehens beschrieben werden. Diese Unterform des Reality-TV birgt Formen der Hybridisierung in sich: Einerseits bieten Ratgebersendungen Information und Hilfestellung an, andererseits werden unterhaltende Merkmale in die Präsentation der Formate eingebaut. Als Beispiel können Ratgebersendungen mit dem Thema gesunde Ernährung genannt werden.

Im deutschsprachigen Fernsehen ist ein Unterschied bei der Aufmachung zwischen den privaten und öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten zu erkennen. Privatanbieter bereiten ihre Sendungen zwar informativ auf, sie legen aber auch großen Wert auf dramatische, spannende und emotionalisierende Geschichten. Die Aufmachung beinhaltet exzentrische Szenenbilder, erregende Musik und gefühlsbetonte Momente. Im privaten Fernsehen ist die Ausprägung dieser unterhaltenden Elemente unterschiedlich stark ausgeprägt. Ein Format legt größeren Wert auf Information, das andere legt den Fokus bevorzugt auf die Unterhaltung. In öffentlich-rechtlichen Programmen gibt es keine reine Ratgebersendung zum Thema gesunde Ernährung. In einigen Formaten wird der Thematik in einzelnen Sendungen oder in Abschnitten einer Sendung Aufmerksamkeit geschenkt. Der Schwerpunkt liegt auf der Wissensvermittlung, demnach kommt der Information größerer Stellenwert zu. Die unterhaltenden Elemente sind von Sendung zu Sendung unterschiedlich stark aus-

geprägt. Diese Stilmittel der Emotionalisierung haben die Auswirkung, dass die Glaubwürdigkeit der Formate vermindert wird oder sogar verloren geht. Andererseits sorgen die unterhaltenden Darstellungselemente für Aufmerksamkeit, sodass sie dem Publikum in Erinnerung bleiben.

In dieser Hinsicht gilt es empirisch zu erforschen, ob die Rezipienten von Ratgebersendungen mit dem Thema gesunde Ernährung die Formate aufgrund der Information oder aufgrund der Unterhaltung konsumieren. Es ist nach dem Nutzen zu fragen, den das Publikum den Sendungen zuschreibt.

Die nachfolgende empirische Untersuchung geht unter anderem der Frage nach ob Ratgebersendungen mit dem Thema gesunde Ernährung eine Änderung der Ernährungsgewohnheiten bewirken und die Rezipienten beim Abnehmen unterstützen.

Reality-TV Formate sind auf Seiten des Publikum beliebt. Andererseits müssen die Sendungen negative Kritik einbüßen. Die Medien und andere Kritiker assoziieren mit dem Konsum von Wirklichkeitsfernsehen die geistige Verarmung der Gesellschaft, da es kein Wissen vermittelt, sondern nur Unterhaltung und Amüsement bietet. Dennoch werden die Formate von einem großen Teil der Bevölkerung rezipiert.

Im Rahmen der Forschung wird untersucht, ob Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung bei ihrem Publikum beliebt sind oder ob diese nicht gern rezipiert werden.

Die Motive des Publikums sind different. Zum einen wollen sie unterhalten und erheitert werden, zum anderen schätzen sie die Information und das vermittelte Wissen. Zudem kommen Motive wie die Bedürfnisse nach Kommunikation, Orientierung oder Entspannung zum Vorschein. Die Sendungen werden auch aufgrund der Identitätsbildung, des sozialen Vergleiches, der Spannung sowie Erregung, der motivierenden Wirkung, der Neugierde und dem Bedürfnis etwas zu Lernen konsumiert. Mediennutzungsmotive sind different ausfindig zu machen, da diese von soziodemographischen Faktoren und dem sozialen Umfeld beeinflusst werden.

Im Interesse der Forschung gilt es Rezeptionsmotive von Zusehern ausfindig zu machen, welche Ratgebersendungen mit dem Thema gesunde Ernährung konsumieren. Die Faktoren Alter, Geschlecht, sozialer Status und Wohnsituation werden bei der Analyse berücksichtigt.

Im deutschsprachigen Fernsehen gibt es eine Vielfalt an Produktionen, die das Thema gesunde Ernährung behandeln. Es ist anzunehmen, dass derlei Formate beim Publikum beliebt sind, da fortwährend neue TV-Sendungen dieser Thematik produziert werden. Die Relevanz dieser Formate geht mit der Wichtigkeit des Themas gesunde Ernährung in der Gesellschaft einher. Im Gegensatz zu früher setzen sich die Menschen mit den Themen Gesundheit und Ernährung aktiv auseinander, da ihnen ein hoher Stellenwert von Seiten der Gesellschaft zugeschrieben wird. Im Jahrhundert des Wissens ist eine ausgewogene Ernährung Teil eines gesunden Menschen. Gesundheit wird in dem Sinne als machbar verstanden. Schlankeheit und Attraktivität lautet der gesellschaftliche Imperativ.

Die Menschen informieren sich und suchen nach Orientierung. Diese Funktion übernehmen die Medien. Durch die Vielfalt an vermittelter Information wird Hilfestellung im Alltag angeboten. Zudem geben sie Erfahrungen anderer an das Publikum weiter. Die integrative Wirkung der Medien spielt große Rolle, indem sie Themen für die Kommunikation anbieten. Im Falle des Reality-TV kann diesem Aspekt großer Bedeutung zugeschrieben werden. Im Wirklichkeitsfernsehen werden ‚normale‘ Menschen präsentiert, welche alltägliche Probleme von Schwierigkeiten haben. Medien bieten den Rezipienten an sich mit anderen zu vergleichen, der Aspekt der Identifikation rückt hierbei in den Vordergrund. Hierzu gilt es zu überprüfen, ob die Medien mit ihrer Fülle an vermittelter Information zum Thema Ernährung das Publikum überfordern. Es besteht die Annahme, dass die Medien - anstatt ihrer Orientierungsfunktion gerecht zu werden - für Orientierungslosigkeit auf Seiten der Rezipienten sorgen.

Durch gesellschaftliche und soziale Wandelprozesse hat sich das Verständnis von Gesundheit und Ernährung entwickelt und geändert. Den beiden Themen wird hoher Stellenwert in der Gesellschaft zugeschrieben, und zwar von beiden Geschlechtern. Männer sowie Frauen achten auf ihre Ernährung, auf ihre Gesundheit und auf ihre Körper.

Die medienvermittelten Informationen bezüglich gesunder Ernährung bergen den Vorteil in sich, dass sich die Gesellschaft ein umfangreiches Wissen zu diesem Thema aneignen kann. Trotz dem Gesundheitsbewusstsein der Gesellschaft und dem Wissen über Ernährung ist fast die Hälfte der österreichischen Bevölkerung übergewichtig. Auch Jugendliche sind von Übergewicht betroffen.

Die Gründe dafür können unterschiedlicher Herkunft sein. Einerseits werden die Ernährungsgewohnheiten von anderen Faktoren wie soziales Umfeld, Milieu, Herkunft, Religion, Geschlecht etc. beeinflusst. Hierzu besteht die Annahme, dass die Gesellschaft zwar viel über eine gesunde und ausgewogene Ernährung weiß, diese aber das Wissen nicht umsetzt.

In diesem Sinne wäre von großem Interesse eine ergänzende Studie durchzuführen, um herausfinden zu können, warum ein großer Teil der Österreicherinnen und Österreicher trotz aufgeklärter Meinung und großem Gesundheitsbewusstsein übergewichtig ist.

Die aufgeworfenen Fragestellungen werden im empirischen Teil der Arbeit untersucht. Bei der Analyse der Forschungsfragen gilt es Differenzen zwischen den Geschlechtern ausfindig zu machen. Dies macht es möglich Unterschiede zwischen dem weiblichen und männlichen Geschlecht herauszuarbeiten und zu analysieren.

EMPIRIE

9. UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND

Im empirischen Teil wird auf die bislang aufgetretenen Fragestellungen eingegangen. Der Fokus wird dabei auf die Forschungsfragen, welche im nächsten Abschnitt angeführt werden, gelegt. Es ist anzumerken, dass die Ergebnisse dieser Arbeit nicht ausreichen, um allgemeingültige Schlussfolgerungen bezüglich des Reality-TV treffen zu können. Einerseits aus dem Grund, weil der Schwerpunkt auf eine bestimmte Thematik - Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung - gelegt wird. Andererseits wurde die Befragung in einem kleinen Rahmen durchgeführt; die Ergebnisse ermöglichen es jedoch eine Richtung vorzugeben. In dieser Hinsicht wäre es erstrebenswert, die Ergebnisse und die gebildeten Hypothesen in dieser Arbeit in einer weiterführenden Untersuchung – in größerem Umfang und Ausmaß - zu analysieren und zu überprüfen.

Im Folgenden werden Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung untersucht. Das Augenmerk wird hierbei auf Formate aus dem österreichischen und deutschen Fernsehen gelegt. Insgesamt wurden zwölf Rezipienten zur Thematik befragt. Die Ergebnisse der Befragung lieferten Aufschlüsse über die Motive von Rezipienten von Ratgebersendungen, zudem wurde festgestellt, welchen Nutzen sie aus dem Konsum derlei Formate ziehen. Anzumerken ist, dass in diesem Sinne allgemeine Motive und Motive im Kontext der Cultural Studies erhoben wurden. Zudem wurde danach gefragt, ob die Formate zu einer Änderung der Ernährungsgewohnheiten beitragen können und ob die Formate bei den Rezipienten beliebt oder unbeliebt sind. Die Untersuchung soll schlussendlich aufzeigen, ob die Fülle an Informationen, welche durch die Medien und auch durch Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung vermittelt werden, von den Zusehern angenommen wird oder ob sie für eine Desorientierung verantwortlich sind.

In Hinblick dieser Fragestellungen wird der Versuch gestartet geschlechterspezifische Unterschiede ausfindig zu machen, um feststellen zu können, ob Männer bzw. Frauen der Thematik und den Sendungen gegenüber differente Einstellungen haben.

Im Anschluss werden die in den Interviews gewonnen Erkenntnisse mit den im Theorieteil erarbeiteten Folgerungen verglichen.

9.1. FORSCHUNGSFRAGEN

In dieser Arbeit gilt es den Fokus auf folgende forschungsleitende Fragestellungen zu legen:

- FF1: Welche Motive haben Rezipienten sich Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung anzusehen?
- FF2: Welche Bedeutungen schreiben Rezipienten Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung zu?
 - o Unterfrage: Nehmen die Rezipienten von Ratgeberformaten zum Thema Ernährung die Sendung als hilfreiche Information und Beratung oder als bloße Unterhaltung wahr?
- FF3: Können Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung ihre Rezipienten dazu bewegen ihre Essgewohnheiten zu ändern?
- FF4: Sorgen die Medien durch ihre Fülle an Informationen, Wissen, Ratschläge etc. über gesunde Ernährung auf Seiten der Rezipienten für Orientierungslosigkeit?
- FF5: Sind Ratgebersendungen zum Thema Ernährung bei den Rezipienten beliebt oder nicht beliebt?

10. METHODISCHE UMSETZUNG

Die oben genannten Sachverhalte und Fragestellungen werden mittels qualitativer Interviews analysiert und untersucht. Die Befragung stützt sich auf einen Interviewleitfaden, die Analyse sowie Auswertung erfolgt nach der Methode Siegfried Lamnek's. Diesbezüglich wird erwähnt, dass sich das Forschungsvorhaben auf die Sichtweise der Rezipienten konzentriert.

10.1. DAS LEITFADENINTERVIEW

Das Leitfadeninterview stellt eine Möglichkeit dar, um Interviews durchzuführen. Damit können Wissensbestände der Gesellschaft rekonstruiert werden. Zugleich bietet die Dokumentation der Fragestellungen Hilfe bei der Sammlung von Informationen sowie bei der Hypothesenentwicklung und Theorienüberprüfung.¹²⁴

Die Entwicklung des Leitfadens kann auf unterschiedlichen Varianten erfolgen. Primär dient dieser zur Thematischeingrenzung und um Themen bzw. Fragen vorzugeben. Entweder werden vorformulierte Fragen nach einer festgelegten Reihenfolge an die zu interviewenden Personen gestellt oder lediglich Themenschwerpunkte zur Gesprächsanregung vorgegeben. Bei der ersten Variante steuert der Interviewer das Gespräch, bei der zweiten Alternative entscheidet zumeist die befragte Person wann welches Thema bzw. welcher Aspekt angesprochen wird. Ungeachtet welche Möglichkeit zur Befragung ausgewählt wird sollte darauf geachtet werden, dass alle aufbereiteten Themen und Fragen im Interview behandelt werden. Für den Interviewer ist es wichtig zentrale Fragen in geeigneten Momenten zu stellen. Aus diesem Grund ist es auch wichtig Schlüsselfragen und Eventualfragen vorzubereiten. Die Fragen werden dabei in erzählgenerierender und hörererorientierter Form gestellt. Der Interviewer muss des Weiteren darauf achten, dass er Antworten der befragten Person nicht kommentiert und eigene Werturteile unterlässt. Im Interview ist es zu vermeiden heikle Fragen zu stellen. Bei unangenehmen Themen oder zu persönlichen Fragen besteht die Gefahr, dass die Wahrheit verzerrt oder unrichtig dar-

¹²⁴ vgl. Scheuch, E. K.: Das Interview in der Sozialforschung. – In: Rene König(Hrsg): Handbuch der empirischen Sozialforschung. Band 2. Grundlegende Methoden und Techniken der empirischen Sozialforschung. 2. Auflage. Stuttgart. Enke. 1973. S. 123.

gestellt wird.¹²⁵ Die Auswahl der Interviewpartner erfolgt im Idealfall nach theoretischen Gesichtspunkten: Ähnlichkeiten und Unterschiede der Befragten sollen zum Vorschein kommen; dadurch ist es sinnvoll die Untersuchungsgruppe einerseits nach typischen, andererseits nach variantenreichen Aspekten auszuwählen. Verwandte, Freunde und gute Bekannte werden in der Regel nicht befragt. Es besteht die Möglichkeit, dass durch die Nähe zum Interviewer Unwahrheiten erzählt und infolge das Ergebnis der Untersuchung verzerrt werden kann. Der Ablauf des Interviews soll in vertrauter Umgebung stattfinden. Die Zusicherung einer anonymen Behandlung der Aussagen ist unerlässlich. Das Gespräch wird dabei auf Tonband oder Videokassette aufgenommen. Zudem ist es notwendig ein Interview-Protokoll mit Angaben zu den befragten Personen, Ablauf des Interviews etc. zu erstellen.¹²⁶

10.1.1. Vor- und Nachteile

Vorteile:

- Die natürliche Gesprächssituation sorgt für Vertrauen auf Seiten der Befragten.
- Der Interviewte kann offen auf die Fragen antworten; dadurch wird ihm Zeit gewährt Ansicht und Meinung ausführlich zu schildern.
- Interviews zeichnen sich durch Flexibilität aus; der Interviewer kann bei interessanten Punkten durch Nachfragen intensiv auf das Thema eingehen.
- Die Daten können durch die Strukturierung des Interviews leicht aufgearbeitet und verglichen werden. Zugleich kann unwichtiges oder wenig informatives Datenmaterial ausgefiltert werden.¹²⁷

Nachteile:

- Eine unverständliche Aussprache führt zu Problemen bei der Transkription.
- Es bestehen Unsicherheiten im Wahrheitsgehalt der Antworten des Interviewten.
- Es können nicht allzu viele Interviews durchgeführt werden, da der Zeitaufwand für eine Befragung und dessen Transkription erheblich ist.¹²⁸

¹²⁵ vgl. Heisting, A.: Qualitative Interviews. Ein Leitfaden zur Vorbereitung und Durchführung inklusive einiger theoretischer Anmerkungen. Wien. 2006. S. 6.

¹²⁶ vgl. Flick, U.: Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. 3. Auflage. Reinbek bei Hamburg. Rowohlt. 2005.

¹²⁷ vgl. ebda.

11. AUSWERTUNG

Die Möglichkeiten zur Auswertung von qualitativen Interviews sind sehr vielfältig. In dieser Arbeit wurde es für sinnvoll erachtet, die durchgeführten Interviews nach der Methode Siegfried Lamnek's auszuwerten und zu analysieren. Einerseits aus dem Grund, da seine Handlungsweise zur Auswertung vorsieht jedes einzelne Interview zu analysieren, um individuelle Erkenntnisse zu erhalten. Andererseits bietet Lamnek's Methode an über das Einzelinterview hinauszublicken, um zu allgemeinen Schlussfolgerungen kommen zu können.

Die Auswertung der Daten erfolgt in vier Schritten:¹²⁹

- Schritt 1: Die auf Tonband aufgenommen Interviews werden transkribiert. Dabei werden die Fragestellungen und die Aussagen der Interviewpartner schriftlich in Form eines Gesprächs festgehalten. Gesprächspausen, laut sowie leise Gesprochenes und betonte Äußerungen werden im Transkript entsprechend gekennzeichnet.
- Schritt 2: Jedes einzelne Interview wird zusammengefasst und analysiert. Prägnante Aussagen der Probanden werden hervorgehoben oder zitiert. Allgemeine Aussagen werden schriftlich festgehalten und können kommentiert und gewertet werden.
- Schritt 3: Ziel ist es allgemeine und theoretische Erkenntnisse zu erlangen. In diesem Sinne wird in den Einzelinterviews nach kollektiven sowie nach differenzen Einstellungen und Meinungen der Interviewpartner gesucht.
- Schritt 4: Zuletzt werden die Originalaufnahmen und die transkribierten Interviews auf mögliche Fehlerquellen überprüft.

11.1. INTERVIEWLEITFADEN

Vor der Befragung wurden die soziodemographischen Daten (Geschlecht, Alter, Wohnsituation, Einkommen) der zu interviewenden Personen erhoben. Einige der Befragten er-

¹²⁸ vgl. ebda.

¹²⁹ vgl. Lamnek, S.: Qualitative Sozialforschung. Beltz. 4. Auflage. Weinheim. 2005.

suchten das angegebene Einkommen in der Untersuchung nicht schriftlich festzuhalten. Um diesen Wunsch nahe zu kommen und die versprochene Anonymität zu gewährleisten erfolgte diesbezüglich eine Einteilung in ‚niedriger sozialer Status‘ bzw. ‚hoher sozialer Status‘.

Fragen zu Ratgebersendungen im Allgemeinen

- Was verstehen sie unter Ratgebersendungen?
- Welche Ratgebersendungen sehen sie sich gerne an?
- Wie oft schauen sie sich solche Sendungen an?
- Welche Ratgeberformate in diesem Genre sind ihnen bekannt? (Wenn keine Antwort gegeben wird ist Hilfestellung durch Nachfragen zu leisten: „Kennen sie...?“)
- Welche Sendung zum Thema gesunde Ernährung sehen sie sich am liebsten an?
- Warum sehen sie sich diese Sendung gern an?
- Was gefällt ihnen an dieser Sendung besonders gut und was gefällt ihnen weniger?

Fragen zu Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung

- Auf welche Art und Weise können ihrer Meinung nach Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung für manche Rezipienten hilfreich sein bzw. nicht sein?
- Welche Informationen oder Tipps haben sie bei der Rezeption für wichtig empfunden?
- Was haben sie durch den Konsum von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung bisher lernen können?
- Setzen Sie das Gelernte auch im Alltag um?
 - o Wenn ja: Wie?
 - o Wenn nein: Warum nicht?
- Inwiefern können Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung ihrer Meinung nach helfen, wenn jemand den Wunsch hat abzunehmen oder eine Ernährungsumstellung durchzuführen?

- Können sie sich vorstellen, dass Rezipienten solcher Sendungen ihre Essgewohnheiten ändern?
 - o Wenn ja: Aus welchen Gründen glauben sie das?
 - o Wenn nein: Warum können sie sich das nicht vorstellen?

Nutzung und Motive

- Wie rezipieren sie Ratgebersendungen im Fernsehen?
 - o Schauen sie die Sendungen im Fernsehen bewusst an?
 - o Verrichten sie neben dem Fernsehen andere Tätigkeiten?
- Warum schauen sie sich Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung an? (Wenn keine Antwort gegeben wird ist Hilfestellung durch Nachfragen zu leisten)
 - o Möchten sie sich beraten lassen?
 - o Wegen der Unterhaltung?
 - o Oder um sich mit anderen darüber zu unterhalten?
 - o Um mitreden zu können?
 - o Wegen der Moderatoren?
 - o Um abzuschalten, um zu entspannen, um auf andere Gedanken zu kommen?
 - o Wegen der Personen in den Sendungen? (Interesse am Leben/an Problemen anderer, um sich mit den anderen zu vergleichen etc.)
 - o Wegen der Themen in den Sendungen?
 - o Um aus den Sendungen etwas zu lernen?
 - o Um sich über Personen in den Sendungen amüsieren zu können?
 - o Um sich ein Vorbild zu suchen?

Fragen zur Körperzufriedenheit, Essensgewohnheiten und Wissen über gesunde Ernährung

- Sind sie mit ihrem Körper zufrieden?
 - o Wenn ja, auf was geben sie besonders Acht?
 - o Wenn nein, was würden sie gerne ändern?
- Welchen Stellenwert hat gesundes Essen in ihrem Leben?
- Warum ist ihnen gesunde Ernährung wichtig/nicht wichtig?

- Was bedeutet ihrer Meinung nach gesunde Ernährung?
- Auf welchen Wegen informieren sie sich über gesunde Ernährung?
- Beschreiben sie Schwierigkeiten, die ihrer Meinung nach bei der Informationssuche über gesunde Ernährung aufkommen können.
- Was macht es problematisch das Wissen über gesunde Ernährung im Alltag anzuwenden?
- Ernähren sie sich ihrer Meinung nach gesund?
 - o Wenn ja: Auf was geben Sie besonders Acht?
 - o Wenn nein: Was hindert sie daran sich gesund zu ernähren?
- Sind sie ihrer Meinung nach unter, normal- oder übergewichtig?

11.2. ZIELGRUPPE

Für das Forschungsvorhaben wurde für sinnvoll erachtet Personen zu befragen die aufgrund ihrer Lebenssituation und Lebenshintergründe einen Beitrag zur Lösung des Forschungsproblems erwarten lassen.

Insgesamt wurden zwölf Personen zu den obigen Themen befragt. Es ist relevant Frauen sowie Männer für die Interviews zu gewinnen, um die Meinung und Ansicht beider Geschlechter zu kennen und um Unterschiede dieser zu beachten. Das Alter der Zielgruppe für Ratgebersendungen im Bereich Ernährung wird laut Recherchen im Internet zwischen 12 und 49 Jahren festgemacht. Das Alter der zu Befragenden wird auf 20 Jahre angehoben. Der Grund dafür ist die sich in diesem Alter ändernde Wohnsituation. Es besteht die Annahme, dass Personen ab dem 20. Lebensjahr von zu Hause ausziehen und sich von diesem Zeitpunkt an selbst ernähren. Die Auseinandersetzung mit den Lebensmitteln und der Ernährung obliegt jedem selbst. Es werden lediglich Personen befragt, welche ihre Mahlzeiten selbst zubereiten. Das bis 49 Jahren festgemachte Alter wird beibehalten. Diesbezüglich wäre interessant zu erfahren, ob die Meinungen der jüngeren und älteren Generation auseinander gehen.

Sowohl im Privatfernsehen wie auch bei den öffentlichen Formaten gibt es eine Vielzahl von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung. In dieser Arbeit wird der Schwerpunkt auf keine konkrete Sendung gelegt. Es ist auch im Interesse herauszufinden,

welche Sendungen zur Thematik bekannt sind, welche konsumiert werden und welche bei den Rezipienten beliebt sind.

11.3. DATENERHEBUNG

Dm22: Daniel, 22, Angestellter

Bm23: Benjamin, 23, Software Analyst

Gm24: Gerfried, 24, Student

Rm24: René, 24, System Engineer

Am33: Andreas, 33, Business Analyst

Lm47: Leopold, 47, Vertragsbediensteter

Jw23: Julia, 23, Studentin

Sw23: Stefanie, 23, Studentin

Mw29: Michelle, 29, Angestellte

Iw31: Isabell, 31, Buchhalterin

Ew37: Eva, 37, Bildungspsychologin

Mw44: Manuela, 44, Hausfrau

Die Abkürzungen der einzelnen Personen setzen sich aus dem ersten Buchstaben des Vornamens, des Geschlechts und des Alters zusammen. Diese Abkürzungen werden auch bei der Transkription und in der Auswertung der Interviews gebraucht.

11.4. AUSWERTUNG

11.4.1. Einzelanalyse der Interviews

Im Vorfeld wird jedes Interview einzeln analysiert, um individuelle Erkenntnisse der Probanden herausarbeiten zu können. Prägnante Aussagen der Befragten werden hervorgehoben und als Zitate angeführt. In der generalisierenden Analyse werden die Interviews miteinander verglichen, um zu allgemeingültigen Ergebnissen zu gelangen.

Interview 1

Die Befragte versteht unter dem Begriff Ratgebersendungen solche, von denen Zuschauer Tipps erhalten. Dadurch könnte jeder Rezipient Anregungen für sich suchen. Im Bereich der Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung gibt die Befragte an „Du bist, was du isst“ und andere Sendungen (namentlich nicht bekannt) mit Sasha Walleczek oft gesehen zu haben. Wenn diese Formate aktuell im Fernsehen ausgestrahlt wurden, hat sich die interviewte Person die Sendung immer angesehen, und zwar ein mal in der Woche. Bekannt ist auch noch die Ratgebersendung „Bewusst gesund“, eine Vorliebe besteht aber zu den Sendungen mit Sasha Walleczek. Die Befragte findet die Sendungen interessant und lehrreich, da der Zuschauer viele Tipps zum Thema gesunde Ernährung erhält. Was von der Probandin kritisiert wird ist, dass nackte Körper (mit Unterwäsche) von übergewichtigen Personen im Fernsehen gezeigt werden.

Die interviewte Person hat durch den Konsum der Ratgebersendungen von Sasha Walleczek lernen können, dass beim Abnehmen weniger Kohlenhydrate gegessen werden sollten und Obst auf den täglichen Speiseplan Platz finden muss. Zudem hat sie gelernt, dass beim Abnehmen immer Sport betrieben werden sollte. Bei der Frage, ob sie das Gelernte auch im Alltag umsetzt, meinte die interviewte Person, dass sie sehr wohl darauf achtet, was sie kocht: *„Ja, ich koche eher kalorienarm und kohlenhydratearm. Und ich gehe walken. So ein bis zwei Mal in der Woche.“* (Interview 1, 45 -47)

Die Befragte ist der Meinung, dass Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung Menschen helfen können. Sie fügt jedoch hinzu, dass eine gesunde Ernährung oder das Abnehmen nur möglich ist, wenn man jenes ohnehin von selbst will. Die interviewte Person kann sich vorstellen, dass Menschen aufgrund der Sendungen ihre Essgewohnheiten ändern, und zwar wegen der Vorbildfunktion der Personen, die in den Sendungen mitmachen.

Wenn die Probandin Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung ansieht, dann macht sie das bewusst. Einerseits rezipiert sie derlei Formate um sich beraten zu lassen, etwas zu lernen und wegen des Themas (gesunde Ernährung) der Sendung. Andererseits

möchte sie sich auch mit anderen über die Sendungen und über das Thema unterhalten können. Die Befragte gibt zudem an Interesse an den Personen in den Sendungen zu haben. h

Die Interviewte versteht unter gesunder Ernährung kalorienarme Kost, Obst und Gemüse und informiert sich zu diesem Thema durch die Medien. Durch die ständige Präsenz der Thematik werden Informationen ohnehin unbewusst aufgenommen und gespeichert.

Mit ihrem Körper ist die interviewte Person nicht ganz zufrieden; sie möchte noch abnehmen. Gesunde Ernährung ist ihr zwar wichtig, hier betont sie das Öfteren das Übergewicht, nimmt aber in der alltäglichen Ausführung eher weniger Bedeutung ein.

Der befragten Person ist es im Allgemeinen ein Anliegen sich gesünder zu ernähren, sie versucht das Gelernte auch im Alltag umzusetzen. Sie beschreibt, dass es schwierig ist gesundes Essen in den täglichen Speiseplan einzubauen, da sie für die Familie kocht: *„Da müsste ich extra für mich etwas machen. Das wäre zu zeitaufwendig.“* (Interview 1, 100 – 101)

Interview 2

Der Interviewpartner versteht unter Ratgebersendungen Formate, welche Informationen und Hilfestellung zu unterschiedlichsten Themen anbieten. Er schaut sich am liebsten Ratgebersendungen zu den Themen Gesundheit und Technik an, gibt aber an, das eher selten zu sehen. In Bezug zu Ratgebersendungen mit der Thematik gesunde Ernährung kennt die befragte Person „Bewusst gesund“ und die Sendungen mit Sasha Walleczek, welche er sich auch lieber ansieht: *„Ich finde die Sendungen, das Thema, die Leute die mitmachen, alles ist lebensnah und natürlich.“* *„Mir gefällt, dass die Sendung eine Dokumentation zeigt und Leute begleitet, die abnehmen wollen. Es ist keine gestellte Sendung mit Schauspielern.“* (Interview 2, 21 – 23; 26 – 28)

Er hat durch den Konsum der Sendungen schon viel lernen können und sieht die Sendung als ein Bindeglied zwischen Experten und Zuschauer. Der Befragte ist der Meinung, dass eine Ratgebersendung zum Thema gesunde Ernährung eine gute Anlaufstelle ist, wenn

man abnehmen möchte, aber keinen Ernährungsberater/keine Ernährungsberaterin aufsuchen will.

Der Interviewte setzt das Gelernte aber nicht im Alltag um. Als Gründe dafür gibt er den Zeitmangel und Stress an. Zudem gibt er schließlich zu, dass der eiserne Wille bei ihm fehlt.

Ob die Rezeption von Ratgebersendungen beim Abnehmen helfen kann, beantwortet er mit keinem eindeutigen ja oder nein. Er ist der Ansicht, dass sich Laien bzw. Unwissende durch den Konsum bezüglich der Thematik besser orientieren können. Zudem betont er den Motivationsfaktor. Da in den Sendungen Personen gezeigt werden, die erfolgreich abnehmen konnten, wird er motiviert selbst etwas zu ändern.

Der Proband ist sich auch unsicher hinsichtlich der Frage, ob Rezipienten von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung ihre Essgewohnheiten ändern können: *„Wenn man bei den Sendungen zuschaut sieht man auch, dass die Leute dort mehrere gescheiterte Versuche beim Abnehmen hinter sich haben. Und dann klappt es. Aber sie zeigen nicht wie die Personen danach weiterleben. Im echten Leben verhält es sich ähnlich. Man nimmt ab, aber oft ist das nur von kurzer Dauer und schon passiert der Rückfall in die alten Gewohnheiten.“* (Interview 2, 62 – 69)

Der Befragte sieht sich die Sendungen zum Thema gesunde Ernährung bewusst an. Zum einen wegen der Beratungsfunktion, er möchte etwas aus den Sendungen lernen, zum anderen wegen der inhaltlichen Aufbereitung.

Er informiert sich durch das Fernsehen, Zeitungen und Zeitschriften zum Thema gesunde Ernährung. Als schwierig bei der Informationssuche beschreibt er die ungünstigen Sendezeiten im Fernsehen.

Die interviewte Person gibt an mit seinem Körper zufrieden zu sein. Gesundes Essen hat in seinem Leben einen niedrigen Stellenwert, obwohl er der Ansicht ist, dass gesundes Essen die Voraussetzung für Gesundheit ist. Für den Proband liegt es klar auf der Hand, er kann das Interesse und Wissen über gesunde Ernährung im Alltag nicht anwenden, da ihm

der unbedingte Wille fehlt. Zudem meint er, dass er sich schon gesünder ernähren wollte, da er übergewichtig ist.

Interview 3

Ratgebersendungen sind für die dritte befragte Person Formate, welche konkrete Ratschläge zu bestimmten Lebensbereichen geben. Sie gibt an diese Sendungen nicht allzu oft zu sehen, da sie sich Informationen über das Internet besorgt.

Die Probandin kennt zum Thema gesunde Ernährung lediglich zwei Ratgebersendungen, und zwar „The Biggest Loser“ (aber nur vom Namen her) und die Sendungen mit Sasha Walleczek. Sie sieht die Ernährungsberatung nach der Walleczek-Methode nicht gerne an, da ihr diese Person unsympathisch ist. Jedoch gibt sie auch an, durch das Zusehen schon öfters Informationen erhalten zu haben, die sie bislang nicht gekannt hat. Die Befragte äußert große Kritik an der Sendung: *„Sonst interessiere ich mich nicht sonderlich für die Sendung. Ich mache nie Diäten. Ich habe zu Hause gelernt, was gesund ist. Und ich finde, Sasha Walleczek wirkt arrogant. Außerdem wirken einige Szenen sehr gestellt.“* (Interview 3, 30 – 33)

Dennoch erscheint das Format für die interviewte Person hilfreich für Personen zu sein, die abnehmen möchten. Sie meint, die Sendung könnte Menschen insofern helfen, um sich klar zu werden, dass es viele Ernährungsirrtümer gibt. In Kontext dazu appelliert sie auf den Motivationsschub, der durch die Rezeption bei Zusehern aufkommen kann. Sie ist auch der Meinung, dass die Sendungen näher bringen, dass eine langfristige Gewichtsabnahme lediglich mit einer Umstellung der Ernährungsgewohnheiten möglich ist. Hilfreich kann ihrer Ansicht nach auch die Zubereitung von Gerichten sein.

Die Probandin gibt an, durch das Zusehen schon einige wichtige Informationen erhalten zu haben, beispielsweise das Gemüse, Fisch, Obst, und mageres Fleisch gesund sind. Hingegen, dass Zucker, Weißbrot und Fett als ungesund gelten. Sie fügt jedoch hinzu, dass das aber ohnehin jeder wüsste.

Einen hohen Lernfaktor hatte der Konsum von Formaten zum Thema gesunde Ernährung für die Befragte nicht. Das was in den Sendungen erwähnt wird, wusste sie schon, zudem stellt sie einige Ernährungsregeln beim Abnehmen in Frage.

Die Befragte kann sich nicht vorstellen, dass Personen aufgrund der Sendungen ihre Essgewohnheiten ändern: *„Es kommt natürlich auf die Person und ihre Motivation an, aber ich denke, wenn jemand von klein auf falsche Essensgewohnheiten gelernt hat bzw. zu wenig Motivation hat abzunehmen bzw. aus anderen gesundheitlichen Problemen Übergewicht hat, wird eine Fernsehsendung das auch nicht ändern. Ich glaube, die Dinge, die z.B. Fr. Walleczek erzählt, wissen die Leute prinzipiell schon, aber das umzusetzen ist schwierig.“* (Interview 3, 76 – 82)

Wenn sich die befragte Person Sendungen zum Thema gesunde Ernährung ansieht, macht sie fast immer andere Sachen nebenbei. Sie gibt an, sich solche Sendungen anzusehen, um sich mit anderen darüber unterhalten zu können und um sich über die Personen in den Sendungen zu amüsieren.

Die Interviewte ist mit ihrem Körper im Allgemeinen zufrieden und gibt besonders Acht auf ihre Haut. Sie möchte in Zukunft auch mehr Sport betreiben.

Gesundes Essen hat in ihrem Leben Bedeutung, sie isst viel Obst und Gemüse, nascht auch, aber ist froh darüber, dass sich das bei ihr nicht bemerkbar macht. Eine gesunde Ernährungsweise ist ihr vor allem deshalb wichtig, da sie nicht zunehmen möchte. Die Probandin bemerkt auch die positiven Auswirkungen von gesundem Essen: Kein Heißhunger, Wohlfühlfaktor und die Gesundheit.

Für die Befragte besteht eine ausgewogene und gesunde Ernährung aus Obst und Gemüse, reichlich Vollkornprodukten, Fisch, wenig Fett und ungesättigten Fettsäuren. Süßigkeiten sollten ihrer Meinung nach mit Maß genossen werden.

Sie informiert sich fast ausschließlich über das Internet zum Thema gesunde Ernährung. Die Probandin beschreibt die vielen Fehlinformationen als Schwierigkeit bei der Recherche über die Thematik gesundes Essen. In diesem Zusammenhang nennt die Befragte die

Werbung als negatives Beispiel. Sie kritisiert auch die Redakteure von Zeitschriften und Zeitungen, die ständig die neuesten Diäten präsentieren, mit denen angeblich noch mehr und noch schneller abgenommen werden kann.

Für die Befragte erscheint es aufgrund mangelnder Motivation, falschen Essgewohnheiten und den teuren gesunden Lebensmitteln schwierig zu sein das Wissen über gesunde Ernährung in den täglichen Speiseplan einzubauen. Die interviewte Person ernährt sich gesund, sie achtet darauf, dass es gut schmeckt und nicht zu fettreich sowie zuckerhaltig ist: *„Und ich höre auf zu essen, wenn ich satt bin. Aber so gesund ernähre ich mich nicht. Ich sollte noch weniger Zucker und Fett essen und vor allem Bioprodukte mit weniger künstlichen Inhaltsstoffen.“* (Interview 3, 145 – 148)

Interview 4

Gm24 versteht unter Ratgebersendungen Formate, welche Tipps und Empfehlungen für Interessierte abgeben. Er sieht solche Sendungen aber nur an, wenn er durch Zufall, beim Hin- und Herschalten, darauf stößt. Er gibt an diese Sendungen nur anzusehen, wenn sonst nichts informatives für ihn im Fernsehen zu sehen ist. Aus diesem Grund kann der Befragte auch keine Sendung beim Namen nennen.

Die Frage, ob Ratgebersendungen zum Thema Ernährung für manche Zuseher hilfreich sein können, bejahte er: *„Wenn sie auf gewisse Zielgruppen eingehen. Zum Beispiel Manager, wie sich diese im Zeitstress trotzdem gesund ernähren können. Oder gesunde Ernährung im Alter und in der Jugend, zum Beispiel cooles gesundes Essen. Oder wie man sich im Einzelhaushalt gesund ernähren kann.“* (Interview 4, 33 – 37)

Der Interviewte meint, dass er durch die Rezeption Inhalte und Informationen mitgenommen hat. Er achtet auch darauf das Gelernte im Alltag umzusetzen. Der Proband ist der Meinung, dass Ernährungssendungen den Zusehern beim Abnehmen helfen können: *„Ein vorgegebener Plan, was, wie, wie viel und wie oft man essen soll kann einem dabei sicherlich unterstützen. Und wenn man Erfolge sieht motiviert es.“* (Interview 4, 51 – 54). Er kann sich auch vorstellen, dass derlei Formate Rezipienten zum Umdenken bewegen

können. Und zwar, weil er denkt, dass sich solche Sendungen nur jene ansehen, die sich ohnehin ändern wollen.

Gm24 sieht sich diese Sendungen nicht bewusst an. Neben dem Fernsehen erledigt er oft andere Sachen. Wenn er sich Abnehmsendungen ansieht macht er das, um abzuschalten, um zu entspannen und auf andere Gedanken zu kommen. Er gibt auch an sich über die Personen in den Sendungen zu amüsieren. Manchmal findet er vermittelte Informationen auch lehrreich.

Der Interviewte ist mit seinem Körper im Grunde zufrieden, er achtet darauf langsam zu essen und möchte kontinuierlich schlanker werden sowie Fitness aufbauen. Wenn es ihm möglich ist ernährt er sich ausgewogen. Er spürt, dass gesundes Essen wie Obst, Gemüse und Ballaststoffe seinem Körper gut tun. Zu fettiges Essen versucht er zu vermeiden. Für ihn ist es das Ausgehen mit Freunden und Bekannten, was es schwierig macht, sich im Alltag gesund zu ernähren. Für ihn ist es schwer dem Verlangen nach ungesunden und fetthaltigen Speisen zu widerstehen. Großteils ernährt sich der Proband gesund, ab und zu schlemmt er nach Lust und Laune und vergönnt sich seine Lieblingsgerichte.

Die befragte Person informiert sich über das Internet über gesunde Ernährung. Er meint, dass aber vor allem dieses Medium viele falsche Informationen an den Konsumenten weitergibt. Als weitere Schwierigkeit beschreibt er, dass Ernährungsratgeber und Pläne nach zu strengen Regeln ausgerichtet sind.

Interview 5

Dm22 versteht unter Ratgeberformaten Informationssendungen. Er kennt auch Ratgeber-sendungen zum Thema gesunde Ernährung, und zwar jene mit Sasha Walleczek. Er sieht sich diese Sendungen oft und gerne an, aus dem Grund, da er viele Informationen zum Thema Ernährung erhält. Auch die Aufbereitung gefällt ihm.

Der Interviewte kann sich vorstellen, dass Sendungen zum Thema Ernährung manchen Zuschauern weiterhelfen, da falsche Ernährungsgewohnheiten aufgedeckt und schließlich

auch analysiert werden. Durch den Konsum konnte der Proband schon einiges lernen. Zum einen, dass bewusste Ernährung sehr wichtig ist. Des Weiteren empfand er, dass die Inhaltsstoffe in der Nahrung in den Sendungen sehr gut erklärt werden. Der Proband setzt das Gelernte auch im Alltag um.

Die interviewte Person ist der Ansicht, dass Formate mit der Thematik gesunde Ernährung beim Abnehmen helfen können: *„Sie öffnen die Augen. Man bekommt ein Gefühl für die Lebensmittel. Man bekommt vermittelt was ungesunde Ernährung dem Körper eigentlich antut und zufügt.“* (Interview 5, 45 – 48)

Er glaubt auch, dass es durch den Aufklärungseffekt der Sendung möglich ist, dass Rezipienten ihre Essgewohnheiten ändern.

Der Befragte sieht sich die Sendungen, wenn es die Zeit zulässt, immer bewusst an. Vor allem sieht er Abnehmsendungen an, um sich unterhalten zu lassen. Er möchte sich auch mit anderen über das Format unterhalten und bei diesem Thema mitreden können. Des Weiteren gibt er an, dass er sich durch den Konsum entspannen will. Der Proband kann vom Alltag und Stress abschalten, er kommt so auf andere Gedanken. Das Thema gesunde Ernährung interessiert Dm22 sehr. Er gibt an sich diese Sendungen anzusehen, um etwas lernen zu können. Zusätzlich meint er, dass er Abnehmsendungen rezipiert, um sich über die Personen in den Sendungen zu amüsieren.

Mit seinem Körper ist der Proband nicht gänzlich zufrieden, er würde gerne abnehmen, da er übergewichtig ist. Mittlerweile hat gesundes Essen einen hohen Stellenwert in seinem Leben. Durch bewusste Ernährung möchte er dem Körper gutes tun. Nach seiner Meinung ernährt sich der Befragte gesund, er achtet auf einen ausgewogenen Speiseplan.

Dm22 versteht unter gesunder Ernährung einen ausgewogenen Mix aus Fett, Eiweiß und Kohlenhydraten. Infos zu diesem Thema holt er sich über das Fernsehen und dem Internet. Bei der Informationssuche empfindet er für schwierig, dass viele Falschmeldungen bezüglich gesunder Ernährung kursieren. Vor allem in Internet sind seiner Meinung nach viele Irrglauben verbreitet.

Der Interviewte hat einige Schwierigkeiten damit gesunde Ernährung im Alltag anzuwenden: *„Die Arbeitszeiten, also im Büro das Essen, weil die Möglichkeiten in der Mittagspause begrenzt sind. Der stressige Alltag.“* (Interview 5, 122 – 124)

Interview 6

Die befragte Person versteht unter Ratgeberformaten 30-minütige Sendungen, welche Tipps und Tricks für das tägliche Leben geben. Auf Anfrage kennt Bm23 keine Ratgebersendung, hingegen meint er aber, diese ein Mal pro Woche anzusehen.

Der Interviewte kann auch keine Ratgebersendung zum Thema gesunde Ernährung beim Namen nennen. Er gibt aber an zu wissen, dass es solche Sendungen gibt. Die befragte Person mag Ratgebersendungen zum Thema Ernährung nicht, er findet solche Formate einfältig.

Trotz dieser Ablehnung gegenüber dem Konsum von Abnehmsendungen meint er, dass diese Formate für manche Rezipienten hilfreich sein können: *„Es gibt viele Rezeptvorschläge, grundlegende Ernährungsregeln werden erklärt und man erfährt viel über die Ernährung.“* (Interview 6, 31 – 33)

Das was Bm23 in den Sendungen erfahren bzw. lernen konnte, setzt er im Alltag nicht um. Er isst das worauf er Lust hat, da er ein Genussmensch ist. Seiner Ansicht nach können Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung wahrscheinlich Einigen beim Abnehmen helfen: *„Es werden grundlegende Tipps und Ratschläge gegeben. Und es stellt auch eine Anlaufstelle für weitere direkte Informationen dar. Vorbilder werden gezeigt und deren Wandel wird dann analysiert.“* (Interview 6, 50 – 53)

Er ist sich unsicher, ob es möglich ist, dass Rezipienten ihre Essgewohnheiten aufgrund der Sendungen ändern. Einerseits denkt er, dass Zuseher durch die Erfolge von den Teilnehmern Ansporn erhalten und durch Negativbeispiele sicher abgeschreckt werden, andererseits beschreibt er die – wie auch bei ihm – nicht vorhandene Disziplin als Hürde sich gesund zu ernähren.

Die interviewte Person gibt an Abnehmsendungen nicht bewusst zu rezipieren. Zumeist sieht er sie aus Langeweile. Entspannen zu können und um auf andere Gedanken zu kommen sind weitere Gründe für den Konsum von Ratgebersendungen zum Thema Ernährung von Bm23. Des Weiteren sieht er die Sendungen, um sich über die Personen in den Sendungen zu amüsieren.

Der Proband ist mit seinem Körper nicht zufrieden. Er möchte trotz Desinteresse an gesunder Ernährung sein Gewicht reduzieren. Hierzu bemerkt er Sport zu betreiben. Gesundes Essen hat keinen hohen Stellenwert in seinem Leben. Er ernährt sich auch ungesund, achtet aber auf die Menge beim Essen. Der Interviewte schätzt sich als übergewichtig ein. Er bezeichnet sich als Genussmenschen. Jenes hindert ihn daran sich gesünder zu ernähren.

Bm23 ist der Ansicht, dass es bei gesundem Essen auf die Menge und Zusammensetzung der Mahlzeiten ankommt. Seiner Ansicht nach ist es schwer das Wissen über gesunde Ernährung im Alltag anzuwenden. Als Grund gibt er die momentan vorherrschende Esskultur mit Fast Food und Junk Food an.

Er informiert sich über das Internet zu diesem Thema. Als Schwierigkeiten bei der Informationssuche beschreibt er das fehlende Grundwissen und mangelndes Interesse.

Interview 7

Rm24 versteht unter Ratgebersendungen *„Aufzeichnungen im Radio oder im Fernsehen. Und sie bringen zu den unterschiedlichsten Themenbereichen Informationen an den Konsumenten. Also Sport, Motorsport, Wohnen, Gesundheit und so weiter.“* (Interview 7, 2 – 5)

Er sieht sich keine bestimmten Ratgeberformate im Fernsehen an. Meist rezipiert er solche Sendungen aus Zufall. Der Befragte sieht sich derlei Formate auch nicht oft an. Die interviewte Person kennt lediglich eine Ratgebersendung zum Thema gesunde Ernährung, und zwar *„Du bist, was du isst.“*

Der Proband denkt, dass Abnehmsendungen für manche Zuschauer hilfreich sein können: *„Man erfährt welche Nahrungsmittel gesund sind und welche weniger, wie viel man wovon essen kann, wo viel Fett drin ist, welches Verhältnis von Kohlenhydraten zu Proteinen das Beste für den Körper ist, wie bereite ich meine gesunden Mahlzeiten am besten zu.“* (Interview 7, 36 – 40)

Rm24 gibt an, dass auch er etwas durch den Konsum der Sendungen lernen konnte. Er wurde über den Nährwert von Lebensmitteln, über die Inhaltsstoffe in der Nahrung und über die Zubereitungsarten von Lebensmitteln informiert. Er versucht das Gelernte auch im Alltag umzusetzen.

Trotz dessen glaubt die befragte Person, dass Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung den Rezipienten beim Abnehmen, bei der Umsetzung eines Vorhabens, weniger unterstützen können. Er ist der Meinung, dass eine Ernährungsberatung von geschulten Personen und Ärzten erfolgen sollte. In diesem Kontext nennt der Befragte Einrichtungen wie die Weight Watchers, von welchen er glaubt, dass sie auch beim Abnehmen bzw. bei einer Ernährungsumstellung helfen könnten.

Der Proband glaubt, dass die Rezeption von Abnehmsendungen aber helfen kann, und zwar in Form eines ‚Wachrüttelns‘. Zuschauer könnten seiner Ansicht nach das Bewusstsein erlangen mit dem eigenen Körper unzufrieden zu sein, aber dass Ratgebersendungen dazu beitragen das Gewicht zu reduzieren oder die Ernährung umzustellen bezweifelt er.

Wenn sich der Befragte die Sendungen ansieht, geschieht das bewusst. Er möchte sich in erster Linie von den Sendungen unterhalten lassen. Ein weiterer Grund warum sich der Interviewte Abnehmsendungen ansieht ist, um abschalten zu können. Durch den Konsum kann er sich entspannen und auf andere Gedanken kommen. Er rezipiert diese Formate auch aufgrund der gezeigten Personen: *„Ja, ich interessiere mich für die Lebensweise anderer, um die eigene Lebensweise stetig optimieren zu können.“* (Interview 7, 101 – 102)

Rm24 gibt zu verstehen, die Sendungen auch aufgrund des Lerneffektes anzusehen. Zudem kann er sich über die Personen in den Sendungen gut amüsieren.

Die befragte Person ist mit seinem Körper zufrieden. Er achtet auf gesunde Ernährung sowie auf ausreichend Bewegung und Sport. Auch der tägliche Schlaf von acht Stunden ist dem Befragten ein Anliegen.

Gesunde Ernährung ist Rm24 sehr wichtig: *„Wenn man sich gesund ernährt hat man mehr Energie und es wirkt sich auch positiv auf das weitere Leben aus. Man ist sicher auch weniger krankheitsanfällig. Also Herzinfarkt, Schlaganfall, Gelenkserkrankungen.“* (Interview 7, 130 – 133)

Seiner Ansicht nach bedeutet gesunde Ernährung viel Obst und Gemüse sowie Vollkornprodukte zu essen. Zudem sollten nährstoffreiche Nahrungsmittel gegessen werden. Eines der wichtigsten Regeln dabei ist mit dem Essen aufzuhören, wenn sich das Sättigungsgefühl einstellt. Er ernährt sich nach diesen Regeln und achtet darauf nicht zu viele Süßigkeiten und Kohlenhydrate in Form von Teigwaren zu sich zu nehmen.

Der Befragte informiert sich nicht gezielt zu diesem Thema, da das Thema in allen Medien ständig präsent ist. Er bekommt Informationen aus dem Internet, Printmedien, Radio und Fernsehen.

Rm24 empfindet es für ratsam die Informationen der Medien zu vergleichen und nicht alles zu glauben. Andere Schwierigkeiten bei der Informationssuche über gesunde Ernährung sind für ihn mangelndes Interesse am Thema und die mangelnde Motivation etwas zu ändern.

Sich im Alltag gesund zu ernähren ist für Rm24 auch schwierig. Diesbezüglich nennt er das umfangreiche Angebot an Fast-Food Produkten. Zudem verweist er auf hochwertige Bio-Produkte und andere gesunde Lebensmittel, die für weniger privilegierte Bevölkerungsschichten nicht leistbar sind.

Interview 8

Die befragte Person versteht unter Ratgebersendungen Formate, die Tipps zu bestimmten Themenbereichen bereitstellen. Sie sieht Ratgebersendungen nur dann, wenn sie

durch Zufall auf ein interessantes Thema stößt. Ein Format, bei welchem es um gesunde Ernährung geht, ist Ew37 bekannt, und zwar „Du bist, was du isst“ mit Sasha Walleczek.

Für hilfreich empfindet die Probandin die Sendungen allemal. Die vielen Informationen, Vorschläge und Rezepte, welche gezeigt werden, erleichtern ihrer Meinung nach die Umsetzung von gesunder Ernährung.

Die Befragte hat durch die Rezeption von Abnehmformaten auch etwas lernen können und versucht die erhaltenen Tipps auch in den täglichen Speiseplan zu integrieren.

Sie meint, dass die Sendungen als Einstieg beim Abnehmen für Zuschauer hilfreich sein können. Auch die Frage, ob sie sich vorstellen kann, dass Zuschauer durch den Konsum von Abnehmformaten ihre Essgewohnheiten ändern, bejahte sie: *„Wenn der Wunsch zur Änderung der Essgewohnheiten schon vorhanden ist, kann eine Ratgebersendung möglicherweise auch zur Umsetzung beitragen.“* (Interview 8, 50 – 52)

Ew37 schaut sich die Sendungen nicht bewusst an und möchte sich unterhalten lassen. Das Thema an sich interessiert die Probandin. Zudem rezipiert sie derlei Formate, um sich über die Personen in den Sendungen amüsieren zu können.

Die interviewte Person ist mit ihrem Körper zufrieden und achtet darauf sich gesund zu ernähren sowie auf Bewegung. Gesundes Essen hat in ihrem Leben einen sehr hohen Stellenwert. Sie möchte sich gesund und fit fühlen und viel Energie für den Alltag haben.

Als gesunde Ernährung bezeichnet die Probandin eine ausgewogene Ernährung mit viel Obst und Gemüse. Ihrer Meinung nach kann alles gegessen werden. Aber je ungesünder ein Lebensmittel ist, desto weniger sollte davon gegessen werden. In diesem Zusammenhang beschreibt sie aber auch einige Probleme die mit der Umsetzung, das Wissen über gesunde Ernährung im Alltag anzuwenden, einhergehen: *„Die Verfügbarkeit und auch Geld. Oft sind Bio Produkte teuer. Und nicht an jeder Ecke verfügbar. Und schon gar nicht als Snack zwischendurch oder bürotaugliches Essen.“* (Interview 8, 127 – 130)

Ew37 achtet dennoch auf eine ausgewogene Ernährung und darauf Süßigkeiten in Maß zu essen. Sie bemerkt, dass es zwischenzeitlich auch Phasen gibt, in welchen sie sich größtenteils von ungesunden Nahrungsmitteln ernährt.

Hauptsächlich informiert sie sich über das Internet und Zeitschriften zum Thema gesunde Ernährung. Als Schwierigkeit bei der Informationssuche beschreibt sie die vielen falschen Informationen von unseriösen Medien.

Interview 9

Ratgebersendungen erteilen Tipps. Sie berichten ihrer Meinung nach über neueste Erkenntnisse betreffend der Wissenschaft und Forschung. In Zusammenhang dazu werden Erfahrungsberichte von Laien gezeigt. Auf diese Weise beschreibt die neunte befragte Person Ratgebersendungen.

Am liebsten sieht sich die Probandin Help TV und Eco an. Diese Formate sieht sie so oft es die Zeit zulässt. Im Bereich Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung kennt die Befragte die Sendungen mit Sasha Walleczek. Des Weiteren kennt sie Help TV und Willkommen Österreich. In diesen Formaten wird das Thema gesunde Ernährung aber nur manchmal behandelt.

Die Befragte glaubt, dass der Konsum von Ratgebersendungen motivierend in Bezug auf die eigene Gewichtsabnahme sein kann. Zudem ist sie der Ansicht, dass die gezeigten Koch- und Einkaufstipps den Zuschauern helfen können.

Iw31 gibt an, dass sie einige Informationen für hilfreich empfunden hat. Sie hat aus den Sendungen auch etwas gelernt: *„Man bekommt immer wieder neue Erkenntnisse, da sich der Forschungsstand ständig ändert. Früher war das Fett schlecht, heute sind es die Kohlenhydrate.“* (Interview 9, 41 43)

Die interviewte Person setzt das Gelernte im Alltag um. Sie versucht gesund zu kochen. Ob Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung den Zuschauern helfen können, bleibt für die Befragte unsicher. Sie meint zwar, dass Abnehmsendungen durch die zahlreichen Informationen lehrreich sind und diese auf die Zuschauer motivierende Wirkung haben, aber sie ist der Ansicht, dass Rezipienten ihre Essensgewohnheiten nur aufgrund der Sendungen nicht ändern werden.

Zumeist macht Iw31 neben dem Fernsehen andere Sachen, sie versucht dennoch den Inhalt der Sendungen bewusst wahrzunehmen. Sie sieht sich Formate zum Thema Ernährung an, da sie Wert auf die Beratungsfunktion legt. Auch wegen der Unterhaltung rezipiert sie Abnehmsendungen. Die Interviewte hat auch Interesse an den Personen in den Sendungen. Allen voran gibt sie das Interesse am Thema gesunde Ernährung als Motiv und Grund für die Rezeption an.

Die Probandin ist mit ihrem Körper nicht zufrieden. Sie ist ihrer Meinung nach normalgewichtig, sie möchte aber noch Abnehmen und an ihrer Körperform arbeiten. In ihrem Leben hat gesundes Essen einen sehr hohen Stellenwert. Vor allem, da sie ihr Gewicht halten möchte bzw. dieses noch reduzieren will und auch, um gesund zu bleiben.

Gesunde Ernährung bedeutet für die befragte Person: *„Alle wichtigen Stoffe, die der Körper braucht, mit Essen zuzuführen, um langfristig gesund zu bleiben und den Körper mit Energie zu versorgen.“* (Interview 9, 106 – 108)

Das Wissen über gesunde Ernährung alltäglich anzuwenden ist ihrer Ansicht nach kein Leichtes. Aufgrund des Zeitmangels sich mit gesundem Essen zu beschäftigen, gezielt gesunde Lebensmittel einzukaufen und zu kochen ist sehr zeitaufwändig.

Die Befragte ernährt sich größtenteils gesund: *„Ich gebe darauf Acht ausreichend Wasser zu trinken und regelmäßig zu essen. Gute Fette und gesunde Kohlehydrate sollen es sein. Da ich aber ein Genuss- und Lustesser bin fällt es mir oft schwer alles einzuhalten. Vor allem schwer fällt es mir meine Schokoladensucht auszutricksen.“* (Interview 9, 125 – 130)

Informationen zu dem Thema Ernährung erhält sie durch das Internet, Zeitschriften und Bücher. Für die Befragte ist es nicht schwer sich über das Thema zu informieren, da das Internet überflutet davon ist.

Interview 10

Ratgebersendungen sind für Mw29 Formate, welche Informationen, Ratschläge, Aufklärung und Tipps geben. Sie sieht keine Ratgebersendung regelmäßig an, nur durch Zufall, wenn sie im Fernsehprogramm hin- und herschaltet.

Zum Thema Ernährung kennt die Befragte lediglich eine Ratgebersendung, und zwar ein Format mit Sasha Walleczek. Sie kann sich vorstellen, dass diese Sendung den Zuschauern beim Abnehmen helfen kann: *„Ich denke, wenn jemand wirklich eine Umstellung oder Änderung seiner Essgewohnheiten anstrebt, kann man aus Ratgebersendungen sicher viel herausholen. Rezepte, Erfahrungen von betroffene Personen, die Motivation.“* (Interview 10, 35 – 39) Dass ein Rezipient der Sendung seine Essgewohnheiten ändert kann sie sich ebenso vorstellen.

Neben dem Fernsehen macht die Befragte oft Hausarbeiten, sie gibt an, nie bewusst fern zu sehen. Sie sieht sich die Sendungen an, weil sie Interesse am Leben anderer Personen hat und sie sich dadurch mit anderen vergleichen kann.

Im Großen und Ganzen ist die interviewte Person mit ihrem Körper zufrieden. Gesundes Essen hat im Leben von Mw29 keinen hohen Stellenwert. Sie hat zwar Interesse am Thema gesunde Ernährung, hat sich aber noch nie intensiv damit beschäftigt. Für die Probandin bedeutet gesundes Essen viel Obst und Gemüse zu sich zu nehmen. Sie gibt an nicht darauf zu achten gesund zu kochen. *„Ich beschäftige mich zu wenig mit diesem Thema. Außerdem fühle ich mich meistens wohl in meinem Körper. Also wozu was ändern?“* (Interview 10, 88 – 90)

Mw29 empfindet es nicht schwierig sich gesund zu ernähren, da sie der Meinung ist, wenn jemand etwas wirklich möchte ist es nicht schwer das umzusetzen. Die befragte Person schätzt sich als normalgewichtig ein, würde aber dennoch gerne Abnehmen.

Die Probandin informiert sich nicht gezielt zu diesem Thema. Ihrer Meinung nach gibt es bei der Informationssuche über gesunde Ernährung auch keine Schwierigkeiten: *„Heutzutage wird man überall mit diesem Thema konfrontiert. Vor allem im Internet findet man alles. Je nach Intensität der Recherche findet man dann etwas.“* (Interview 10, 76 – 79)

Interview 11

Die Interviewpartnerin beschreibt Ratgebersendungen als Formate, die aufgrund fundiertem Wissen lösungs- und problemorientierte Ratschläge geben. Sw23 kennt „So isst Österreich“ und sah sich diese Sendung auch manchmal an. Sie kennt auch andere Formate zum Thema gesunde Ernährung, und zwar die Sendungen mit Sasha Walleczek. Sie gibt an „So isst Österreich“ am liebsten anzusehen.

Der Probandin gefällt an diesen Sendungen die lebensnahe Aufmachung. In diesem Kontext kritisiert sie aber das Verhalten von Sasha Walleczek; sie gibt an, dass die Ernährungsberaterin unsympathisch ist.

Ob die Sendungen für Rezipienten hilfreich sind, ist sich die befragte Person unsicher: *„Ich glaube, das kommt darauf an unter welchem Aspekt man sich solche Sendungen ansieht.“* (Interview 11, 25 – 29)

Sie meint damit, wenn Sendungen aufgrund der Beratungsfunktion rezipiert werden, ist es vorstellbar, dass die Formate hilfreich sein können. Aber wenn die Sendungen aufgrund des Amusements rezipiert werden, bleibt der Aspekt der Hilfe oder des Lernens aus. Aus ihrer Sicht ist es möglich, dass Rezipienten aufgrund der Sendungen ihre Essgewohnheiten ändern: *„Wenn die Methode für einen passt. Und der Wille dazu der Richtige ist, kann ich mir das schon vorstellen.“* (Interview 11, 47 – 49)

Sw23 gibt an bereits viele wichtige Informationen von den Sendungen erhalten zu haben, jedoch war ihr dieses Wissen zumeist schon bekannt. Durch den Konsum von Abnehmsendungen hat sie gelernt, dass von jedem Lebensmittel etwas gegessen werden kann und dass die Menge richtig dosiert werden sollte. Die Befragte setzt das Gelernte auch beim Kochen im Alltag um.

Sie gibt an sich die Sendungen anzusehen, da ein bewusster Umgang mit Nahrungsmitteln gezeigt wird. Ihr gefällt die Aufmachung und der Inhalt. Des weiteren möchte sie sich unterhalten lassen. Die Interviewpartnerin rezipiert Abnehmsendungen auch, um abschalten zu können, um zu entspannen und um auf andere Gedanken zu kommen. Sie hat auch

Interesse am Leben anderer Personen. Wesentlich ist für sie aber auch das Thema der Sendung. Des Weiteren gibt Sw23 an etwas aus den Sendungen lernen zu wollen. Zum Teil rezipiert die befragte Person die Sendungen aber auch, um sich über die Personen in den Sendungen zu amüsieren.

Die Befragte ist mit ihrem Körper zufrieden und legt auf sportliche Betätigung besonderen Wert. Gesundes Essen hat im Leben der Probandin großen Stellenwert. Ihrer Ansicht nach erfolgt es automatisch, dass sie sich gesund ernährt. Gesunde Ernährung ist ihr wichtig, da sie ihrem Körper Gutes tun möchte und wenn es diesem gut geht, geht es auch dem Geist gut. Ausgewogenes Essen und mit Maß genießen; nach diesen Prinzipien beschreibt Sw23 ihre Vorstellung von gesunder Ernährung. Sie empfindet es nicht für schwierig das Wissen über gesunde Ernährung im Alltag anzuwenden. In diesem Zusammenhang meint sie, dass viele Personen zu wenig Sport – aufgrund des Zeitmangels – betreiben. Die befragte Person ist ihrer Angaben nach normalgewichtig.

Sw23 informiert sich nicht bewusst zu diesem Thema. Die Befragte meint, dass das Wissen über Ernährung überall publik gemacht wird. Zudem wurde bei ihr zu Hause schon immer auf einen gesunden Umgang mit der Nahrung geachtet. Die Probandin benennt aber auch Schwierigkeiten, welche bei der Informationssuche über gesunde Ernährung aufkommen können: *„Die Vielfalt an Information. Wenn man sich zu wenig auskennt kann ich mir vorstellen, dass man nicht weiß, was richtig und falsch ist.“* (Interview 11, 115 – 117)

Interview 12

Der Befragte versteht unter Ratgebersendungen Formate, die praktisches Wissen und Ratschläge vermitteln. Er sieht sich Ratgeberformate zu allen Themengebieten an. Er kennt auch Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung, und zwar „The Biggest Loser“, „Liebling, wir bringen die Kinder um!“ und die Sendungen mit Sasha Walleczek.

Ihm gefällt an den Sendungen, dass er dadurch etwas lernen kann. Was ihm weniger gefällt ist die zur Schau gestellten Personen, die in den Sendungen mitmachen.

Hilfreich sind für den Interviewpartner die Sendungen allemal: *„Zuschauer lernen dadurch mehr über Lebensmittel. Sie können dadurch ihre Ernährung bewusster gestalten. Es ist sicher auch eine Motivation für eine Gewichtsabnahme bei Übergewichtigen vorhanden. Man bekommt Ideen und Ansätze wie eine Diät zu gestalten ist. In Zusammenhang mit Sport.“* (Interview 12, 29 – 34)

Der Proband hat bei der Rezeption die Informationen über die Lebensmittel für wichtig empfunden. Zudem werden seiner Ansicht nach in den Sendungen auch Lebensmittel beschrieben, welche gesund sind, welche es nicht sind und welche Nahrungsmittel als ‚Dickmacher‘ gelten. Er hat gelernt, dass gesunde Ernährung durch Sport ergänzt werden sollte. Hierzu beschreibt Am23 noch weitere Ernährungstipps: *„Gesunde Ernährung sollte durch Sport ergänzt werden. Schlechte Fette sollten vermieden werden, Fisch ist sehr gesund, gesunde Fette essen. Süßigkeiten und Fast Food eher meiden.“* (Interview 12, 43 – 45)

Das Gelernte setzt der Befragte auch im Alltag um. Er macht viel Sport und denkt über gesunde Zubereitungsarten beim Kochen nach. Für Am23 können Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung den Rezipienten beim Abnehmen helfen. Er ist auch der Meinung, dass sie ihre Essgewohnheiten aufgrund der Sendungen ändern können: *„Sie lernen dazu und besitzen dann mehr Wissen über die Lebensmittel.“* (Interview 12, 61 – 63)

Die interviewte Person gibt an Abnehmsendungen bewusst zu konsumieren. Er rezipiert die Sendungen, weil er dadurch etwas lernen kann, er durch sie beraten und unterhalten wird. Er möchte sich über die Sendung auch mit anderen unterhalten können. Ein weiterer Grund, warum sich Am23 die Sendungen ansieht ist, weil er sich durch den Konsum entspannen kann; er kann abschalten und kommt dadurch auf andere Gedanken. Ein weiteres Motiv ist das Interesse am Thema gesunde Ernährung.

Am23 ist mit seinem Körper zufrieden. Er achtet darauf genügend Sport zu betreiben. Gesundes Essen hat in seinem Leben einen hohen Stellenwert. Als Grund gibt er seine Gesundheit und den Wohlfühlfaktor an. Gesundes Essen bedeutet für den Befragten von

allen Nahrungsmitteln etwas zu essen. Zusätzlich achtet er auf die richtige Zusammensetzung der Mahlzeiten. Er appelliert darauf gesunde Fette und gute Kohlenhydrate zu sich zu nehmen und darauf zu achten nicht zu viel zu essen. Die interviewte Person gibt an sich größtenteils gesund zu ernähren. Er achtet darauf keine zuckerhaltigen Getränke zu trinken, täglich Obst zu essen und wenig mit Fleisch zu kochen. Manchmal fällt es dem Probanden auch schwierig diese Vorstellung einer gesunden Lebensweise einzuhalten, da der Hunger auf nicht gesunde Lebensmittel aufkommt. Am23 ist seiner Meinung nach normalgewichtig.

Er informiert sich über das Internet, Fernsehen und über Zeitschriften zum Thema gesunde Ernährung. Für den Proband gibt es einige Schwierigkeiten bei der Recherche: *„Quellen widersprechen sich. Es existieren viele Ernährungsirrtümer.“* (Interview 12, 123 – 124)

11.4.2. Generalisierende Analyse

In dieser Phase der Auswertung ist es Ziel die Einzelinterviews miteinander zu vergleichen und Differenzen sowie Gemeinsamkeiten der Probanden ausfindig zu machen.

Um zu allgemeingültigen Erkenntnissen zu kommen besteht die Notwendigkeit, in den Interviews nach Themenschwerpunkten zu suchen. Dies ermöglicht es angesprochene Sachverhalte der Rezipienten gegenüberzustellen und zu vergleichen. In den Interviews wurde der Fokus auf folgende Thematiken gelegt:

- Bekanntheit von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung
- Motive der Zuseher
- Art der Rezeption
- Nutzen für das Publikum
- Informationssuche zum Thema gesunde Ernährung
- Beliebtheit von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung
- Stellenwert von Gesundheit und Ernährung
- Zufriedenheit mit dem eigenen Körper

Im Nachfolgenden wird auf jeden einzelnen Themenschwerpunkt eingegangen. Die Aussagen der Rezipienten werden zusammengefasst. Dadurch kommen differente und kollektive Ansichten zum Vorschein.

Bei der Untersuchung der Motive wurde nicht nur auf die Aussagen der Probanden zurückgegriffen. Die soziodemographischen Daten der Teilnehmer ermöglichten es Rezeptionsmotive unter der Berücksichtigung ihres sozialen Umfeldes und Lebens ausfindig zu machen.

Ein weiteres Anliegen ist es, nach der Analyse der Themenschwerpunkte auf geschlechterspezifische Unterschiede einzugehen.

11.4.2.1. Bekanntheit von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung

Jeder der befragten Personen hat schon einmal eine Ratgebersendung zum Thema gesunde Ernährung rezipiert. Zwei von den Probanden können keine Ratgebersendung beim Namen nennen, sie geben aber an, bereits ein Format zu diesem Thema gesehen zu haben. Um sich namentlich an eine Sendung besser erinnern zu können, wurde explizit nach der Bekanntheit von bekannten Formaten gefragt. Die Probanden konnten sich dennoch an keine Sendung namentlich erinnern.

Den größten Bekanntheitsgrad erlangen die Sendungen mit Sasha Walleczek. Alle zwölf der interviewten Personen gaben an diese Sendungen zu kennen. Fünf davon können auch den Namen der jeweiligen rezipierten Sendung nennen, und zwar „Du bist, was du isst“ und „So isst Österreich“.

Das Format „Bewusst gesund“ ist bei zwei der Probanden bekannt, ebenfalls wie die Sendung „The Biggest Loser“. Hingegen ist das Format „Liebling, wir bringen die Kinder um“ lediglich bei einer Person bekannt.

Eine Probandin benennt noch „Help TV“ und „Willkommen Österreich“ als ihr bekannte Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung. Sie bemerkt jedoch, dass in diesen Formaten das Thema gesunde Ernährung selten behandelt wird.

11.4.2.2. Motive der Rezipienten

Die Motive der Rezipienten, warum sie sich Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung ansehen, sind vielfältig. Im Vorfeld wird erwähnt, dass die meisten der Befragten Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung durch Zufall konsumieren. Lediglich zwei unter den Probanden wählen die Sendungen gezielt aus dem umfangreichen TV-Angebot aus.

Sieben der befragten Personen geben an Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung zu konsumieren, um etwas zu lernen. Die gleiche Anzahl an Personen sieht die Sendungen, um sich über die Personen in den Sendungen amüsieren zu können.

Bei den befragten Personen scheint dennoch Interesse am Thema und den Sendungen vorhanden zu sein; 50 % von ihnen geben an die Sendungen aufgrund der Inhalte und der Thematik zu sehen. Der Unterhaltungsfaktor von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung spielt ebenfalls eine große Rolle.

Die gleiche Anzahl an Personen konsumiert die Formate um abschalten und entspannen zu können sowie um auf andere Gedanken zu kommen. Die Lebensweise der Personen in den Sendungen ist für die Hälfte der Befragten von großem Interesse. Die Probleme und Schwierigkeiten der teilnehmenden Personen verleiht der Sendung Natürlichkeit und Lebensnähe. Der Vergleich mit anderen ist für die meisten hilfreich. Durch das ‚Dazulernen‘ kann die eigene Lebensweise ständig optimiert werden.

Aufgrund der gebotenen Beratungsfunktion rezipieren vier der interviewten Personen Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung. Die gleiche Anzahl an Personen gibt an die Sendungen zu sehen, um sich mit anderen über die Inhalte unterhalten zu können. Einer der Probanden konsumiert die Sendung aufgrund des Motivs mitreden zu können. Auch die Aufmachung der Sendung wird einmalig als Grund für die Rezeption angegeben. Für eine Person ist Langeweile ein Motiv sich Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung anzusehen. Wegen der Moderatoren oder aufgrund der Vorbildsuche sieht sich niemand die Sendungen an.

Folgende Rezeptionsmotive (nach Wichtigkeit geordnet) von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung konnten ausfindig gemacht werden:

Hauptmotive:

- Unterhaltung und Erheiterung: Amüsieren, Spaß, Freude
- Information und Lernen: Bedürfnis nach Beratung, Erhalt von neuen Informationen, Ratschlägen und Tipps, Umsetzung, Orientierung, Anlaufstelle
- Thema: Interesse an gesunder Ernährung
- Entspannung: Abschalten, Flucht vor dem Alltag
- Identität: Vergleich mit anderen, Interesse am Leben anderer
- Kommunikation: Mitreden, Unterhalten

Sekundäre Motive:

- Aufmachung
- Langeweile

Motive, die nicht genannt wurden:

- Moderator
- Vorbildsuche

11.4.2.3. Motive: Cultural Studies

Als Ergänzung zu den allgemein ausfindig gemachten Motiven ist es von Relevanz Mediennutzungsgründe im Kontext der Cultural Studies – unter der Berücksichtigung des sozialen Umfeldes bzw. soziodemographischen Daten der Rezipienten – zu suchen. Es besteht die Notwendigkeit Gruppen zu bilden, in welche die Rezipienten einzuordnen sind.

Gruppen und Subgruppen

Soziodemographische Daten	<i>Gruppen</i>	
Alter	<i>Zielgruppe ‚Jung‘ (20-34 Jahre)</i>	<i>Zielgruppe ‚Alt‘ (35-49 Jahre)</i>
Geschlecht	<i>Männlich</i>	<i>Weiblich</i>
Wohnsituation	<i>Singlehaushalt</i>	<i>Mehrpersonenhaushalt</i>

	(wohnt alleine)	(wohnt mit mind. einer Person zusammen)
Sozialer Status (ermittelt anhand des Einkommens)	<i>Niedriger sozialer Status</i> (kein und niedriges Einkommen: 0 – 1300,- € netto/ Monat)	Hoher sozialer Status (mittleres und hohes Einkommen: ab 1400,- € netto/ Monat)

Im Vorhinein ist darauf hinzuweisen, dass die am häufigsten und am zweithäufigsten genannten Bedürfnisse als primäre Motive bezeichnet werden. Die anderen ausfindig gemachten Bedürfnisse sind zu den sekundären Motiven zu zählen.

Altersbezogene Motive

Bei der jungen Zielgruppe konnte festgestellt werden, dass sie Formate zum Thema gesunde Ernährung konsumieren, da sie sich über die Personen in den Sendungen amüsieren möchten und beim Konsum ‚abschalten‘ und entspannen können. Sekundäre Motive sind: die Unterhaltung, der Lernfaktor, das Thema, das Interesse an anderen Personen und der Wunsch sich mit anderen über die Sendung zu unterhalten.

Die primären Rezeptionsmotive der älteren Befragten sind die Beratung, der Lernfaktor und das Interesse am Thema. Sekundäre Motive sind: die Unterhaltung, das Interesse an Personen in den Sendungen und der Wunsch sich über Personen in den Sendungen zu amüsieren.

Geschlechterbezogene Motive

Bei den befragten Frauen konnte als vorrangiges Motiv für den Konsum die Unterhaltung ausfindig gemacht werden. Des Weiteren sieht das weibliche Geschlecht die Sendungen aufgrund des Themas, wegen der Personen in den Sendungen und um sich über diese amüsieren zu können. Sekundäre Motive sind: Die Beratung, das Lernen, Abschalten oder Entspannen und sich mit anderen über die Sendungen zu unterhalten.

Männer rezipieren Formate zum Thema gesunde Ernährung hauptsächlich, da sie aus dem Konsum etwas lernen wollen. Sie sehen die Sendungen auch an, um abzuschalten und sich entspannen zu können sowie um sich über Personen in den Sendungen zu amüsieren.

Sekundäre Motive sind: das Thema, die Beratung, die Unterhaltung, die Personen in den Sendungen und der Wunsch sich mit anderen über die Formate zu unterhalten.

Wohnsituationsbezogene Motive

Im Vorfeld ist darauf hinzuweisen, dass alle befragten Personen nicht mehr in ihrem Elternhaus wohnen. Sie leben alleine oder mit mehreren Personen (Freunde, Bekannte etc.) in einem Haushalt.

Bei den Rezipienten, die alleine wohnen, wurde ersichtlich, dass sie Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung ansehen, um sich über die Personen in den Sendungen zu amüsieren sowie um abschalten und entspannen zu können. Sekundäre Motive sind: das Lernen, die Unterhaltung, Langeweile, die Aufmachung, das Interesse an anderen Personen, das Mitreden und der Wunsch sich über die Formate mit andere zu unterhalten.

Im Vergleich dazu wurde ersichtlich, dass bei Rezipienten, welche mit mehreren Personen in einem Haushalt leben, das Motiv ‚Interesse am Thema‘ ausfindig gemacht werden konnte. Jene sehen die Sendungen auch, um sich beraten zu lassen, daraus zu lernen und weil sie Interesse am Leben anderer Personen haben. Sekundäre Motive sind: Die Unterhaltung, Abschalten und Entspannen, sich mit anderen über das Format zu unterhalten und der Aspekt sich über die Personen in den Sendungen zu amüsieren.

Sozialer Status bezogene Motive

Personen mit niedrigem sozialen Status rezipieren Sendungen zum Thema gesunde Ernährung, da sie sich über die Personen in den Sendungen amüsieren wollen. Des weiteren geben sie an Interesse an den Personen in den Formaten zu haben und aus dem Konsum etwas lernen zu wollen. Sekundäre Motive sind: Die Beratung, die Aufmachung, die Unterhaltung.

Das Motiv Lernen und Amüsieren wurde auch bei den Rezipienten mit hohem sozialen Status ausfindig gemacht. Zudem sind das Thema gesunde Ernährung, die Unterhaltung, Abschalten und Entspannen weitere Gründe, weshalb die befragten Personen die Sendungen konsumieren. Sekundäre Motive sind: Langeweile, das Interesse an Personen in den Sendungen und das Mitreden.

11.4.2.4. Art der Rezeption

Die Hälfte der befragten Personen sieht sich Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung bewusst an, die andere Hälfte meint diese unbewusst zu rezipieren. Ungeachtet ob bewusste oder unbewusste Aufnahme erledigen sechs der Probanden neben dem Fernsehen andere Tätigkeiten.

Lediglich zwei der Interviewten sehen die Sendungen häufig. Die andern konsumieren die Sendungen selten; sie geben an solche Formate nur durch Zufall zu rezipieren.

11.4.2.5. Nutzen von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung

Alle zwölf der befragten Personen sind der Ansicht, dass Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung lehrreich sind. Sie geben an Informationen zu den Themen gesunde Ernährung und Sport zu erhalten. Zudem werden Tipps zum Kochen und Rezepte für gesundes Essen vorgestellt. Die meisten kommen zum Schluss, dass derlei Formate Informationen bereitstellen, die ihnen bislang noch nicht bekannt waren.

Die Umsetzung des Gelernten fällt ein Viertel der Probanden schwierig. Gründe dafür sind der Zeitmangel und der Stress. Zwei von Ihnen geben an, dass ihnen der eiserne Wille zu einer Ernährungsumstellung fehlt. Sie beschreiben sich als Genussmenschen. Eine Person gibt an sich mit dem Thema gesunde Ernährung nicht intensiv zu beschäftigen.

Neun der Interviewten setzen das Gelernte um bzw. versuchen das vermittelte Wissen von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung im Alltag beim Kochen anzuwenden.

Sowohl die männlichen wie die weiblichen Befragten legen großen Wert auf gesunde Ernährung. Beide Geschlechter versuchen die Informationen und Tipps von Ratgeberformaten zum Thema gesunde Ernährung im Alltag und bei der Zubereitung von Gerichten umzusetzen.

Fast alle sind der Meinung, dass Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung hilfreich für Personen sind, welche abnehmen oder ihre Ernährung umstellen wollen. Fol-

gende Nutzenfaktoren von Formaten zum Thema gesunde Ernährung wurden ausfindig gemacht:

Lernfaktor

- Gesundes Essen: Bewusste Ernährungsweise, Inhaltsstoffe der Nahrung, Nährwert von Lebensmitteln
- Einkaufstipps
- Zubereitung von Gerichten: Menge, Zusammensetzung, gesunde Zutaten
- Rezepte
- Sport
- Aktuelle Informationen (Forschungsstand ändert sich ständig)

Faktor: Orientierung

- Orientierungshilfe im Ernährungdschungel
- Beseitigung von Ernährungsirrtümern
- Anlaufstelle für Personen, die abnehmen möchten
- Ansätze für Ernährungsumstellung
- Analyse von falschen Ernährungsgewohnheiten
- Unterstützung, Hilfe und Orientierung durch vorgefertigte Essenspläne

Motivationsfaktor

- Motivation zum Abnehmen
- Vorbildfunktion der in den Sendungen mitwirkenden Personen
- Erfolge der in den Sendungen teilnehmenden Personen

Andere Faktoren

- Spezialisierung auf Zielgruppen: Essen für Manager/ Jugendliche/ Berufstätige etc.
- „Wachrütteln“ findet durch Rezeption statt

Zwei der Befragten sind sich unsicher, ob Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung Rezipienten beim Abnehmen helfen können. Sie glauben, dass die Rezeption von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung nur dann hilfreich ist, wenn diese

aus den richtigen Motiven, beispielsweise aufgrund der Beratung, erfolgt. Wenn sich jemand die Sendung aus Langweile ansieht oder um sich über die Personen in den Sendungen zu amüsieren, werden ihrer Ansicht die Formate weniger oder gar nicht beim Abnehmen oder einer Ernährungsumstellung helfen können.

Fünf der Probanden glauben, dass Zuschauer von Ratgeberformaten zum Thema gesunde Ernährung ihre Essensgewohnheiten ändern und abnehmen können. Hierzu bemerken alle die Notwendigkeit des „Wollens“; wenn der Wunsch zum Abnehmen oder einer Ernährungsumstellung vorhanden ist, kann ihrer Ansicht nach eine Ratgebersendung zur Umsetzung beitragen. Eine interviewte Person beschreibt den Aufklärungseffekt der Sendung als Auslöser für ein Umdenken. Hingegen meint ein anderer Interviewter, dass sich lediglich solche Personen Formate zum Thema gesunde Ernährung ansehen, die bereits an eine Umstellung der Essensgewohnheiten bzw. an das Abnehmen gedacht haben. Eine der befragten Personen nimmt eine andere Haltung zu diesem Thema ein. Er glaubt zwar, dass Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung den Menschen bei der Umstellung der Essensgewohnheiten bzw. beim Abnehmen helfen können. Dass sie tatsächlich zu einer Änderung der Essensgewohnheiten und zum Abnehmen beitragen glaubt er nicht. Die Person beschreibt in diesem Sinne eine Ernährungsberatung von geschulten Personen als hilfreich und nützlich.

An diesem Aspekt knüpft eine Person an, die sich unsicher ist, ob Rezipienten aufgrund der Sendungen ihre Essensgewohnheiten ändern bzw. abnehmen können. Mithilfe einer professionellen Ernährungsberatung werden nach Meinung der interviewten Person auch psychische Probleme, welche unter Umständen für das Übergewicht oder falsche Essensgewohnheiten verantwortlich sein können, analysiert und aufgearbeitet. Durch die bloße Rezeption von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung bleibt dies aus. Sie ist der Ansicht, dass die Grundursache der schlechten Essensgewohnheiten und des Übergewichts nicht ausfindig gemacht werden kann. Unsicherheit hinsichtlich dieser Thematik herrscht auch bei anderen Probanden. Es wird erwähnt, dass die Informationen, welche die Sendungen vermitteln, lehrreich und interessant sind. In diesem Zusammenhang wird besprochen, dass ein Großteil des vermittelten Wissens bei den Zuschauern bereits bekannt ist. Es ist lediglich die Umsetzung, die den Rezipienten Schwierigkeiten bereitet. Ansporn und Motivation zu haben ist nicht ausreichend, entscheidend ist die Disziplin und

das Durchhaltevermögen. Einer der Probanden beschreibt den Rückfall in falsche Essensgewohnheiten als enorme Schwierigkeit. In diesem Kontext wäre eine professionelle Ernährungsberatung von Vorteil. Probleme und Hürden könnten besprochen werden. Zudem sind Experten im besten Falle bemüht individuelle Lösungen für jeden Teilnehmer zu suchen. Dadurch erhöhen sich die Erfolgsaussichten.

11.4.2.6. Informationssuche durch die Medien

Zehn der befragten Personen informieren sich bewusst zum Thema gesunde Ernährung. Die anderen geben an sich nicht gezielt zu informieren, meinen aber, dass sie durch die ständige Präsenz des Themas fortwährend mit Informationen über gesunde Ernährung konfrontiert werden. Diese werden infolge unbewusst aufgenommen und gespeichert.

Jene, die sich bewusst informieren, suchen zumeist im Internet nach Inhalten zum Thema gesunde Ernährung. Viele der Interviewten informieren sich über das Fernsehen und über Printmedien zur Thematik. Einer der Befragten gibt an sich Wissen über Bücher anzueignen.

Für die meisten der Probanden ist die Informationssuche mit Schwierigkeiten verbunden. Lediglich für zwei der interviewten Personen ist es einfach sich Wissen darüber anzueignen. Die beiden sind der Ansicht, dass die Aktualität und die fortlaufende Präsenz des Themas die Informationssuche erleichtern.

Die anderen geben an Probleme bei der Informationssuche zum Thema gesunde Ernährung zu haben:

- *Orientierungslosigkeit*
 - Vielfalt an Information
 - Falschmeldungen
 - Ernährungsirrtümer und Irrglauben
 - Widersprüchliche Quellen (Richtige/ falsche Informationen erkennen/ unterscheiden)
- *Fehlendes Grundwissen*

- *Desinteresse und Demotivation*
- *Ungünstige Sendezeiten im Fernsehen*
- *Unseriöse Medienberichte*
 - Werbung
 - Zeitschriftenartikel

11.4.2.7. Beliebtheitswert von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung

Fast bei der Hälfte der Befragten sind Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung beliebt. Diese sehen sich die Sendungen gern an, weil sie lehrreich und interessant sind. Auch die lebensnahe und natürliche Aufbereitung wird als positiv beschrieben. Die Aufmachung der Sendung gefällt einer der interviewten Personen besonders gut. Die Sendungen werden auch wegen des Themas der Sendung gern konsumiert.

Das einzige was zwei der Probanden, die diese Sendungen gerne ansehen, als negativ betrachten ist die zur Schau Stellung von mitwirkenden Personen. Die Nacktaufnahmen – mit Unterwäsche – von den übergewichtigen Teilnehmern wird als bloßstellend bezeichnet.

Bei drei der Probanden sind die Sendungen unbeliebt. Diese Aussage gilt für die Sendungen mit Sasha Walleczek. Einerseits werden die Formate als gestellt und einfältig beschrieben. Auf der anderen Seite wird Sasha Walleczek als unsympathisch und arrogant charakterisiert.

Vier der Befragten können nicht feststellen, ob sie die Sendungen mögen oder ob sie diese nicht gern rezipieren. Zum einen, da jede Sendung unterschiedlich aufgemacht ist. Andere meinen solche Sendungen nicht oft genug konsumiert zu haben, um ein Statement abgeben zu können.

11.4.2.8. Stellenwert von gesunder Ernährung

Für neun der zwölf interviewten Personen hat gesunde Ernährung einen hohen Stellenwert. Gesundes Essen ist ihnen wichtig, da sie dem Körper alle wichtigen Nährstoffe zu-

führen wollen. Einerseits ist ihnen hierbei die Gesundheit sehr wichtig, zum anderen wollen sie dem Körper gutes tun und ihn mit wertvollen Vitaminen und Energie versorgen. Ein anderer Grund ist, dass gesunde Ernährung ihrer Ansicht nach positive Auswirkungen auf Körper und Geist haben kann; der Wohlfühlfaktor wird hier als wesentlicher Faktor beschrieben. Für zwei Personen ist es wichtig nicht zuzunehmen.

Drei der Befragten geben an, dass ihnen gesundes Essen unwichtig ist. Gründe dafür sind der Zeitmangel, der fehlende Wille und der Stress.

Für fast alle Befragten ist es nicht leicht sich gesund zu ernähren. Nur zwei Personen beschreiben gesundes Essen automatisch in den Essensalltag integrieren zu können. Folgende Probleme machen es schwierig, dass sich die befragten Probanden gesund ernähren:

- Kochen für die Familie
- Fehlender Wille und mangelnde Motivation
- Falsche Essensgewohnheiten
- Kostenfaktor von gesunden Lebensmitteln (z.B. Bio Produkte)
- Essen mit Freunden
- Verlangen nach ungesundem Essen
- Stress und Zeitmangel
- Essen in der Arbeit
- Esskultur: Fast Food/ Junk Food
- Verfügbarkeit von Lebensmitteln (saisonal begrenzt)
- Ergänzung durch Sport

Männer und Frauen legen gleichermaßen viel Wert auf gesunde Ernährung. Beide Geschlechter achten auf gesunde Mahlzeiten und versuchen so gut wie es geht sich ausgewogen zu ernähren. Das weibliche sowie das männliche Geschlecht ernähren sich aus denselben Motiven gesund, und zwar um sich wohl zu fühlen, um gesund zu bleiben, um schlank zu bleiben bzw. zu werden und den Körper mit Energie zu versorgen.

11.4.2.9. Zufriedenheit mit dem eigenen Körper

Unter den Probanden befinden sich acht Personen, die mit ihrem Körper im Großen und Ganzen zufrieden sind. Sie achten auf gesunde Ernährung und betreiben Sport. Drei von ihnen achten nicht auf eine gesunde und ausgewogene Ernährung. Sie sind mit ihren Körpern dennoch zufrieden, geben aber an, abnehmen zu wollen.

Zwei der männlichen Befragten sowie zwei Probanden des weiblichen Geschlechts geben an unzufrieden zu sein. Drei von diesen geben an Übergewicht zu haben, wovon zwei auf gesunde Ernährung und sportliche Betätigung achten, um abnehmen zu können. Eine Person ist ihrem Empfinden nach zwar normalgewichtig, diese möchte aber abnehmen und den Körper formen, um vollkommen zufrieden sein zu können.

11.4.2.10. Unterschied zwischen den Geschlechtern

Männer und Frauen haben keine wesentlich differenten Motive für die Rezeption. Der Anteil an männlichen und weiblichen Befragten gibt gleichermaßen an die Sendungen aufgrund des Themas und der Beratung anzusehen. Beide Geschlechter sehen die Sendung, um sich mit anderen über die Sendung unterhalten zu können.

Eine minimale Differenz stellt sich bei anderen Gründen heraus. Die weiblichen Befragten wollen im Vergleich zu den männlichen Probanden durch die Sendungen unterhalten werden. Hingegen bevorzugt das männliche Geschlecht aus den Sendungen etwas lernen zu können. Männer und Frauen sehen sich Ratgebersendungen an, um sich über Personen in den Sendungen zu amüsieren. Dieses Motiv zur Rezeption wurde von den männlichen Befragten einmal mehr genannt.

Der Großteil der männlichen interviewten Personen sieht die Sendung aufgrund des Entspannungsfaktors, sie möchten während des Konsums der Sendungen abschalten können und auf andere Gedanken kommen. Nur zwei der weiblichen Probanden geben diesen Grund als Rezeptionsmotiv an. Diese sehen im Vergleich zu den Männern die Formate aufgrund der Personen in den Sendungen an.

Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung sind bei beiden Geschlechtern gleichermaßen bekannt. Die Personen, welche keine Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung namentlich nennen konnten, waren männlich.

Bei den Frauen sind die Formate beliebter als bei den Männern. Der Anteil an weiblichen Befragten, welche die Sendungen gerne konsumieren, übersteigt den der Männer aber nur um eine Person.

Einen weiteren Unterschied gibt es hinsichtlich der beschriebenen Schwierigkeiten sich gesund zu ernähren. Fast alle männlichen Befragten geben an, dass Ihnen Fast Food und der Hunger auf ungesunde Lebensmittel Schwierigkeiten bei der Umsetzung von gesunder Ernährung Probleme bereiten. Hingegen ist es für die Frauen schwieriger auf Süßigkeiten zu verzichten.

Ersichtlich wird, dass ein Großteil der Männer Sport betreibt, um das Gewicht zu halten bzw. zu reduzieren. Lediglich zwei der weiblichen Befragten geben an sich regelmäßig zu bewegen.

Männer sowie Frauen ernähren sich gesund, da sie einerseits ihrem Körper etwas gutes tun möchten. Der gesundheitliche Aspekt wird fast von allen betont. Andererseits spielt der Erhalt eines schlanken und attraktiven Körpers eine große Rolle. Herausgestellt hat sich, dass das weibliche sowie das männliche Geschlecht den Themen Gesundheit sowie Ernährung großen Stellenwert zuschreibt.

11.5. BEANTWORTUNG DER FORSCHUNGSFRAGEN UND BILDUNG VON HYPOTHESEN

In diesem Kapitel werden auf Basis der empirisch erlangten Erkenntnisse die in Abschnitt 8.1. genannten Forschungsfragen analysiert und vorläufig beantwortet. Im Kontext dazu ist es zielführend Hypothesen zu generieren, welche für weitere qualitative Forschungsvorhaben in diesem Genre als Ausgangspunkt dienen können.

Forschungsfragen 1: Welche Motive haben Rezipienten sich Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung anzusehen?

Ein Großteil der befragten Personen konsumiert die Formate, um etwas über gesundes Essen zu lernen und um sich über die Probanden in den Sendungen amüsieren zu können. Das eine Rezeptionsmotiv schließt das andere aber nicht aus. Einige, die großen Wert auf den Lernfaktor legen, geben an sich die Sendungen anzusehen, da sie sich über teilnehmende Personen amüsieren möchten.

Weitere Motive, die für die Rezeption ausfindig gemacht werden konnten, sind die Unterhaltung, die Beratung und das Interesse am Thema gesunde Ernährung. Ungeachtet dessen, ob Personen die Sendungen aufgrund der Unterhaltung oder der Beratung konsumieren, spielt das Interesse am Thema bei den Rezeptionsmotiven eine entscheidende Rolle. Jene, die sich die Sendung aufgrund der Unterhaltung ansehen, haben zugleich großes Interesse am Thema und möchten sich während der Rezeption amüsieren. Trotz dieser Erkenntnis wird ersichtlich, dass die Zuseher von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung beraten werden und dazulernen wollen. Die Personen, welche die Sendungen aufgrund der Beratung konsumieren, wollen ebenfalls durch die Sendungen dazulernen. Das Interesse am Thema ist auch in diesem Fall vorrangiges Motiv für die Rezeption. Jene, die sich aufgrund der Beratung die Formate ansehen, möchten sich durch die Sendungen auch unterhalten lassen, sie legen aber keinen Wert darauf sich über teilnehmende Personen zu amüsieren.

Ein weiteres Rezeptionsmotiv für die Zuseher ist die Entspannung. Sie bevorzugen es während der Sendung abschalten zu können und auf andere Gedanken zu kommen. Die Lebensweise der Personen in den Sendungen konnte auch als Grund für die Rezeption ausfindig gemacht werden.

Dies lässt zur Annahme schließen, dass die vorgestellten Ratgebersendungen aufgrund des Themas, der Beratung, des Lernfaktors, der Entspannung und der Unterhaltung angesehen werden. Andere Motive sind für die Rezeption weniger ausschlaggebend.

Hypothese 1: Wenn Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung von Personen konsumiert werden, dann aus den Gründen, weil

- sie Interesse an der Thematik gesundes Essen und an den Personen in den Sendungen haben,
- sie sich amüsieren möchten,
- sie beraten werden wollen,
- sie etwas lernen möchten,
- sie sich entspannen wollen und
- sie sich unterhalten lassen wollen.

Altersbezogene Motive

Im Vergleich konnte aufgezeigt werden, dass die jüngere Zielgruppe zu unterhaltenden Rezeptionsmotiven tendiert. Im Gegensatz dazu konsumiert die ältere Zielgruppe Ratgeberformate zum Thema Ernährung aufgrund des vermittelten Wissens.

Hypothese 2: Wenn junge Rezipienten Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung konsumieren, dann aus dem Grund, weil sie sich unterhalten lassen wollen.

Hypothese 3: Wenn ältere Rezipienten Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung konsumieren, dann aus dem Grund, weil sie sich informieren wollen.

Geschlechtsbezogene Motive

Festgestellt wurde, dass sich das männliche Geschlecht die Sendungen primär aufgrund des Lerneffekts und der entspannenden Wirkung ansieht, hingegen ist bei den Frauen die Unterhaltung das meist genannte Rezeptionsmotiv. Ihnen ist das Thema und die Personen in den Sendungen wichtig. Beide sehen sich die Formate an, um sich über Personen in den Sendungen amüsieren zu können.

Hypothese 4: Wenn Frauen sich Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung ansehen, dann aus dem Grund, weil sie sich unterhalten lassen wollen, sie Interesse am Thema und den Personen haben und sie sich über Teilnehmer in den Sendungen amüsieren möchten.

Hypothese 5: Wenn Männer Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung ansehen, dann aus dem Grund, weil sie etwas lernen wollen, sie dadurch abschalten und entspannen können und sie sich über Personen in den Sendungen amüsieren möchten.

Wohnsituationsbezogene Motive

Betreffend des Faktors Wohnsituation kann gesagt werden, dass Personen, welche alleine leben, Ratgebersendungen aus dem Grund ansehen, da sie durch den Konsum abschalten und sich entspannen können. Zudem möchten sich die allein lebenden Befragten über die Personen in den Formaten amüsieren. Der Aspekt des Lernens kann ebenfalls als Motiv benannt werden. Hingegen sehen die Rezipienten, welche mit mehreren Personen zusammenleben, Ratgebersendungen aufgrund des Interesses am Thema gesunde Ernährung. Die Beratungsfunktion, der Lerneffekt und das Interesse an den Personen in den Sendungen stellen weitere Rezeptionsmotive für sie dar.

Hypothese 6: Wenn Rezipienten, die alleine wohnen, Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung konsumieren, dann aus dem Grund, weil sie abschalten und entspannen, sich über Personen amüsieren und sie aus dem Konsum etwas lernen können.

Hypothese 7: Wenn Rezipienten, die mit mehreren Personen zusammen leben, Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung konsumieren, dann aus dem Grund, weil sie Interesse am Thema und den Personen haben, sich beraten lassen wollen und sie daraus etwas lernen können.

Sozialer Status bezogene Motive

Es konnte festgestellt werden, dass die Rezeptionsmotive ‚etwas aus den Sendungen lernen zu wollen‘ und ‚sich über die Personen in den Sendungen amüsieren zu können‘ bei Personen mit hohem und niedrigem sozialem Status im Vordergrund stehen. Zudem wurde ersichtlich, dass jene mit niedrigem und mittlerem Einkommen die Sendung sehen, da sie Interesse an den Personen in den Sendungen haben. Das Interesse am Thema, die Unterhaltung und Abschalten und Entspannen sind primäre Motive der Rezipienten mit mittlerem bzw. hohem Einkommen.

Hypothese 8: Wenn Rezipienten mit niedrigem sozialen Status Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung rezipieren, dann aus dem Grund, weil sie aus den Sendungen

etwas lernen wollen, Interesse an Personen in den Sendungen haben und sich über Personen in den Sendungen amüsieren wollen.

Hypothese 9: Wenn Rezipienten mit hohem sozialen Status Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung rezipieren, dann aus dem Grund, weil sie aus den Sendungen etwas lernen und sich unterhalten wollen, sich über Personen in den Sendungen amüsieren möchten, sich für das Thema interessieren und abschalten und entspannen können.

Forschungsfrage 2: Welchen Nutzen haben Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung für Rezipienten?

Unterfrage: Nehmen die Rezipienten von Ratgeberformaten zum Thema Ernährung die Sendung als hilfreiche Information und Beratung oder als bloße Unterhaltung wahr?

Fast alle sind der Meinung, dass Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung hilfreich für Personen sind, welche abnehmen oder ihre Ernährung umstellen wollen. Die Rezipienten betonen, dass sie viel durch den Konsum von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung lernen konnten. In Kontext dazu sehen die Rezipienten Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung als Anlaufstelle für Personen, die abnehmen möchten oder ihre Essgewohnheiten ändern wollen. Der Aufklärungseffekt konnte als weiterer bedeutender Nutzen ausfindig gemacht werden. Die vermittelte Informationen und Ernährungsratschläge sorgen für eine bessere Orientierung. Durch die Sendungen werden Rezipienten auch motiviert gesünder zu essen bzw. ihre Ernährung umzustellen. Der Großteil der Rezipienten konsumiert die Sendungen aufgrund der Unterhaltung. Zugleich benennen die meisten die Beratungsfunktion als wichtigen Nutzen. Für die meisten Rezipienten, welche die Unterhaltung als primären Nutzen beschreiben, ist auch der Lernfaktor von großer Relevanz.

Hypothese 10: Wenn Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung konsumiert werden, dann hat der Konsum für die Rezipienten die Nutzen:

- 1.) dass sie durch das vermittelten Wissen über gesunde Ernährung dazulernen,
- 2.) dass sie motiviert werden die Essensgewohnheiten zu ändern und

3.) dass sie bei der Vielzahl an Ernährungsregeln und Ratschlägen Orientierung bieten.

Hypothese 11: Wenn Rezipienten Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung konsumieren, dann wollen sie vorrangig unterhalten werden und dabei etwas lernen.

Forschungsfrage 3: Können Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung ihre Rezipienten dazu bewegen ihre Essgewohnheiten zu ändern?

Zwar glauben alle an den unterstützenden Faktor von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung, aber weniger als die Hälfte glauben, dass Zuschauer von Ratgeberformaten zum Thema gesunde Ernährung ihre Essensgewohnheiten ändern und abnehmen können. Hierzu bemerken alle die Notwendigkeit des „Wollens“. Sie sehen Ratgeberformate als Anstoß etwas zu ändern. Ihrer Ansicht nach können die Formate abschreckende Wirkung erzielen. Infolge dessen können die Sendungen motivierende Wirkung haben. Ein wichtiger Faktor ist für manche Rezipienten auch das Rezeptionsmotiv: Wenn sich jemand die Sendung aufgrund der Beratung oder des Themas ansieht, ist die Wahrscheinlichkeit der Umsetzung bzw. des Erfolges größer. Geschieht der Konsum aufgrund des Amüsemments oder aus Langeweile, besteht die Annahme, dass die Rezipienten nichts an ihren Ernährungsgewohnheiten ändern werden.

Hypothese 12: Wenn Rezipienten von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung abnehmen oder eine Ernährungsumstellung durchführen wollen, dann kann der Konsum der Formate als Anstoß zu einer Veränderung beitragen.

Hypothese 13: Wenn die Rezeption von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung aufgrund der Motive Lernen, Information, Beratung, Orientierung oder Thema erfolgt, dann können sie ihre Zuseher dazu bewegen abzunehmen bzw. ihre Essgewohnheiten zu ändern.

Forschungsfrage 4: Sorgen Medien durch ihre Fülle an Informationen, Wissen, Ratschläge etc. über gesunde Ernährung auf Seiten der Rezipienten für Orientierungslosigkeit?

Für die meisten der Probanden ist die Informationssuche mit Schwierigkeiten verbunden, obwohl das Thema aktuell und ständig präsent ist. Die Rezipienten werden durch die Medien bewusst und/ oder unbewusst mit diesem Thema konfrontiert. Nach den Rezipienten erscheinen in Medienberichten viele widersprüchliche Informationen und Falschmeldungen. Dadurch werden Ernährungsirrtümer und Irrglauben in die Welt gesetzt, was es erschwert korrekte von unrichtigen Informationen voneinander zu unterscheiden.

Die Vielfalt an Informationen zum Thema gesundes Essen macht es schwierig die Orientierung zu behalten. Für die Rezipienten ist nicht die Menge an Wissen und Information das Problem, sondern vielmehr die Anzahl an widersprüchlichen Quellen.

Hypothese 14: Wenn Medien durch ihre Berichte über gesunde Ernährung für Orientierungslosigkeit sorgen, dann geschieht das aus dem Grund, weil viele Falschmeldungen und Irrglauben verbreitet werden.

Forschungsfrage 5: Sind Ratgebersendungen zum Thema Ernährung bei den Rezipienten beliebt oder nicht beliebt?

Bei der Hälfte der Rezipienten sind Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung beliebt. In diesem Zusammenhang werden allen voran die Sendungen mit Sasha Walleczek benannt. Die Formate sind lehrreich und interessant sowie lebensnah und natürlich aufbereitet. Als negativ wird die Bloßstellung von Personen bezeichnet. Einige Rezipienten sehen sich diese Sendung nicht gerne an. Einerseits aufgrund der gestellten und einfältigen Szenen, andererseits wird Sasha Walleczek als unsympathisch und arrogant beschrieben.

Der Großteil der Konsumenten gibt an Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung unregelmäßig anzusehen. Aus diesem Grund ist es für die meisten Rezipienten schwer zu sagen, ob ihnen die Sendungen gefallen bzw. nicht gefallen. In diesem Zusammenhang spielt die unterschiedliche Aufmachung von Formaten eine große Rolle.

Aufgrund dieser Erkenntnisse werden folgende Annahmen getroffen:

Hypothese 15: Wenn Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung beliebt sind, dann aufgrund des Lernfaktors, der Unterhaltung und der real wirkenden Aufbereitung sowie wirkender Personen.

Hypothese 16: Wenn Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung unbeliebt sind, dann aufgrund gestellt wirkender und bloßstellender Szenen sowie aufgrund unsympathischer Moderatoren.

12. RESÜMEE: FORSCHUNGSERGEBNISSE

Das nachgestellte Resümee fasst die Ergebnisse der empirischen Untersuchung zusammen, um einen Überblick über die Forschungsergebnisse zu bekommen. Im Kontext dazu wird ein Vergleich mit den theoretischen Erkenntnissen der Arbeit angestrebt. Dies ermöglicht es bestehende Untersuchungen mit den in dieser Arbeit erhaltenen Ergebnissen gegenüberzustellen und zu analysieren.

Die negative Kritik am Wirklichkeitsfernsehen wirft die Frage auf warum derlei Formate bei ihrem Publikum beliebt sind. Auch Ratgebersendungen mit dem Thema gesunde Ernährung werden von vielen Seiten bekritelt. Aufgrund der fortwährend neu produzierten Formate und den Quotenerfolgen dieser Sendungen kann gesagt werden, dass sie bei den Rezipienten Anklang finden. Aufgrund der empirischen Befragung konnte festgestellt werden, dass die Beliebtheit von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung mit der realen Aufbereitung und den real mitwirkenden Personen zusammenhängt; sie schätzen die realen Darstellungsmerkmale an den Formaten. Andererseits schätzen sie den Lerneffekt der Sendungen.

In diesem Zusammenhang galt es Motive für die Rezeption ausfindig zu machen. Im Vergleich mit der Untersuchung Sylvia Lechner's „Österreich ist besser“ werden die Motive Unterhaltung, Information, Orientierung, Amüsieren und Identität auch in dieser Befragung erhoben. Zusätzlich stellen die Bedürfnisse nach Entspannung und Kommunikation Rezeptionsmotive dar, welchen in der erstgenannten Analyse keine Bedeutung zugeschrieben wurde.

Es kam zum Vorschein, dass die Sendungen primär aufgrund der Unterhaltung konsumiert werden. In Bezug dessen spielt nicht nur die Unterhaltung im herkömmlichen Sinne für die Rezeption eine Rolle, sondern auch, dass sich die Zuseher während den Sendungen amüsieren können; sie möchten Spaß haben und erheitert werden. Dennoch wird die Weitergabe von informativem Wissen geschätzt. Das Publikum hat den Wunsch durch die Rezeption etwas zu lernen und sich beraten zu lassen. Die Unterhaltungs- sowie Informationsfunktion der Medien ist gegeben. Die Formate werden zudem aufgrund des Motivs der Identitätsbildung rezipiert. Einerseits wird der Vergleich mit anderen bevorzugt, um

das Wissen zu erweitern oder um sich gegenüber den Personen in den Sendungen erhaben zu fühlen. Andererseits sind es die normalen Menschen, weshalb Rezipienten die Formate ansehen. Für das Publikum ist die entspannende Wirkung von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung ein weiteres Rezeptionsmotiv. Gemeint ist damit, dass sie während des Konsums abschalten können und dadurch auf andere Gedanken kommen. Somit haben Ratgeberformate für die Rezipienten eskapistische (Flucht aus dem Alltag) Funktion zu erfüllen. Hinzu gesellt sich das Motiv der Kommunikation. Die Sendungen bieten Anregungen für Gespräche und gewährleisten das Mitreden. In diesem Sinne haben Ratgebersendungen mit dem Thema Ernährung auch soziale und integrative Wirkung.

Bei der Analyse von Rezeptionsmotiven sind das soziale Umfeld und die soziodemographischen Daten der Personen mit zu berücksichtigen. Bei den jüngeren Probanden erwies sich das Bedürfnis nach Unterhaltung als primäres Rezeptionsmotiv, die Älteren bevorzugen es sich informieren und beraten zu lassen. Interessante Ergebnisse lieferte die Analyse der geschlechtsspezifischen Unterschiede. Das weibliche Geschlecht möchte durch die Sendungen primär unterhalten werden, hingegen bevorzugen es Männer aus dem Konsum etwas zu lernen. Wenn das männliche Geschlecht die Formate aufgrund der Unterhaltung sieht, dann aufgrund der Erheiterung. Sie wollen sich über die Personen in den Sendungen amüsieren. Sie sehen die Sendung auch aufgrund des Bedürfnisses sich entspannen zu wollen. Im Vergleich dazu schätzen Frauen ebenso die erheiternde Wirkung der Formate. Für sie ist es zudem relevant Einblicke in die Lebensweise anderer zu bekommen. Sie sehen die Sendungen aufgrund der Personen in den Formaten. Bei Personen, die alleine leben kam zum Vorschein, dass sie die Sendungen primär aufgrund der Unterhaltung rezipieren. Befragte, welche mit anderen in einem Haushalt zusammenleben, gaben die Information als wichtigstes Rezeptionsmotiv an. Bezüglich des sozialen Status konnten keine besonderen Unterschiede festgestellt werden. Beide schätzen die Unterhaltungs- und Beratungsfunktion gleichermaßen.

Die Untersuchung zeigt, dass Ratgebersendungen für die Rezipienten insbesondere drei Nutzen erfüllen: Sie können daraus lernen, sie werden dadurch motiviert und die Inhalte bieten ihnen Orientierung. Die aufgestellte Annahme, dass die Gesellschaft aufgrund der

Vielzahl an vermittelten Botschaften die Orientierung verliert, kann verworfen werden. Im Gegenteil, sie schätzen die bereitgestellten Informationen. Was zu einer Desorientierung führt sind die in den Medien verbreiteten Falschmeldungen und Irrglauben.

Ein weiterer Grund für den Erfolg von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung ist in der Weiterentwicklung der Gesellschaft zu sehen. Den Themen gesunde Ernährung und Gesundheit wird großer Stellenwert beigemessen. Die Gesellschaft sieht sich einem großen Druck ausgesetzt, da es in der Verantwortung jedes Einzelnen liegt, sich um eine gesunde Ernährung zu bemühen. Der Bedarf nach Information, Unterstützung und Beratung wächst. Da dieser im sozialen Umfeld oft nicht gedeckt wird oder werden kann, orientieren sich die Menschen an den Medien. In diesem Sinne spielt der Ratgeberjournalismus eine große Rolle, er gewinnt an Relevanz.

Durch die Untersuchung wurde ersichtlich, dass die Rezipienten Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung unterstützende Wirkung zuschreiben. Sie glauben, dass derlei Formate eine Änderung der Ernährungsgewohnheiten bewirken und beim Abnehmen helfen können, wenn die Rezeption aufgrund bestimmter Motive erfolgt. Zum Beispiel, wenn sie sich durch die Formate informieren und beraten lassen oder sie etwas lernen möchten. Zudem wird den Sendungen ein Abschreckeffekt zugeschrieben. Das kann im besten Falle zu einer Änderung der Essensgewohnheiten beitragen oder den Wunsch abnehmen zu wollen auslösen. Den Sendungen wird ein hoher Motivationsfaktor zugeschrieben.

Der Ernährung wird in der Gesellschaft hoher Stellenwert zugeschrieben. Trotz dessen und des Wissens über gesunde Ernährung ist fast die Hälfte der österreichischen Bevölkerung übergewichtig. Auch in der Untersuchung weisen beide Geschlechter den Themen Ernährung und Gesundheit eine große Rolle zu. Ungeachtet dessen, ob diese normal- oder übergewichtig sind, hat sich jeder einmal mit dem Thema Ernährung auseinandergesetzt. Die meisten Befragten nehmen sogar eine aktive Rolle in Bezug auf die Informationssuche ein. In Anbetracht dieser Feststellung konnte herausgefunden werden, dass es an der Umsetzung liegt, wenn Probleme mit dem Gewicht vorherrschen. Die Untersuchung liefert differente Gründe dafür, warum die Umsetzung von gesunder und ausgewogener Ernährung schwer fällt. Zum einen wird Stress und Zeitmangel (Essen in der Arbeit,

Kochen für Familie) oder die mangelnde Bewegung als Ursache benannt. Andererseits sind der fehlende Wille und die mangelnde Motivation ausschlaggebend für ungesundes Essen. Falsche Essensgewohnheiten, das Verlangen nach ungesundem Essen und die Esskultur mit Fast Food und Junk Food machen es schwierig gesunde Ernährung im Alltag umzusetzen. Den zuletzt genannten Grund benennen ausschließlich die befragten Männer. Die Umsetzung von gesunder Ernährung wird auch für schwierig erklärt, da gesunde Lebensmittel (Bio-Produkte) teuer sind und viele Obst- sowie Gemüsesorten nicht immer verfügbar sind. Das Essen mit Freunden oder Arbeitskollegen wird als letzter Grund ausfindig gemacht, warum es schwierig ist, gesundes Essen in den Alltag zu integrieren.

Die Forschungsergebnisse dieser Untersuchung geben einen Ansatz über mögliche Rezeptionsmotive- sowie Nutzen von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung. Die aufgestellten Hypothesen sollen als Anstoß gelten weitere Analysen in diesem Bereich zu tätigen. Um wissenschaftliche Erkenntnisse gewinnen zu können, ist es notwendig, eine Befragung in größerem Rahmen durchzuführen. Dadurch können aussagekräftige sowie repräsentative Ergebnisse gewonnen werden.

13. VERWENDETE QUELLEN

Allan, R. C./ Hill, A.: The Television studies reader. Routledge. New York. 2004.

Beauvoir, S.: Das andere Geschlecht. 2000 (1949).

Becker-Schmidt, R.: Frauenforschung, Geschlechterforschung, Geschlechterverhältnisforschung. 2001.

Bente, G./ Fromm, B.: Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen. Schriftreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk. Nordheim-Westfalen. Opladen. Leske und Budrich. 1997.

Brants, K.: Politische Kommunikation im Zeitalter von Big Brother. In: Nieland, J.W./ Kamps, K.: Politikdarstellung und Unterhaltungskultur. Zum Wandel der politischen Kommunikation. Köln. Halem. 2004.

Brunner, K. M./ Geyer, S./ Jelenko, M./ Weiss, W./ Astleithner, F.: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Springer Verlag. Wien. 2007.

Burkart, R.: Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen und Problemfelder. Köln. Weimar. Wien. Böhlau. 2002.

Butler, J.: Körper und Gewicht. 1995.

Faulstich-Wieland, H.: Einführung in die Genderstudies. Budrich. Opladen. 2 Auflage. 2006.

Fiske, J.: Populäre Texte, Sprache und Alltagskultur. In: Hepp, Andreas/ Winter, Rainer: Kultur, Medien, Macht, Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen. Westdeutscher Verlag. 1997.

Fitzmaier, P./ Karmasin, M./ Klepp, C.: Politik und Medien. Medien und Politik. Wien. Facultas.

Flick, U.: Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. 3. Auflage. Reinbek bei Hamburg. Rowohlt. 2005.

Gehrmann/ Kostede: Fernsehen auf Leben und Tod. In: die Zeit. Ausgabe 12. 1993.

Gleich, U.: Populäre Unterhaltungsformate im Fernsehen und ihre Bedeutung für die Zuschauer. Forschungsüberblick zu Nutzungsmotiven, Funktionen und Wirkungen von Soap Operas, Talkshows und Reality-TV. Institut für Kommunikationspsychologie. Medienpädagogik der Universität Koblenz. Landau. Media Perspektive 10. 2001.

Gstettner, A./ Josef, F.: Lebenshilfe im Fernsehen. Wien: ORF. 1980.

Hall, S.: Kodieren/Encodieren. In: Bromley, Roger/ Göttlich, Udo/ Winter, Carsten: Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg zu Klampen. 1999.

Hallenberger, G.: „Neue Sendeformen“. Thesen zur Entwicklung des Programmangebots im deutschen Fernsehen. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation. 4/ 2. 1995.

Hallenberger, G.: Rahmenbedingungen für neue Sendeformen im Fernsehen der 90er Jahre. Einführende Bemerkungen. In: Hallenberger, G.: Neue Sonderformen im Fernsehen. Ästhetische, juristische und ökonomische Aspekte. Arbeitshefte. Bildschirmmedien. 1995.

Heistinger, A.: Qualitative Interviews. Ein Leitfaden zur Vorbereitung und Durchführung inklusive einiger theoretischer Anmerkungen. Wien. 2006.

Heringer, H.L.: Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen. Niemeyer. 1994.

Hill, A.: Audiences an popular facutal television. Routledge. New York. 2005.

Hömberg, W./ Neuberger, C.: Experten des Alltags. Ratgeberjournalismus und Rechercheanzeigen. Eichstätt: Katholische Universität Eichstätt. Diplom-Studiengang Journalistik. 1995.

Karsten, E./ Schütte, J.: Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2005.

Kernbeiß, G.: Fernsehnachrichten und deren Verarbeitung. Die Beeinflussung der Informationsaufnahme durch Emotionen - erhoben mit psycho-physiologischen Messmethoden. Wien. Universität Wien. Diplomarbeit. 1996.

Klaus, E./Lücke, St.: Reality TV. Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap. In: Medien- und Kommunikationswissenschaft. Ausgabe 2. 2003.

Krause, D.: Beratung, Therapie oder doch bloß „Show“? Motivationen und Gratifikationen von Domian-Anrufern. Münster. Westfälische Wilhelms-Univrsersität zu Münster. Diss. 2006.

Kunczik, M. /Zipfel A.: Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln. 2001.

Lamnek, S.: Qualitative Sozialforschung. Beltz. 4. Auflage. Weinheim. 2005.

Lechner, S.: Sasha Walleczek isst anders. Ein österreichisches Reality TV Format und sein Publikum. Eine qualitative Rezeptionsstudie. Universität Wien. Masterarbeit. 2008.

Lutzenberger, J./ Gottwald F. T.: Ernährung in der Wissensgesellschaft. Vision: Informiert essen. Campus Verlag. 1999.

Meckel, M.: Die neue Übersichtlichkeit. Zur Entwicklung des Formatfernsehens in Deutschland. Rundfunk und Fernsehen. Zeitschrift für Medien und Kommunikationswissenschaft. 45/ 4. 1997.

Meyen, M.: Mediennutzung. Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster. Konstanz. 2. Auflage. 2004.

Mikos, L.: Das Leben als Show. Tendenzen der Fernsehunterhaltung zu Beginn des 21. Jahrhunderts. Zeitschrift für Medienpädagogik. 4/96. 2000.

Mikos, L.: Film- und Fernsehanalyse. Konstanz. 2. Auflage. 2008.

Nieland, J. U./ Kamps, K.: Politikdarstellung und Unterhaltungskultur. Zum Wandel der politischen Kommunikation. Köln. Halem.

Oehmichen, E./ Schneider, H.: Qualitätsanforderungen an Fernseh-Informationssendungen. In: Media Perspektiven 1/2008.

Osborn, E.: Get Real. Television Business International. Ausgabe 2. 1993.

Pichler, A.: Die Wirkung der formalen Gestaltungselemente des Fernsehens auf die Wahrnehmung des Rezipienten. Wien. Universität Wien. Diplomarbeit. 1990.

Reiss, S./ Wiltz, J.: Why people watch Reality TV? 2004.

Renger, R.: Populärer Journalismus. Nachrichten zwischen Fakten und Fiktion. Innsbruck. Wien. Studien-Verlag.

Rohrer, K.: Kronen Zeitung. Gesund. Magazin für praktische Lebenshilfe. Nr. 1083. Rubrik Ernährung. 27. November. 2010.

Rösser, P./ Lücke, St./ Linzmaier, V./ Steinhilper, L./ Willhöft, C.: Ernährung im Fernsehen. Darstellung und Wirkung einer empirischen Studie. München. Verlag Reinhard Fischer. 2006.

Schenk, M.: Medienwirkungsforschung. Tübingen. 2. Auflage. 2002.

Scheuch, E. K.: Das Interview in der Sozialforschung. – In: Rene König(Hrsg): Handbuch der empirischen Sozialforschung. Band 2. Grundlegende Methoden und Techniken der empirischen Sozialforschung. 2. Auflage. Stuttgart. Enke. 1973.

Schultheiss, B. M./ Jenzowsky, S. A.: Infotainment. Der Einfluss emotionalisierend-affektorientierter Darstellung auf die Glaubwürdigkeit. In: M&K Nr.1. Jg. 48. 2000.

Schwäbe, N. H.: Realfabrik Fernsehen: Serienprodukt Mensch. Analyse von Real Life Soap Formaten und deren Wirkungsweisen. Teil 2. Dissertation. Tübingen. 2003.

Setzwein, M.: Ernährung – Körper – Geschlecht. Zur sozialen Konstruktion von Geschlecht im kulinarischen Kontext. Leske und Budrich. Westdeutscher Verlag. Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2004.

Sturm, H.: Fernsehdiktate. Die Veränderung von Gedanken und Gefühlen. Ergebnisse und Folgerungen für eine rezipientenorientierte Mediendramaturgie. Gütersloh: Verlag Stiftung Bertelsmann. 1991.

Uwe, K. F.: Die Zuschauer als Fernsehregisseure. Zum Verständnis individueller Nutzung- und Rezeptionsmuster. Baden-Baden. Hamburg. Nomos.

Wagner, H.: Von der Lust, in andere Welten zu wandern. In: Langebuecher, W.: Publizistik und Kommunikationswissenschaft. Ein Textbuch zur Einführung. Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Band 1. Wien. 1994.

Wegener, C.: Reality TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information? Opladen. Leske und Budrich. 1994.

Winter, R.: Cultural Studies als kritische Medienanalyse: Vom "encoding/decoding"-Modell zur Diskursanalyse. In: Hepp, A.: Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen. Westdeutscher Verlag. 1997.

Winterhoff-Spurk, P./ Hilpert, K.: Die Lust am öffentlichen Bekenntnis. Persönliche Probleme in den Medien. Band 11. Röhrig. 1999.

Wittwen, A.: Infotainment. Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung. Bern. Wien. Lang. 1995.

Internetquellen

<http://bewusstgesund.orf.at/magazin/>

http://de.wikipedia.org/wiki/Puls_4

<http://derstandard.at/1237228934963/Ernaehrung-Gesunde-Ernaehrung-in-Oesterreich-hoch-im-Kurs>

<http://insider.orf.at/?story=452>

http://nisonger.osu.edu/papers/Reisswiltz_2004.pdf

<http://www.bmg.gv.at/cms/site/attachments/3/7/1/CH0857/CMS1081844270722/kurzzusammenfassung.pdf>

http://www.constantin-entertainment.de/cms/front_content.php?idart=202

<http://www.essenundgeniessen.at/gesundheit/304/>

http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/01-2008_Oehmichen.pdf

http://www.m-und-k.info/MuK/hefte/MuK_00_01.pdf

<http://www.prosiebensat1.com/pressezentrum/kabel1/meldung/index.php?method=pmview&pmid=28812&plattform=prosiebensat1mediaag>

<http://www.rtr.at/de/komp/Publikationen/Band2-2010.pdf>

http://www.slm.uni-hamburg.de/imk/HamburgerHefte/HH08_EntertainYou.pdf

<http://www.tv-serie.org/biggest-loser/>

http://www.walleczek.at/fileadmin/user_upload/pdf/Presseaussendung_ATV_20080113.pdf

<http://www.welt.de/fernsehen/article6572455/Ex-Boxerin-Halmich-hilft-jetzt-dicken-Paaren.html>

<http://www.novafeel.de/bmi/bmi.htm>

http://www.ugb.de/e_n_1_140759_n_n_n_n_n_n_n.html

Abbildungen

Abbildung 1: eigene Darstellung: Definition von Infotainment nach Brants Kees

Abbildung 2: eigene Darstellung: Einflussfaktoren in Bezug auf die Ernährung

14. ANHANG

14.1. TRANSKRIPTE DER INTERVIEWS

Interview 1

Manuela, weiblich, 44, Hausfrau

1	DL	So, fangen wir mal an. Was verstehst du denn unter dem Begriff
2		Ratgebersendungen?
3	Mw44	└ Ich verstehe darunter <u>Sendungen</u> , wo man
4		Tipps erhält. Also Anregungen sammeln kann.
5	DL	└ Welche Sen-
6		dungen schaust du dir da an?
7	Mw44	└ Das ist verschieden. Beim Hin-
8		und herschalten bleibt man manchmal wo hängen. Die Sasha
9		Walleczek hab ich mir schon oft angeschaut.
10	DL	└ Momentan läuft ja
11		diese Sendung im Fernsehen nicht. Aber wie oft hast du dir Sen-
12		dungen mit Sasha Walleczek angesehen?
12	Mw44	└ Schon wöchentlich.
14	DL	└
15		Kennst du noch weitere Ratgebersendungen zum Thema gesunde
16		Ernährung?
17	Mw44	└ Eigentlich nur die Sendungen mit der Walleczek. (3)
18		Und da gibt's noch das auf ORF2, wie heißt das? Bewusst gesund,
19		ja genau.
20	DL	└ Welche Sendungen von den beiden siehst du dir lieber
21		an?
22	Mw44	└ Das mit der Walleczek.
23	DL	└ Und warum?
24	Mw44	└ Ich finde die Sendung
25		sehr interessant und lehrreich.
26	DL	└ Was gefällt dir an der Sendung
27		besonders gut und was gefällt dir gar nicht?
28	Mw44	└ Mir gefällt, dass
29		man durch das Zuschauen viele Tipps zum Thema Ernährung er-
30		hält. Einiges bleibt dann hängen. Was mir nicht so gut gefällt ist,
31		wenn sie die nackten Körper von den übergewichtigen Leuten
32		zeigen. <u>Das schaut schrecklich aus.</u>
33	DL	└ Welche Informationen und Tipps
34		hast du durch das Schauen erhalten, welche wichtig für dich wa-
35		ren?
36	Mw44	└ (2) Dass man nicht zu viel Kohlehydrate essen soll, wenn
37		

		man abnehmen möchte.
38 39	DL	↳ Hast du durch das Zusehen auch was anderes noch lernen können?
40 41 42	Mw44	↳ Wie schon gesagt, dass man nicht so viel Kohlehydrate essen soll, man Obst in den täglichen Speiseplan einbauen soll und Sport beim Abnehmen betreiben sollte.
43 44	DL	↳ Setzt du auch das Gelernte im Alltag um?
45 46 47	Mw44	↳ Ja , (2) ich koche eher kalorienarm und kohlehydratarm. Und ich gehe walken. So ein bis zwei Mal in der Woche.
48 49	DL	↳ Also findest du schon, dass die Sendungen Menschen helfen können?
50 51 52	Mw44	↳ Ja , auf jeden Fall. Aber ich glaube, wenn jemand sich gesünder ernähren will oder abnehmen will klappt dass nur, wenn man es von selbst will.
53 54 55	DL	↳ Kannst du dir vorstellen, dass die Zuschauer aufgrund der Sendungen ihre Essgewohnheiten ändern?
56 57	Mw44	↳ Ja , wegen den Vorbildern. Nachher zeigen sie ja immer wie die Leute abgenommen haben.
58 59 60 61	DL	↳ Wenn du dir Ratgebersendungen zum Thema Ernährung ansiehst wie schaust du dir solche Sendungen an? Setzt du dich bewusst vor den Fernseher oder machst du nebenbei andere Sachen?
62 63	Mw44	↳ Ich schaue die Sendungen schon bewusst an.
64 65 66 67 68 69 70 71	DL	↳ Und warum schaust dir die Sendungen an? Ich zähle jetzt mal einige Dinge auf. Wegen der Unterhaltung oder Beratung? Oder weil du dich mit anderen darüber unterhalten möchtest bzw. um mitreden zu können? Oder wegen der Moderatoren? Wegen den Personen in den Sendungen? Oder wegen dem Thema? Oder weil du dir ein Vorbild suchen möchtest oder um dich über die Personen in den Sendungen zu amüsieren?
72 73 74 75 76	Mw44	↳ Wegen der Beratung. Und den Themen in den Sendungen. Und um mich mit anderen darüber unterhalten zu können. Ich habe auch Interesse an den Personen in den Sendungen. Und natürlich auch deshalb, um aus den Sendungen etwas zu lernen.
77	DL	↳ Bist du denn mit deinem Körper zufrieden?
78 79	Mw44	↳ @Nein.@
80	DL	↳ Was würdest du gerne ändern?
81 82	Mw44	↳ Ich würde gerne abnehmen.
83	DL	↳ Welchen Stellenwert hat gesundes Essen in deinem

84		Leben?
85	Mw44	↳ Eher zweitrangig.
86	DL	↳ Und ist ihnen eine gesunde Ernährung wichtig?
87		
88	Mw44	↳ Ja, doch. Schon. Wegen dem Übergewicht.
89	DL	↳ Was verstehst du unter gesunder Ernährung?
90		
91	Mw44	↳ <u>Kalorienarmes. (2) Obst. Gemüse.</u>
92		
93	DL	↳ Und wie informierst du dich über gesunde Ernährung?
94		
95	Mw44	↳ Nur durch die Medien. Da bekommt man ohnehin einiges mit.
96		
97	DL	↳ Was macht es für dich problematisch das Wissen über gesunde Ernährung im Alltag anzuwenden?
98		
99	Mw44	↳ Vor allem deshalb, weil ich für meine Familie täglich koche. Da müsste ich extra für mich etwas machen. Das wäre zu zeitaufwendig.
100		
101		
102	DL	↳ Ernährst du dich im Großen und Ganzen gesund?
103		
104	Mw44	↳ Nein, leider nicht.
105	DL	↳ Was hindert dich daran?
106		
107	Mw44	↳ Eben, weil ich für die Familie koche.
108	DL	↳ Wie schätzt du deinen Körper ein? Bist du unter- normal- oder übergewichtig?
109		
110	Mw44	↳ Übergewichtig.
111		
112	DL	↳ Jetzt hätte ich alle meine Fragen gestellt. Möchtest du sonst noch etwas anmerken.
113		
114	Mw44	↳ Nein, alles gesagt.
115	DL	↳ Vielen Dank für das Gespräch.
116		

Interview 2

Leopold, männlich, 47, Vertragsbediensteter

1	DL	<u>Bereit?</u>
2	Lm47	↳ @Ja, sicher.@
3	DL	↳ Was sind für dich Ratgebersendungen?
4	Lm47	↳ Solche Sendungen bieten für mein Verständnis Informationen und Hilfestellung an.
5		
6		
7	DL	↳ Und zu welchen Themen schaust du dir Ratgebersendungen gerne an?
8		

9	Lm47	↳ Gesundheit (3) und Technik.
10	DL	↳ Und wie
11		oft kommt das vor?
12	Lm47	↳ Eher selten.
13	DL	↳ Welche Ratgeberformate
14		zum Thema gesunde Ernährung kennst du?
15	Lm47	↳ Bewusst gesund und
16		Du bist was du isst.
17	DL	↳ Und welche magst du da am liebsten?
18	Lm47	↳ Das
19		mit der (1) Sasha Walleczek.
20	DL	↳ Aus welchem Grund?
21	Lm47	↳ Ich finde die
22		Sendungen, das Thema, die Leute die mitmachen, alles ist le-
23		bensnah und natürlich.
24	DL	↳ Was gefällt dir an dieser Sendung be-
25		sonders gut und was weniger?
26	Lm47	↳ Mir gefällt, dass die Sendung eine
27		Dokumentation zeigt und Leute begleitet, die abnehmen wollen.
28		Es ist keine gestellte Sendung mit Schauspielern.
29	DL	↳ Was glaubst du,
30		können Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung
31		manchen Zuschauern helfen?
32	Lm47	↳ Ich sehe die Sendung als ein Bin-
33		deglied zwischen Experten und Zuschauer. Wenn man abnehmen
34		möchte und keine Ernährungsberaterin oder so aufsuchen will ist
35		die Sendung sicherlich eine gute Anlaufstelle.
36	DL	↳ Was hast du in
37		den Sendungen für wichtig empfunden?
38	Lm47	↳ Eigentlich alles. (2) Die
39		Tipps, Rezepte, Information.
40	DL	↳ Und was hast du durch das Zuschau-
41		en bis jetzt lernen können?
42	Lm47	↳ Sehr viel.
43	DL	↳ Fällt dir ein Beispiel
44		ein?
45	Lm47	↳ Wie man sich gesund ernährt, wie man abnehmen kann.
46	DL	↳ Und
47		setzt du das Gelernte im Alltag um?
48	Lm47	↳ Nein, nicht immer.
49	DL	↳ Und
50		warum nicht?
51	Lm47	↳ Der eiserne Wille fehlt dann doch. Auch aus Zeit-
52		mangel.
53	DL	↳ Können deiner Meinung nach Ratgebersendungen
54		zu diesem Thema überhaupt helfen abzunehmen oder eine Er-

55		nahrungsumstellung durchzuführen?
56	Lm47	↳ Durch die Sendungen können sich Laien sicher besser orientieren. Und vielleicht kann man sich durch das Zuschauen, durch die Erfolge der Leute, selbst motivieren.
57		
58		
59		
60	DL	↳ Kannst du dir vorstellen, das Zuseher ihre Essgewohnheiten durch das Zusehen und das Gelernte sogar ändern?
61		
62	Lm47	↳ Einerseits ja, aber auch nein . Wenn man bei den Sendungen zuschaut sieht man auch, dass die Leute dort mehrere gescheiterte Versuche beim Abnehmen hinter sich haben. Und dann klappt es. Aber sie zeigen nicht wie die Personen danach weiterleben. Im echten Leben verhält es sich ähnlich. Man nimmt ab, aber oft ist das nur von kurzer Dauer und schon passiert der Rückfall in die alten Gewohnheiten.
63		
64		
65		
66		
67		
68		
69		
70	DL	↳ Schaust du dir die Sendungen eigentlich bewusst an?
71		
72	Lm47	↳ Ja, wenn ich sie sehe, dann schon.
73	DL	↳ Und warum?
74		Wegen der Unterhaltung oder Beratung? Oder weil du dich mit anderen darüber unterhalten möchtest bzw. um mitreden zu können? Oder wegen der Moderatoren? Wegen den Personen in den Sendungen? Oder wegen dem Thema? Oder weil du dir ein Vorbild suchen möchtest oder um dich über die Personen in den Sendungen zu amüsieren?
75		
76		
77		
78		
79		
80	Lm47	↳ Vor allem, um mich beraten zu lassen. (2) Und auch wegen dem Themen in den Sendungen, damit ich etwas daraus lernen kann.
81		
82		
83	DL	↳ Zu einem anderen Thema. Bist du mit deinem Körper zufrieden?
84		
85	Lm47	↳ Ja, eigentlich schon.
86	DL	↳ Auf was gibst du denn besonders Acht?
87		
88	Lm47	↳ Eigentlich auf nichts.
89	DL	↳ Welchen Stellenwert hat gesundes Essen in deinem Leben?
90		
91	Lm47	↳ Wenn ich so nachdenke, einen nicht allzu Hohen.
92		
93	DL	↳ Warum ist dir das nicht sonderlich wichtig?
94		
95	Lm47	↳ Es gibt für mich wichtigeres. Ich setze meine Prioritäten anders.
96		
97	DL	↳ Was bedeutet für dich eigentlich gesunde Ernährung?
98		
99	Lm47	↳ Für mich? (2) <u>Die Vorraussetzung für Gesundheit.</u>
100	DL	↳ Auf welche Art informierst du dich sonst noch über gesunde Ernäh-
101		

102		rung?
103	Lm47	└ Ich sehe mir die Sendungen im Fernsehen an und lese in Zeitungen und Zeitschriften darüber.
104		
105	DL	└ Siehst du in der Informationssuche über gesunde Ernährung Schwierigkeiten? Oder ist es für dich leicht dich zu informieren?
106		
107		
108	Lm47	└ Naja. Zum Beispiel im Fernsehen sind es oft ungünstige Sendezeiten, wenn ich mir etwas Ansehen will.
109		
110		
111	DL	└ Und was macht es für dich schwer das Wissen über gesunde Ernährung im Alltag anzuwenden?
112		
113	Lm47	└ Bei mir ist es eindeutig. Der unbedingte Wille dafür fehlt.
114		
115	DL	└ Dann ernährst du dich nicht wirklich gesund?
116		
117	Lm47	└ Nein, leider nicht.
118	DL	└ Und wie schätzt du dich ein? Bist du unter- normal- oder übergewichtig.
119		
120	Lm47	└ Ich bin übergewichtig.
121		
122		
123	DL	└ Von meiner Seite wäre es das. Vielen Dank für das Interview.
124		

Interview 3

Julia, weiblich, 23, Studentin

1	DL	So. Können wir anfangen?
2	Jw23	└ Ja, gerne.
3	DL	└ Was verstehst du unter Ratgebersendungen?
4		
5	Jw23	└ Das sind für mich Sendungen, die konkrete Ratschläge zu bestimmten Lebensbereichen geben. (2) Zum Beispiel zum Thema Gesundheit oder Reisen. Oder Autos, Liebe, Mode (1) und so.
6		
7		
8		
9	DL	└ Und welche Ratgebersendungen siehst du dir gerne an?
10		
11	Jw23	└ Eigentlich keine bestimmte. Ich suche mir Informationen lieber <u>im Internet</u> .
12		
13	DL	└ Wie schätzt du es ungefähr ein, wie oft schaust du solche Sendungen?
14		
15	Jw23	└ Höchstens zufällig, maximal ein Mal im Monat.
16		
17	DL	└ Und welche Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung sind dir bekannt?
18		
19	Jw23	└ Ich habe mir Sendungen mit

20 21		der Sasha Walleczek schon mal angesehen. Und dann kenne ich noch Biggest Loser. Aber nur vom Namen her.
22 23	DL	↳ Siehst du dir die Sendung mit der Sasha Walleczek denn gerne an?
24 25	Jw23	↳ Nein, ich mag sie eigentlich nicht besonders, <u>die Walleczek, mein ich.</u>
26 27	DL	↳ Was gefällt dir an der Sendung gut und was weniger?
28 29 30 31 32 33	Jw23	↳ Manches Mal erhalte ich schon noch Informationen, die ich noch nicht gekannt habe. Sonst interessiere ich mich nicht sonderlich für die Sendung. Ich mache nie Diäten. Ich habe zu Hause gelernt, was gesund ist. Und ich finde, Sasha Walleczek wirkt arrogant. <u>Außerdem wirken einige Szenen sehr gestellt.</u>
34 35 36	DL	↳ Glaubst du, dass Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung für manchen Rezipienten hilfreich sein können? Oder eher überhaupt nicht?
37 38 39 40 41 42 43	Jw23	↳ Viel:::leicht helfen sie Menschen, die Gesundheitsprobleme haben, sich klarer zu werden, dass es viele Ernährungsirrtümer gibt. Außerdem ist es motivierend, wenn man sieht, wie andere Leute abnehmen, dann kann man das auch selbst schaffen. Und sie machen klar, dass eine langfristige Gewichtsabnahme nur mit Umstellung der Ernährungsgewohnheiten möglich ist.
44 45 46	DL	↳ Und welche Informationen oder Tipps hast du bei der Rezeption für wichtig empfunden?
47 48 49	Jw23	↳ Dass Gemüse, Fisch, mageres Fleisch gesund ist. Zucker, Weißbrot und Fett ist ungesund. Aber ich denke, dass das im Grunde jeder weiß.
50 51 52	DL	↳ Hast du für dich durch den Konsum von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung auch schon etwas lernen können?
53 54 55 56 57	Jw23	↳ Eigentlich nicht. Ich kenne die meisten Gemüsesorten und esse auch gerne Fisch. Und ich weiß auch, dass Zucker sehr ungesund ist. Und dass man, wie oft erwähnt wird, man auf Kohlehydrate verzichten soll, wenn man abnehmen möchte, finde ich nicht richtig.
58 59 60	DL	↳ Also alles was dort gezeigt wird, weißt du im Grunde schon. Deswegen kannst du daraus nichts Lernen?
61 62 63	Jw23	↳ <u>Ja. Zudem habe ich keine Probleme mit meinem Gewicht.</u> (1) Außer ich esse zu viele Süßigkeiten und dann weiß ich schon woran das liegt.
64 65 66	DL	↳ Können deiner Meinung nach Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung manchen Menschen helfen, wenn sie abnehmen möchten oder ihre Ernährungsge-

67		wohnheiten ändern möchten.
68 69 70 71 72	Jw23	↳ Gewisse Ernährungsirrtümer können beseitigt werden. Es motiviert sicher auch Gleichgesinnte bei ihren Erfolgen beobachten zu können. Man erhält auch Rezepte, Ernährungsideen und einige Anhaltspunkte wie man es angehen könnte.
73 74	DL	↳ Und kannst du dir vorstellen, dass manche Personen aufgrund der Rezeption sogar ihre Essgewohnheiten ändern?
75 76 77 78 79 80 81 82	Jw23	↳ <u>Eher nicht</u> . Es kommt natürlich auf die Person und ihre Motivation an, aber ich denke, wenn jemand von klein auf falsche Essensgewohnheiten gelernt hat bzw. zu wenig Motivation hat, abzunehmen bzw. aus anderen gesundheitlichen Problemen Übergewicht hat, wird eine Fernsehsendung das auch nicht ändern. Ich glaube, die Dinge, die z.B. Fr. Walleczek erzählt, wissen die Leute prinzipiell schon, aber das umzusetzen ist schwierig.
83 84 85	DL	↳ Wenn du solche Sendungen schaust machst du das bewusst oder machst du nebenbei auch andere Sachen?
86 87	Jw23	↳ Ich mache auch andere Sachen nebenbei.
88 89 90 91 92 93 94	DL	↳ Und aus welchen Gründen siehst du solche Sendungen? Ich zähle jetzt einige Dinge auf. Wegen der Unterhaltung oder Beratung? Oder weil du dich mit anderen darüber unterhalten möchtest bzw. um mitreden zu können? Oder wegen der Moderatoren? Wegen den Personen in den Sendungen? Oder wegen dem Thema? Oder weil du dir ein Vorbild suchen möchtest oder um dich über die Personen in den Sendungen zu amüsieren?
95 96 97	Jw23	↳ Um mich mit anderen darüber zu unterhalten und auch, um mich über die Personen in den Sendungen zu amüsieren.
98 99	DL	↳ Bist du denn mit deinem Körper zufrieden?
100	Jw23	↳ Ja, schon.
101 102	DL	↳ Und auf was gibst du besonders Acht?
103 104	Jw23	↳ Auf meine Haut. Ich sollte auch mehr Sport machen, bin aber leider meistens zu faul.
105 106	DL	↳ Welchen Stellenwert hat gesundes Essen in deinem Leben?
107 108 109	Jw23	↳ Ich ernähre mich prinzipiell gesund und esse viel Gemüse und Obst. Ich nasche auch, aber zum Glück legt sich das nicht so leicht bei mir an.
110 111	DL	↳ Und warum ist dir gesunde Ernährung wichtig?
112 113	Jw23	↳ Mir ist wichtig, dass ich nicht zunehme und dass ich keinen Heißhunger bekomme. Mir schmeckt

114		Obst und Gemüse auch sehr gut, das ist mir auch wichtig. Wichtig
115		ist auch, dass ich mich nicht überfresse, weil ich mich dann un-
116		wohl fühle und gesund ist es auch nicht.
117	DL	↳ Was bedeutet deiner
118		Meinung nach gesunde Ernährung?
119	Jw23	↳ Obst und Gemüse essen. (2)
120		Vollkornprodukte, Fisch, wenig Fett und nur ungesättigte Fettsäur-
121		en, Süßigkeiten genießen und mit Maß essen und aufhören
122		wenn man satt ist.
123	DL	↳ Auf welchen Wegen informierst du dich sonst
124		noch über gesunde Ernährung?
125	Jw23	↳ Über das Internet.
126	DL	↳ Was meinst
127		du kann bei der Informationssuche über gesunde Ernährung zu
128		Schwierigkeiten führen?
129	Jw23	↳ <u>Die vielen Fehlinformationen.</u> Auch
130		durch die Werbung. Zum Beispiel der Zwang von Zeitschriftenre-
131		dakteuren immer wieder neue Diäten präsentieren zu müssen,
132		bei denen man noch schneller noch mehr abnimmt.
133	DL	↳ Was macht
134		es für dich problematisch das Wissen über gesunde Ernährung im
135		Alltag anzuwenden?
136	Jw23	↳ Vor allem die mangelnde Motivation und fal-
137		sche Essgewohnheiten zu überwinden. Für manche ist es sicher
138		auch teuer.
139	DL	↳ Und ernährst du dich deiner Meinung nach gesund?
140		
141	Jw23	↳ Ja, schon
142	DL	↳ (2) Und auf was gibst du besonders Acht?
143	Jw23	↳ Das
144		es gut schmeckt und nicht zu zuckerhaltig und nicht zu fett ist.
145		Und ich höre auf zu essen, wenn ich satt bin. Aber so gesund er-
146		nähre ich mich nicht. Ich sollte noch weniger Zucker und Fett es-
147		sen und vor allem Bioprodukte mit weniger künstlichen Inhalts-
148		stoffen.
149	DL	↳ Und bist du deiner Meinung nach unter- normal- oder
150		übergewichtig?
151	Jw23	↳ Normalgewichtig.
152	DL	↳ Ok. Wir hätten es. Vielen
153		Dank für das Gespräch.

Interview 4

Gerfried, männlich, 24, Student

1	DL	Was sind für dich Ratgebersendungen?
2	Gm24	↳ Das sind Sendungen mit

3		Tipps und Empfehlungen oder? Für Interessierte.
4	DL	↳ Siehst du
5		dir auch Ratgebersendungen an?
6	Gm24	↳ Sehr, se:::hr selten.
7	DL	↳ Wie oft
8		schaust du solche Sendungen ungefähr an?
9	Gm24	↳ Beim zappen, nur
10		kurz.
11	DL	↳ Kennst du auch Ratgeberformate zum Thema gesunde Ernährung?
12		
13	Gm24	↳ Keine bestimmte. Ich habe aber beim Drüberschauen schon mal so etwas angeschaut. Wenn mich ein Thema interessiert hast.
14		
15		
16	DL	↳ Und wie die Sendung geheißen hat weißt du nicht?
17	Gm24	↳ Nein,
18		leider.
19	DL	↳ Dann hast du auch keine Lieblingssendung in diesem Genre?
20		
21	Gm24	↳ Nein.
22	DL	↳ Magst du solche Sendungen oder grundsätzlich überhaupt nicht?
23		
24	Gm24	↳ Ich schaue es nur, wenn es sonst nichts informatives gibt.
25		
26	DL	↳ Gefällt dir an solchen Sendungen etwas besonders gut bzw. etwas überhaupt nicht?
27		
28	Gm24	↳ Mir gefällt das, wenn etwas nicht gestellt ist.
29		
30	DL	↳ Glaubst du, dass Ratgebersendungen zum Thema Ernährung für manche Zuseher hilfreich sein können?
31		
32	Gm24	↳ Ja,
33		schon. Wenn sie auf gewisse Zielgruppen eingehen. Zum Beispiel
34		Manager, wie sich diese im Zeitstress trotzdem gesund ernähren können. Oder gesunde Ernährung im Alter und in der Jugend, zum
35		Beispiel cooles gesundes Essen. Oder wie man sich im Einzelhaushalt gesund ernähren kann.
36		
37		
38	DL	↳ Hast du schon einmal durch die Rezeption Tipps erhalten, die für dich wichtig waren oder hast du etwas lernen können?
39		
40		
41	Gm24	↳ Das was alle predigen @habe ich mitgenommen.@
42		
43	DL	↳ Und setzt du das, was du über gesunde Ernährung weißt, auch im Alltag um?
44		
45	Gm24	↳ Ja. Ich achte beim Einkaufen darauf immer viel Obst zu Hause zu haben. (1) Und das Gemüse nehme ich mir vom Garten von zu Hause.
46		
47		
48	DL	↳ Können deiner Meinung nach die Sendungen den Zusehern helfen, wenn diese abnehmen wol-
49		

50		len oder ihre Ernährung umstellen wollen?
51	Gm24	└ Ein vorgegebener
52		Plan, was, wie, wie viel und wie oft man essen soll kann einem
53		dabei sicherlich unterstützen. Und wenn man Erfolge sieht moti-
54		viert es.
55	DL	└ Also kannst du dir vorstellen, dass manche Rezipienten
56		aufgrund solcher Sendungen auch ihre Essgewohnheiten ändern?
57	Gm24	└ Ich
58		denke ja. Wer sich solche Sendungen ansieht hat sowieso die Ab-
59		sicht sich zu ändern.
60	DL	└ Kommen wir zu einem anderen Thema.
61		Nach deinen bisherigen Antworten nehme ich an, dass du dir sol-
62		che Sendungen nicht bewusst ansiehst oder?
63	Gm24	└ Nein, wie gesagt,
64		eher selten. Neben dem Fernsehen mache ich auch oft andere
65		Sachen.
66	DL	└ Und wenn du diese Sendungen ansiehst aus welchen
67		Gründen machst du das dann? Wegen der Unterhaltung oder
68		Beratung? Oder weil du dich mit anderen darüber unterhalten
69		möchtest bzw. um mitreden zu können? Oder wegen der Mode-
70		ratoren? Wegen den Personen in den Sendungen? Oder wegen
71		dem Thema? Oder weil du dir ein Vorbild suchen möchtest oder
72		um dich über die Personen in den Sendungen zu amüsieren? Oder
73		um abzuschalten.
74	Gm24	└ Einerseits um abzuschalten, also um zu ent-
75		spannen und um abschalten zu können. Andererseits kann ich
76		mich aber auch gut über die Personen in den Sendungen amüsie-
77		ren. Manches Mal finde ich einige Informationen aber auch sehr
78		lehrreich.
79	DL	└ Bist du denn mit deinem Körper zufrieden?
80	Gm24	└ °Ja, im
81		Grunde schon.°
82	DL	└ Und auf was gibst du besonders Acht?
83	Gm24	└ Das ich
84		langsam esse. Und kontinuierlich schlanker werde, aber Fitness
85		aufbaue.
86	DL	└ Welchen Stellenwert hat gesundes Essen denn in
87		deinem Leben?
88	Gm24	└ Wenn es mir möglich ist ernähre ich mich ausge-
89		wogen.
90	DL	└ Und warum ist dir ausgewogenen Ernährung wichtig?
91	Gm24	└ Weil
92		ich es spüre, dass es meinem Körper dann gut tut.
93	DL	└ Was bedeu-
94		tet deiner Meinung nach gesunde Ernährung?
95	Gm24	└ Obst, Gemüse,
96		Ballaststoffe, nicht zu fettig essen.

97 98	DL	↳ Und auf welchen Wegen informierst du dich über gesundes Essen?
99 100	Gm24	↳ Zumeist über das Internet, ja, eigentlich nur.
101 102 103	DL	↳ Welche Schwierigkeiten gibt es deiner Meinung nach bei der Informationssuche über gesunde Ernährung?
104 105	Gm24	↳ Viele falsche Informationen. Oder zu strenge Ernährungspläne und Ratgeber.
106 107 108	DL	↳ Was macht es deiner Meinung nach problematisch das Wissen über gesunde Ernährung im Alltag anzuwenden?
109 110 111	Gm24	↳ Das Fortgehen, Wenn man mit Freunden oder bei Freunden isst. Und auch das gute fettige und ungesunde Essen.
112 113	DL	↳ Ernährst du dich deiner Meinung nach gesund?
114 115	Gm24	↳ Ja, es geht immer besser, aber ab und zu ein Schnitzel oder ein Leberkäse muss schon drin sein. @(2)@
116 117	DL	↳ Wie schätzt du dich ein? Unter-normal- oder übergewichtig?
118	Gm24	↳ Ich bin übergewichtig.
119 120 121	DL	↳ Na gut. Das wären alle meine Fragen. Vielen Dank, dass du dir Zeit genommen hast.

Interview 5

Daniel, männlich, 22, Angestellter

1	DL	Bist du bereit?
2	Dm22	↳ Na sicher
3 4	DL	↳ Gut. Dann sag mir mal was du unter Ratgebersendungen im Allgemeinen verstehst.
5 6	Dm22	↳ Das sind für mich Informationssendungen.
7 8	DL	↳ Und wie oft schaust du dir solche Sendungen an?
9	Dm22	↳ Eigentlich so oft es die Zeit zulässt.
10 11	DL	↳ Welche Ratgeberformate zum Thema gesunde Ernährung kennst du?
12 13	Dm22	↳ Die Sendungen mit der Sasha Walleczek.
14 15	DL	↳ Siehst du dir diese auch gerne an?
16	Dm22	↳ Ja, schon.
17	DL	↳ Warum magst du diese Sendung?

18 19	Dm22	↳ <u>Wegen den In- formationen</u> (1) die man bezüglich Ernährung erhält.
20 21	DL	↳ Was gefällt dir bei dieser Sendung gut und was gar nicht?
22 23	Dm22	↳ Die Aufberei- tung gefällt mir.
24 25 26	DL	↳ Kannst du dir vorstellen das Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung für manche Rezipienten hilfreich sind?
27 28	Dm22	↳ Ja, schon. Ihre Probleme also ihre falschen Ernährungsgewohnheiten werden aufgedeckt und dann analysiert.
29 30 31	DL	↳ Welche Informationen aus den Sendungen waren für dich wichtig? Oder hast du für wichtig empfunden?
32 33	Dm22	↳ Die Inhaltsstoffe in der Nahrung wurden sehr gut erklärt.
34 35	DL	↳ Hast du durch diese Sendung auch schon etwas lernen können?
36 37	Dm22	↳ <u>Das bewusste Ernährung das A und O ist.</u>
38	DL	↳ Setzt du das auch im Alltag um?
39	Dm22	↳ Ja, so gut es geht.
40 41 42 43 44	DL	↳ Inwiefern können Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung helfen, wenn jemand abnehmen möchte oder seine Essgewohnheiten ändern möchte?
45 46 47 48	Dm22	↳ Sie öffnen die Augen. (2) Man bekommt ein Gefühl für die Lebensmittel. Man bekommt vermittelt was ungesunde Ernährung dem Körper eigentlich antut und zuzufügt.
49 50	DL	↳ Kannst du dir vorstellen, dass durch die Sendung die Zuschauer ihre Essgewohnheiten ändern?
51	Dm22	↳ Ja, schon.
52 53	DL	↳ Aus welchem Grund glaubst du das?
54	Dm22	↳ Durch den Aufklärungseffekt.
55 56 57	DL	↳ Wie schaust du solche Sendungen an. Bewusst oder eher unbewusst? Also machst du nebenbei auch andere Sachen?
58 59	Dm22	↳ Wenn es die Zeit zulässt sehe ich mir die Sendungen bewusst an.
60 61	DL	↳ Und warum siehst du dir solche Sendungen an?
62	Dm22	↳ Wie meinst du das?
63 64	DL	↳ Wegen der Beratung oder Unterhaltung?

65	Dm22	↳ Eher wegen der Unterhaltung.
66		
67	DL	↳ Und siehst du diese Sendungen auch, um sich mit anderen darüber unterhalten zu können und um mitzureden?
68		
69	Dm22	↳ Ja.
70	DL	↳ We-
71		gen der Moderatoren?
72	Dm22	↳ <u>Eher nicht!</u>
73	DL	↳ Um abzuschalten, um zu entspannen oder um auf andere Gedanken zu kommen?
74		
75	Dm22	↳ Ja, auch.
76	DL	↳ We-
77		gen der Personen in den Sendungen? Dass du dich vergleichen kannst, weil du Interesse am Leben derer hast?
78		
79	Dm22	↳ Nein, nicht wirklich.
80		
81	DL	↳ Vielleicht wegen den Themen in den Sendungen?
82	Dm22	↳ Ja.
83	DL	↳ Und
84		auch damit du was daraus lernen kannst?
85	Dm22	↳ Mhm.
86	DL	↳ Betrachtetest du
87		die teilnehmenden Personen als Vorbilder?
88	Dm22	↳ Nein.
89	DL	↳ Amüsiert du
90		dich gerne über diese Personen in den Sendungen.
91	Dm22	↳ Schon auch
92		teilweise. Auch wenn das gemein ist. @ (3) @
93	DL	↳ Bist du eigentlich
94		mit deinem Körper zufrieden?
95	Dm22	↳ Nein, nicht ganz.
96	DL	↳ Was würdest
97		du denn gerne ändern?
98	Dm22	↳ Ich würde noch gerne abnehmen .
99	DL	↳ Wel-
100		chen Stellenwert hat gesundes Essen in deinem Leben?
101	Dm22	↳ Mittler-
102		weile einen sehr hohen, (2) früher weniger.
103	DL	↳ Und warum ist es dir
104		jetzt wichtig dich gesund zu ernähren?
105	Dm22	↳ Ich will dem Körper was
106		Gutes tun. Die Leistung des Körpers kann so viel besser genutzt
107		werden.
108	DL	↳ Was bedeutet für dich eigentlich gesunde Ernährung?
109	Dm22	↳ Ein
110		ausgewogener Mix.

111 112	DL	↳ Und auf welchen Wegen informierst du dich über gesunde Ernährung?
113 114	Dm22	↳ Durch das Fernsehen und durch das Internet.
115 116	DL	↳ Was findest du macht es schwierig sich über gesunde Ernährung zu informieren?
117 118 119	Dm22	↳ Zum Beispiel viele Falschmeldungen bezüglich gesunder Ernährung. Diese Irrglauben sind im Internet weit verbreitet.
120 121	DL	↳ Was macht es für dich problematisch das Wissen über gesunde Ernährung im Alltag anzuwenden?
122 123 124	Dm22	↳ Die Arbeitszeiten, also im Büro das Essen, weil die Möglichkeiten in der Mittagspause begrenzt sind. Der stressige Alltag.
125 126	DL	↳ Und ernährst du dich deiner Meinung nach gesund?
127	Dm22	↳ Ja, schon.
128 129	DL	↳ Und auf was gibst du besonders Acht?
130	Dm22	↳ Auf eine ausgewogene Ernährung.
131 132	DL	↳ Wie schätzt du dich ein? Unter- normal- oder übergewichtig?
133 134	Dm22	↳ Übergewichtig.
135	DL	↳ Danke für die Beantwortung der Fragen
136 137	Dm22	↳ @Immer wieder gerne.@
128	DL	↳ Ja, Danke

Interview 6

Benjamin, männlich, 23, Software-Architekt.

1	DL	So. Dann fangen wir mal an.
2	Bm23	↳ Ja
3 4	DL	↳ Was verstehst du unter Ratgebersendungen im Fernsehen?
5 6	Bm23	↳ Sendungen im ca. dreißig Minuten Format mit Tipps und Tricks für das tägliche Leben.
7 8	DL	↳ Welche Ratgebersendung siehst du dir gerne an?
9	Bm23	↳ (2) Keine Bestimmte.
10 11	DL	↳ Und wie oft schaust du solche Formate ungefähr?
12 13	Bm23	↳ Maximal ein Mal pro Woche.

14 15	DL	↳ Welche Ratgebersendung zum Thema gesunde Ernährung kennst du?
16 17 18	Bm23	↳ Ich kenne keine vom Namen her. Aber ich weiß, dass es da Sendungen gibt. Aber die mag ich nicht. <u>Mir gefallen diese Sendungen nicht.</u>
19	DL	↳ Und warum nicht?
20 21	Bm23	↳ Weil das alles blödsinnig ist.
22	DL	↳ Wie meinst du das?
23 24	Bm23	↳ Die Sendungen, meine ich. Alles.
25 26 27	DL	↳ Gut. Also glaubst du wahrscheinlich auch nicht, dass Ratgebersendungen für manche Rezipienten hilfreich sein können?
28	Bm23	↳ Doch schon. Für manche vielleicht.
29 30	DL	↳ Auf welche Art und Weise denn?
31 32 33	Bm23	↳ Es gibt viele Rezeptvorschläge, grundlegende Ernährungsregeln werden erklärt und man erfährt viel über die Ernährung.
34 35	DL	↳ Und hast du durch das Zuschauen, auch wenn du diese Sendungen wenig konsumierst, auch etwas lernen können?
36 37 38	Bm23	↳ Das grüner Salat zu 98 Prozent aus Wasser besteht und nicht viele Vitamine hat.
39 40	DL	↳ Setzt du das, was du über gesunde Ernährung durch die Sendungen erfahren konntest auch im Alltag um?
41	Bm23	↳ Nein.
42 43 44	DL	↳ Und warum nicht?
45 46	Bm23	↳ <u>Weil ich ein Genussmensch bin. Ich esse das auf was ich Lust habe.</u>
47 48 49	DL	↳ Inwiefern können deiner Meinung nach Ratgebersendungen zu diesem Thema Zusehern helfen ihre Ernährung umzustellen oder ein wenig abzunehmen?
50 51 52 53	Bm23	↳ Es werden grundlegende Tipps und Ratschläge gegeben. Und es stellt auch eine Anlaufstelle für weitere direkte Informationen dar. Vorbilder werden gezeigt und deren Wandel wird dann analysiert.
54 55 56	DL	↳ Kannst du dir auch vorstellen, dass Rezipienten ihre Essgewohnheiten aufgrund der Sendung ändern?
57	Bm23	↳ Ja und Nein.
58 59	DL	↳ Kannst du mir das näher schildern?
60	Bm23	↳ Man erhält sicher beim Zuschauen einen Ansporn, wenn

61		Personen gezeigt werden, die es geschafft haben. Und sie zeigen auch Negativbeispiele, das schreckt sicher ab. Es werden auch viele Ansätze gezeigt wie man es angehen kann.
62		
63		
64	DL	└ Und warum
65		glaubst du, dass es nicht klappt?
66	Bm23	└ Weil oft der innere Schweine-
67		hund gewinnt. (2) Außerdem werden oft realitätsfremde Beispiele aufgezeigt, das verkauft sich schlecht.
68		
69	DL	└ Schaust du dir die Sendungen bewusst an?
70		
71	Bm23	└ Nein, wenn möglich gar nicht, höchstens aus
72		Langeweile. Und bewusst schaue ich mir das nicht an. Ich mache dann etwas nebenbei.
73		
74	DL	└ Und warum schaust du dir das dann an? Um dich beraten zu lassen oder wegen der Unterhaltung? Oder um sich mit anderen darüber zu halten?
75		
76		
77	Bm23	└ Nein.
78	DL	└ Vielleicht
79		um über dieses Thema mit anderen reden zu können oder wegen der Moderatoren?
80		
81	Bm23	└ Nein, auch nicht wirklich.
82	DL	└ Oder um abzuschalten. Also um dich zu entspannen und um auf andere Gedanken zu kommen.
83		
84		
85	Bm23	└ Das trifft schon zu.
86	DL	└ Möglicherweise auch, weil du
87		dich für die Personen in den Sendungen interessiert, also, um dich mit anderen zu vergleichen oder du Interesse am Leben und Probleme anderer hast? Oder weil die, die es geschafft haben, Vorbilder sind?
88		
89		
90		
91	Bm23	└ Nein, das gar nicht.
92	DL	└ Interessieren dich die Themen in den Sendungen generell, also weil du aus den Sendungen lernen möchtest.
93		
94		
95	Bm23	└ Nein, eigentlich nicht.
96	DL	└ Schaust du das, um dich über die Personen in den Sendungen amüsieren zu können?
97		
98		
99	Bm23	└ <u>Ja, das eigentlich schon.</u>
100	DL	└ Bist du mit deinem Körper zufrieden?
101		
102	Bm23	└ Nein.
103	DL	└ Was würdest du denn gerne ändern?
104	Bm23	└ Ich
105		möchte mein Gewicht reduzieren, mache dafür aber Sport
106	DL	└ Und
107		welchen Stellenwert hat dabei gesundes Essen in deinem Leben?

108 109	Bm23	<p style="text-align: right;">└ Eher</p> <p>einen mittleren bis niedrigen Stellenwert.</p>
110 111	DL	<p style="text-align: right;">└ Was bedeutet deiner</p> <p>Meinung nach gesundes Essen?</p>
112 113	Bm23	<p style="text-align: right;">└ Dass man auf <u>die Menge und Zu-</u></p> <p><u>sammensetzung</u> der Mahlzeiten achten sollte.</p>
114 115	DL	<p style="text-align: right;">└ Auf welchen We-</p> <p>gen informierst du dich über gesunde Ernährung?</p>
116 117	Bm23	<p style="text-align: right;">└ Über da::s In-</p> <p>ternet.</p>
118 119	DL	<p style="text-align: right;">└ Was macht es deiner Meinung nach schwierig sich In-</p> <p>formationen über gesunde Ernährung zu holen?</p>
120 121	Bm23	<p style="text-align: right;">└ Das fehlende</p> <p>Grundwissen und bei mir mangelndes Interesse.</p>
122 123 124	DL	<p style="text-align: right;">└ Und warum ist</p> <p>es schwer das Wissen über gesunde Ernährung im Alltag anzu-</p> <p>wenden?</p>
125 126	Bm23	<p style="text-align: right;">└ Wegen der momentanen Esskultur. Mit Fast Food, Junk</p> <p>Food und dem Ganzen.</p>
127 128	DL	<p style="text-align: right;">└ Was ich bisher mitbekommen habe er-</p> <p>nährst du dich nicht so gesund.</p>
129 130	Bm23	<p style="text-align: right;">└ Eher nein. Aber ich achte auf die</p> <p>Menge.</p>
131	DL	<p style="text-align: right;">└ Und was hindert dich daran dich gesünder zu ernähren?</p>
132 133	Bm23	<p style="text-align: right;">└ Weil</p> <p>ich ein Genussmensch bin.</p>
134 135	DL	<p style="text-align: right;">└ Wie schätzt du dich ein. Bist du unter-</p> <p>normal- oder übergewichtig?</p>
136	Bm23	<p style="text-align: right;">└ Übergewichtig.</p>
137 138	DL	<p style="text-align: right;">└ O.k. Dann hätten</p> <p>wir es ja.</p>
139	Bm23	<p style="text-align: right;">└ <u>Gott sei Dank. @(3)@</u></p>
140	DL	<p style="text-align: right;">└ Danke für das Interview.</p>

Interview 7

René, männlich, 24, System Engineer

1	DL	<p>└ Was sind für dich Ratgebersendungen?</p>
2 3 4 5	Rm24	<p style="text-align: right;">└ Aufzeichnungen im</p> <p>Radio oder im Fernsehen. Und sie bringen zu den unterschied-</p> <p>lichsten Themenbereichen Informationen an den Konsumenten.</p> <p>Also Sport, Motorsport, Wohnen, Gesundheit und so weiter.</p>
6 7	DL	<p style="text-align: right;">└ Und</p> <p>welche Ratgebersendungen siehst du dir am liebsten an?</p>
8 9	Rm24	<p style="text-align: right;">└ Keine</p>

10		bestimmte. (2) Ich sehe mir gerade das an worauf ich Lust habe oder zufällig darauf stoße.
11	DL	└ Wie oft schaust du das?
12	Rm24	└ Eher selten
13	DL	└ Ein-
14		mal in der Woche, im Monat?
15	Rm24	└ Zufällig, °kann ich nicht genau
16		sagen wie oft.°
17	DL	└ Welche Ratgeberformate kennst du zum Thema
18		gesunde Ernährung?
19	Rm24	└ Da kenne ich nur Du bist was du isst.
20	DL	└ Und
21		siehst du dir die auch an?
22	Rm24	└ Manchmal, aber wie gesagt, eher sel-
23		ten.
24	DL	└ Warum siehst du dir diese Sendung an?
25	Rm24	└ (2) Weiß nicht.
26	DL	└ Ge-
27		fällt dir an dieser Sendung etwas besonders gut oder überhaupt
28		nicht?
29	Rm24	└ Das kann ich nicht sagen, da ich sie nicht oft sehe.
30	DL	└ Kön-
31		nen deiner Meinung nach Ratgebersendungen zum Thema ge-
32		gesunde Ernährung für manche Zuschauer hilfreich sein?
33	Rm24	└ Ja, kann
34		ich mir schon vorstellen.
35	DL	└ Auf welche Art und Weise, glaubst du?
36	Rm24	└ Naja,
37		(2) welche Nahrungsmittel gesund sind und welche weniger, wie
38		viel man wovon essen kann, wo viel Fett drin ist, welches Ver-
39		hältnis von Kohlenhydrate zu Proteinen das Beste für den Körper
40		ist, (2) wie bereite ich meine gesunden Mahlzeiten am besten zu.
41	DL	└ Was hast
42		du durch das Zuschauen von Ratgebersendungen zum Thema
43		gesunde Ernährung bisher lernen können?
44	Rm24	└ Etwas über den
45		<u>Nährwert von Lebensmittel</u> , auch über <u>die Inhaltsstoffe und über</u>
46		<u>die Zubereitungsarten von Lebensmitteln.</u>
47	DL	└ Setzt du das Gelernte
48		auch im Alltag um?
49	Rm24	└ Ich versuche einfach das was ich weiß in mei-
50		ne Essgewohnheiten einfließen zu lassen. @(.).@
51	DL	└ In Ordnung. Und
52		inwiefern können diese Ratgebersendungen deiner Ansicht nach
53		helfen, wenn jemand abnehmen will oder seine Ernährung um-
54		stellen möchte?

55	Rm24	⌞ Ich glaube Sie können nicht sehr viel dazu beitragen. Anstatt in dieser Zeit vor dem Fernseher zu sitzen , könnte man schon Bewegung machen; die Beratung hinsichtlich Ernährung sollte von geschulten Ernährungsberatern, Ärzten etc. erfolgen; Einrichtungen wie Weight-Watchers können ebenfalls zu einem Umdenken beitragen bzw. hilfreich sein, da man quasi das gleiche Ziel vor Augen hat und man sich darüber mit Gleichgesinnten Erfahrungen austauschen kann.
63	DL	⌞ Dann glaubst du nicht, dass Rezipienten durch das Zuschauen ihre Essgewohnheiten ändern können?
66	Rm24	⌞ (2) Das schon. Möglicherweise könnte ein Art wachrütteln stattfinden. Um selbst einzusehen, dass man mit sich und seinem Körper unzufrieden ist. Aber das Ratgebersendungen maßgeblich dazu beitragen können Gewicht zu reduzieren oder seine Ernährung umzustellen bezweifle ich.
71	DL	⌞ Kommen wir zu einem anderen Thema. Wenn du dir die Sendungen ansieht wie rezipierst du sie? Schaust du die Sendungen bewusst oder machst du nebenbei auch andere Sachen?
75	Rm24	⌞ Ich schaue das ja nur, wenn ich zufällig hinschalte, (aber dann schaue ich schon. Machen tue ich neben dem Fernsehen nichts, manchmal aber essen.)
78	DL	⌞ Und aus welchen Gründen siehst du dir Ratgebersendungen, wenn du sie siehst, zum Thema gesunde Ernährung an? Möchtest du dich beraten lassen?
82	Rm24	⌞ Nein
83	DL	⌞ Wegen der Unterhaltung?
84	Rm24	⌞ Ja
85	DL	⌞ Um dich mit anderen darüber unterhalten zu können?
87	Rm24	⌞ Nur wenn was Lustiges vorkommt. Ernsthaftige Unterhaltungen über Ernährung kommen selten zustande.
90	DL	⌞ Auch um mitreden zu können?
91	Rm24	⌞ Nein.
92	DL	⌞ Wegen der Moderatoren?
94	Rm24	⌞ Nein, die sind meistens sowieso eher unglaubwürdig.
96	DL	⌞ Um abzuschalten, zu entspannen oder um auf andere Gedanken zu kommen?
98	Rm24	⌞ Mhm.
99	DL	⌞ Wegen der Personen in den Sendungen?
101	Rm24	⌞ Ja, ich interessiere mich für die Lebensweise

102		anderer, um die eigene Lebensweise stetig optimieren zu können.
103	DL	└
104		Schaust du das auch wegen der Themen in den Sendungen?
105	Rm24	└ Nein.
106	DL	└ Um
107		aus den Sendungen etwas zu lernen?
108	Rm24	└ Ja, man lernt nie aus.
109		@(.)@
110	DL	└ Um sich über die Personen in den Sendungen amüsieren
111		zu können?
112	Rm24	└ Ja.
113	DL	└ Und auch um dir ein Vorbild zu suchen?
114	Rm24	└ Nein.
115	DL	└ Den
116		Teil hätten wir jetzt auch. Kommen wir zu etwas anderem. Bist du
117		denn mit deinem Körper zufrieden?
118	Rm24	└ Ja.
119	DL	└ Auf was gibst du denn
120		besonders Acht?
121	Rm24	└ Auf halbwegs gesunde Ernährung, ausreichend
122		Bewegung und Sport. Und ausreichend Schlaf von mindestens
123		acht Stunden täglich.
124	DL	└ Welchen Stellenwert hat gesundes Essen in
125		deinem Leben?
126	Rm24	└ Einen <u>sehr hohen</u> Stellenwert.
127	DL	└ Und warum ist
128		dir gesunde Ernährung so wichtig?
130	Rm24	└ Wenn man sich gesund er-
131		nährt, hat man mehr Energie und es wirkt sich auch positiv auf
132		das weitere Leben aus. Man ist sicher auch weniger krankheitsan-
133		fällig. Also Herzinfarkt, Schlaganfall, Gelenkserkrankungen.
134	DL	└ Was be-
135		deutet denn deiner Meinung nach überhaupt gesunde Ernäh-
136		rung?
137	Rm24	└ <u>Maß halten</u> , (1) nährstoffreiche Nahrungsmittel essen,
138		Obst und Gemüse, Vollkornkost und @Schokolade.@ Nein. @(.)@
139	DL	└ Und
140		auf welchen Wegen informierst du dich über gesunde Ernährung?
141	Rm24	└ Das
142		Thema ist eigentlich in allen Medien ständig präsent. Internet,
143		Printmedien, Radio und Fernsehen.
144	DL	└ Was sind deiner Meinung
145		nach Schwierigkeiten, die bei der Informationssuche über gesun-
146		de Ernährung auftreten können?
147	Rm24	└ Mangelndes Interesse und
148		mangelnde Motivation. Vor allem sollte man Informationen ver-
149		gleichen und nicht alles glauben.

150	DL	<p style="text-align: right;">↳ Was macht es für dich problematisch das Wissen über gesunde Ernährung im Alltag anzuwenden?</p>
151		
152		
153	Rm24	<p style="text-align: right;">↳ Dass Fast Food angeboten wird soweit das Auge reicht. Und die Preise für hochwertige Bio-Produkte oder generell gesunde Lebensmittel sind für weniger privilegierte Bevölkerungsschichten oft nicht leistbar.</p>
154		
155		
156		
157	DL	<p style="text-align: right;">↳ Ernährst du dich denn gesund?</p>
158	Rm24	<p style="text-align: right;">↳ Ja, großteils, ja.</p>
159		
160	DL	<p style="text-align: right;">↳ Auf was achtest du denn besonders bei der Ernährung?</p>
161		
162	Rm24	<p style="text-align: right;">↳ Nicht zu viele Süßigkeiten essen, Vollkornprodukte essen. Wenig Kohlenhydrate in Form von Teigwaren und Obst essen.</p>
163		
164	DL	<p style="text-align: right;">↳ Jetzt kommen wir zu letzten Frage. Bist du deiner Meinung nach unternormal- oder übergewichtig?</p>
165		
166		
167	Rm24	<p style="text-align: right;">↳ Normalgewichtig.</p>
168	DL	<p style="text-align: right;">↳ Danke, dass du dir Zeit genommen hast.</p>
169		

Interview 8

Eva, weiblich, 37, Bildungspsychologin

1	DL	Was verstehst du denn unter Ratgebersendungen?
2	Ew37	<p style="text-align: right;">↳ Im Großen und Ganzen, Sendungen, die Tipps zu bestimmten Themenbereichen beinhalten.</p>
3		
4		
5	DL	<p style="text-align: right;">↳ Welche siehst du dir gerne an?</p>
6	Ew37	<p style="text-align: right;">↳ Keine bestimmte.</p>
7		
8	DL	<p style="text-align: right;">↳ Wie oft schaust du denn Ratgebersendungen?</p>
9	Ew37	<p style="text-align: right;">↳ Selten. Nur dann, wenn ich durchschalte und hängen bleibe.</p>
10		
11	DL	<p style="text-align: right;">↳ Welche Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung sind dir bekannt?</p>
12		
13		
14	Ew37	<p style="text-align: right;">↳ Ich kenn nur du bist was du isst mit der Walleczek.</p>
15	DL	<p style="text-align: right;">☐ Schaust du dir diese Sendung gerne an?</p>
16		
17	Ew37	<p style="text-align: right;">↳ Geht so.</p>
18	DL	<p style="text-align: right;">↳ Was gefällt dir denn an der Sendung, und was weniger?</p>
19		
20	Ew37	<p style="text-align: right;">↳ (So genau) ()</p>
21		
22		

23 24 25 26	DL	↳ Auf welche Art und Weise können deiner Meinung nach Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung hilfreich sein? Für die Rezipienten, meine ich.
27 28 29	Ew37	↳ Durch die vielen Informationen, die man erhält. Vorschläge und Rezepte. Sie erleichtern sicher das konkrete Umsetzen gesunder Ernährung.
30 31	DL	↳ Hast du selbst bei der Rezeption auch etwas lernen können?
32	Ew37	↳ Ja, ein wenig.
33	DL	↳ Zum Beispiel?
34 35 36	Ew37	↳ Zum Beispiel in welchen Lebensmitteln besonders viel Zucker enthalten ist.
37 38	DL	↳ Setzt du das auch in deinem Alltag um. Was du durch das Zuschauen gelernt hast?
39 40	Ew37	↳ Ja schon. Ich versuche so gut wie es geht nicht genau diese Lebensmittel zu essen.
41 42 43	DL	↳ Inwiefern können diese Sendungen helfen, was glaubst du, wenn jemand den Wunsch hat abzunehmen oder seine Ernährung zu ändern?
44 45 46	Ew37	↳ Sicher sind sie gut als Einstieg für die Umsetzung. Und in den Sendungen sieht man immer Vorbilder.
47 48 49	DL	↳ Kannst du dir vorstellen, dass manche Zuschauer aufgrund solcher Sendungen ihre Essgewohnheiten auch wirklich ändern?
50 51 52	Ew37	↳ Wenn der Wunsch zur Änderung der Essgewohnheiten schon vorhanden ist, kann eine Ratgebersendung möglicherweise auch zur Umsetzung beitragen.
53 54 55	DLJ	↳ Jetzt kommen wir zur Nutzung und zu den Motiven. Schaust du dir die Sendungen im Fernsehen bewusst an?
56	Ew37	↳ Nein, nicht wirklich.
57 58	DL	↳ Also verrichtest du nebenbei auch andere Tätigkeiten?
59	Ew37	↳ Ja, manchmal.
60 61 62	DL	↳ Und aus welchen Gründen siehst du dir Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung an?
63	Ew37	↳ Wie meinst du das?
64 65	DL	↳ Zum Beispiel, möchtest du dich beraten lassen?
66	Ew37	↳ Nein.
67 68	DL	↳ Wegen der Unterhaltung.
69	Ew37	↳ Ja, schon.

70 71	DL	↳ Oder möchtest du dich mit anderen über die Sendungen unterhalten?
72 73	Ew37	↳ Wenn es sich zufällig ergibt, sonst nicht.
74	DL	↳ Um mitreden zu können?
75	Ew37	↳ Nein.
76 77	DL	↳ Wegen der Moderatoren?
78	Ew37	↳ Auch nicht, nein.
79 80	DL	↳ Um abzuschalten, um zu entspannen oder um auf andere Gedanken zu kommen?
81 82	Ew37	↳ Nein, auch nicht.
83 84	DL	↳ Vielleicht wegen der Personen in den Sendungen, dass du dich für das Leben dieser interessierst?
85	Ew37	↳ Nein.
86 87	DL	↳ Wegen der Themen in den Sendungen?
88	Ew37	↳ Ja.
89 90	DL	↳ Und wie sieht es mit der Vorbildsuche aus.
91	Ew37	↳ Nein, suche mir keine Vorbilder.
92 93 94	DL	↳ Die letzte Frage zu diesem Punkt. Siehst du diese Sendungen, um sich über die Personen in den Sendungen zu amüsieren?
95	Ew37	↳ Manchmal schon.
96 97 98	DL	↳ Jetzt stelle ich einige Fragen zur Körperzufriedenheit und zu den Essgewohnheiten. Bist du denn mit deinem Körper zufrieden?
99	Ew37	↳ Ja.
100 101	DL	↳ Auf was gibst du denn besonders Acht?
102 103	Ew37	↳ Auf gesunde Ernährung und Bewegung. Das ist aber immer zu wenig.
104 105	DL	↳ Also hat gesundes Essen auch einen hohen Stellenwert in deinem Leben.
106 107	Ew37	↳ Ja, einen sehr hohen sogar.
108 109	DL	↳ Und warum ist dir gesunde Ernährung wichtig?
110 111	Ew37	↳ Um gesund zu bleiben. Damit ich mich fit fühle und Energie habe.
112	DL	↳ Was bedeutet deiner Meinung nach gesunde Ernährung?
113 114 115	Ew37	↳ Ausgewogene Ernährung mit viel Obst und Gemüse. Alles ist erlaubt, aber je ungesünder, desto weniger davon sollte man essen.

116	DL	└ Auf
117		welchen Wegen informierst du dich über gesunde Ernährung?
118	Ew37	└
119		Hauptsächlich Internet und Zeitschriften.
120	DL	└ Beschreibe Schwierig-
121		keiten für dich bei der Informationssuche über gesunde Ernäh-
122		rung!
123	Ew37	└ Es gibt viel falsche Informationen von unseriösen Medien.
124	DL	└ Und
125		was macht es deiner Ansicht nach problematisch das Wissen über
126		gesunde Ernährung auch im Alltag anzuwenden?
127	Ew37	└ Die Verfügbar-
128		keit und auch Geld. Oft sind Bio-Produkte teuer. Und nicht an
129		jeder Ecke verfügbar. Und schon gar nicht als Snack zwischen-
130		durch oder bürotaugliches Essen.
131	DL	└ Nach deinen Antworten
132		schließe ich darauf, dass du dich größtenteils gesund ernährst?
133	Ew37	└ Ja, so
134		gut wie es geht.
135	DL	└ Und auf was gibst du besonders Acht?
136	Ew37	└ Mich
137		ausgewogen zu ernähren und nicht zu viel zu naschen. Das ist das
138		Schwerste für mich an der ganzen Sache. Aber zwischendurch
139		gibt's auch ungesündere Phasen ()
140	DL	└ Jetzt
141		sind wir auch bei der letzten Frage angekommen. Bist du deiner
142		Meinung nach unter,- normal- oder übergewichtig?
143	Ew37	└ Normalge-
144		wichtig.
145	DL	└ Herzlichen Dank für das Gespräch.

Interview 9

Isabell, weiblich, 31, Buchhalterin

1	DL	└ Was verstehst du denn unter Ratgebersendungen?
2	Iw31	└ Experten
3		geben Tipps. Sie berichten über neueste Erkenntnisse, betreffend
4		Wissenschaft, Forschung. Erfahrungsberichte von Laien werden
5		gezeigt.
6	DL	└ Und welche Ratgebersendungen siehst du dir am liebs-
7		ten an?
8	Iw31	└ Help TV und Eco .
9	DL	└ Wie oft schaust du dir diese Sen-
10		dungen an?
11	Iw31	└ Wenn ich Zeit habe.
12	DL	└ Kennst du auch Ratgeber-
13		sendungen zum Thema gesunde Ernährung?

14	lw31	↳ Help TV und Willkommen Österreich. Da wird das Thema gesunde Ernährung aber nur manchmal behandelt. Sasha Walleczek kenne ich vom Hören-Sagen. Manches Mal habe ich das auch schon gesehen.
18	DL	↳ Welche gefällt dir davon am Besten?
20	lw31	↳ Das kann ich nicht genau sagen, da ich keine davon regelmäßig ansehe.
22	DL	↳ Und warum siehst du dir diese Sendungen an?
24	lw31	↳ Aus Interesse.
25	DL	↳ Und was gefällt dir an den Sendungen?
27	lw31	↳ So oft schaue ich die Sendungen nicht an, das kann ich nicht beurteilen.
29	DL	↳ Was glaubst du, wie können Ratgeber-sendungen zum Thema gesunde Ernährung manchen Zuschauern helfen?
32	lw31	↳ Es ist sicherlich motivierend für die Zuschauer. Und auch die Koch- und Einkaufstipps können dabei helfen.
34	DL	↳ Welche Informationen haben dir bei der Rezeption geholfen bzw. waren für dich wichtig?
37	lw31	↳ <u>Wie viel man essen soll. Die Kochtipps. Und welche Lebensmittel gesund sind.</u>
39	DL	↳ Also hast du aus den Sendungen auch lernen können?
41	lw31	↳ Ja. Man bekommt immer wieder neue Erkenntnisse, da sich der Forschungsstand ständig ändert. Früher war das Fett schlecht, heute sind es die Kohlenhydrate.
44	DL	↳ Setzt du das Gelernte auch im Alltag um?
46	lw31	↳ Teilweise. <u>Beim Kochen versuche ich darauf zu achten.</u>
48	DL	↳ Und glaubst du das solche Sendungen jemanden dabei helfen können, der abnehmen möchte?
50	lw31	↳ Vielleicht durch die zahlreichen Informationen, die man erhält. Und vielleicht motivierend solche Sendungen manche Zuschauer.
53	DL	↳ Kann du dir vorstellen, dass jemand durch das Zuschauen solcher Sendungen die eigenen Essgewohnheiten ändert?
56	lw31	↳ <u>Nein, nur aufgrund der Sendungen nicht.</u>
58	DL	↳ Schaust du dir die Sendungen zum Thema Ernährung bewusst an oder machst du andere Sachen nebenbei?
60	lw31	↳ Meist

61		mache ich andere Sachen nebenbei. Essen oder Naschen oder
62		Bügeln.
63	DL	└ Und warum schaust du dir die Sendungen an? Aufgrund
64		der Beratungsfunktion?
65	Iw31	└ Ja, schon.
66	DL	└ Wegen der Unterhaltung?
67	Iw31	└ Auch,
68		ja.
69	DL	└ Um mitreden zu können und um dich mit anderen darüber
70		zu unterhalten?
71	Iw31	└ Nein.
72	DL	└ Wegen der Moderatoren?
73	Iw31	└ Nein.
74	DL	└ Um
75		abzuschalten, zu entspannen oder um auf andere Gedanken zu
76		kommen?
77	Iw31	└ Nein, nicht wirklich.
78	DL	└ Oder wegen den Personen in den
79		Sendungen? Weil du Interesse am Leben und an den Problemen
80		anderer hast?
81	Iw31	└ Ja.
82	DL	└ Auch wegen dem Thema bzw. weil du
83		daraus etwas lernen möchtest?
84	Iw31	└ Ja.
85	DL	└ Möchtest du dir in den
86		Sendungen auch Vorbilder suchen? Oder dich über andere amü-
87		sieren?
88	Iw31	└ Nein, eher nicht.
89	DL	└ Gut. Kommen wir zu etwas anderem.
90		Bist du denn mit deinem Körper zufrieden?
91	Iw31	└ Nein, nicht ganz.
92	DL	└ Was
93		würdest du denn gerne ändern?
94	Iw31	└ <u>Ich hätte gerne eine andere</u>
95		<u>Körperform und weniger Kilos.</u>
96	DL	└ Welchen Stellenwert hat gesun-
97		des Essen in ihrem Leben?
98	Iw31	└ Einen sehr wichtigen Stellenwert.
99	DL	└ Und
100		warum ist dir dieses Thema so wichtig?
101	Iw31	└ Um mein Gewicht zu
102		halten bzw. um noch etwas abzunehmen und um gesund zu blei-
103		ben.
104	DL	└ Was bedeutet deiner Meinung nach denn gesunde Ernäh-
105		rung?
106	Iw31	└ Gesunde Ernährung bedeutet für mich alle wichtigen Stof-

107 108		fe, die der Körper braucht, mit Essen zuzuführen, um langfristig gesund zu bleiben und den Körper mit Energie zu versorgen.
109 110 111	DL	↳ Das hast du jetzt schön gesagt. Und auf welchem Weg informierst du dich über gesunde Ernährung?
112 113	Iw31	↳ Durch Zeitschriften, Bücher, Internet.
114 115	DL	↳ (2) Ist es für dich schwierig dich über gesunde Ernährung zu informieren?
116 117	Iw31	↳ Nein, im Grunde nicht. Das Internet ist überflutet davon.
118 119	DL	↳ Was macht es deiner Meinung nach problematisch das Wissen über gesunde Ernährung im Alltag anzuwenden?
120 121 122	Iw31	↳ Vor allem der Zeitmangel. Sich mit gesunder Ernährung zu beschäftigen kostet Zeit. Das Einkaufen, das Kochen.
123 124	DL	↳ Und ernährst du dich deiner Meinung nach gesund?
125 126 127 128 129 130	Iw31	↳ <u>Ja und Nein</u> . Ich versuche es. Ich gebe darauf acht ausreichend Wasser zu trinken und regelmäßig zu essen. Gute Fette und gesunde Kohlehydrate sollen es sein. Da ich aber ein Genuss- und Lustesser bin fällt es mir oft schwer alle einzuhalten. Vor allem schwer fällt es mir meine Schokoladensucht auszutricksen.
131 132	DL	↳ Bist du deiner Ansicht nach unter-, normal- oder übergewichtig?
133	Iw31	↳ Normalgewichtig.
134 135	DL	↳ Das war's auch schon. Vielen Dank für das Gespräch.

Interview 10

Michelle, weiblich, 29, Angestellte

1	DL	↳ Was sind für dich Ratgebersendungen?
2 3 4	Mw29	↳ Information, Ratschläge, Aufklärung, Tipps. (2) Das bekommt man durch solche Sendungen.
5	DL	↳ Welche Ratgebersendungen siehst du dir gerne an?
6 7	Mw29	↳ Habe keine, die ich regelmäßig oder gerne ansehe.
8 9	DL	↳ Kennst du auch Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung?
10 11	Mw29	↳ Nur die Sendungen mit der Sasha Walleczek.
12 13	DL	↳ Warum siehst du dir das manches Mal an?
14	Mw29	↳ Wegen der Information.

15	DL	└ Und was gefällt dir
16		an der Sendung besonders?
17	Mw29	└ So oft sehe ich sie nicht, (kann ich
18		nicht sagen.)
19	DL	└ Auf welche Art meinst du können Ratgebersendungen Menschen beim Abnehmen helfen?
20		
21	Mw29	└ Ich bin davon überzeugt, dass die Sendungen hilfreich sein können. Aber das kommt auf den Menschen darauf an. Wie willensstark er ist und in welcher Form man sich an Ratschläge oder Tipps hält.
22		
23		
24		
25	DL	└ Welche Informationen hast du für wichtig empfunden?
26		
27	Mw29	└ Das ist schwer zu
28		sagen.
29	DL	└ Oder was hast du daraus lernen können?
30	Mw29	└ Kann ich nicht genau sagen, da ich mich nicht so sehr mit dem Thema beschäftige.
31		
32		
33	DL	└ Inwiefern können Ratgebersendungen deiner Meinung nach beim Abnehmen helfen?
34		
35	Mw29	└ Ich denke, wenn jemand wirklich eine Umstellung oder Änderung seiner Essgewohnheiten anstrebt, kann man aus Ratgebersendungen sicher viel herausholen. Rezepte, Erfahrungen, Gedanken von betroffene Personen), die Motivation.
36		
37		
38		
39		
40	DL	└ Also kann du dir schon vorstellen, dass aufgrund der Sendungen jemand seine Essgewohnheiten ändert?
41		
42	Mw29	└ Ja, wie
43		schon gesagt.
44	DL	└ Schaust du dir Sendungen eigentlich bewusst an oder machst du nebenbei etwas anderes?
45		
46	Mw29	└ Zumeist mache ich etwas anderes. Wenn ich sie mir ansehe, aber auch nicht bewusst.
47		
48		
49	DL	└ Und warum schaust du dir solche Sendungen an?
50	Mw29	└ Vor allem wegen der Personen in den Sendungen.
51		
52	DL	└ Weil du Interesse am Leben und an den Problemen anderer hast bzw. dich mit anderen zu vergleichen?
53		
54		
55	Mw29	└ Ja, genau.
56	DL	└ Bist du denn mit deinem Körper zufrieden?
57		
58	Mw29	└ <u>Grundsätzlich ja. Das Gesamtbild sollte stimmen.</u>
59	DL	└ Welchen Stellenwert hat gesundes Essen in deinem Leben?
60		
61	Mw29	└ Eher kei-

62		nen so hohen Stellenwert.
63	DL	└ Warum ist dir dieses Thema nicht
64		so wichtig?
65	Mw29	└ Ich habe mich damit eigentlich noch nie so intensiv
66		beschäftigt.
67	DL	└ Was bedeutet deiner Meinung nach gesundes Essen?
68	Mw29	└ Viel
69		Obst und Gemüse essen.
70	DL	└ Und auf welchem Weg informierst du
71		dich über gesunde Ernährung?
72	Mw29	└ Bewusst eigentlich gar nicht.
73	DL	└ Was
74		für Schwierigkeiten können bei der Informationssuche über ge-
75		sunde Ernährung aufkommen?
76	Mw29	└ Eigentlich keine. Heutzutage wird
77		man überall mit diesem Thema konfrontiert. Vor allem im Inter-
78		net findet man alles. Je nach Intensität der Recherche findet man
79		dann etwas.
80	DL	└ Was macht es denn schwierig gesunde Ernäh-
81		rung im Alltag anzuwenden?
82	Mw29	└ Wenn man wirklich will, geht alles.
83	DL	└ Er-
84		nährst du dich deiner Meinung nach denn gesund?
85	Mw29	└ Eher nicht.
86	DL	└ Was
87		hindert dich denn daran?
88	Mw29	└ Ich beschäftige mich zu wenig mit die-
89		sem Thema. Außerdem fühle ich mich meistens wohl in meinem
90		Körper. Also wozu was ändern?
91	DL	└ Ja. Wenn man zufrieden mit sich
92		ist, passt das schon. Bist du deiner Meinung nach unter-
93		oder übergewichtig?
94	Mw29	└ Denke, dass ich normalgewichtig bin. <u>Viel-</u>
95		<u>leicht ein paar Kilos noch abnehmen.</u>

Interview 11

Stefanie, weiblich, 23, Studentin

1	DL	Was sind für dich Ratgebersendungen?
2	Sw23	└ Darunter verstehe ich
3		<u>Sendungen, die aufgrund fundierten Wissens lösungs- und prob-</u>
4		<u>lemorientiert Ratschläge geben.</u>
5	DL	└ Welche Ratgebersendungen
6		siehst du dir gerne an?
7	Sw23	└ So isst Österreich.
8	DL	└ Wie oft schaust du das denn?

9	Sw23	↳ Eher selten.
10	DL	↳ Welche Ratgeberformate zum Thema gesunde Ernährung kennst du denn noch?
11		
12	Sw23	↳ Kenn nur die mit der Sasha Walleczek. So isst Österreich sehe ich mir am liebsten an.
13		
14		
15	DL	↳ Und warum siehst du dir diese Sendungen an?
16	Sw23	↳ Weil ein bewusster Umgang mit Nahrungsmitteln vermittelt wird.
17		
18	DL	↳ Was gefällt dir an dieser Sendung besonders gut und was weniger?
19		
20	Sw23	↳ Dass es lebensnah ist. Weniger gefällt mir das Moral-Apostel Getue von der Sasha Walleczek.
21		
22		
23	DL	↳ Auf welche Art und Weise können solche Sendungen für Zuschauer hilfreich sein?
24		
25	Sw23	↳ Ich glaube, das kommt darauf an unter welchem Aspekt man sich solche Sendungen ansieht. (Bei Interesse kann es sicher hilfreich sein. Wenn man sich über die Personen lustig machen möchte, sicher weniger hilfreich.)
26		
27		
28		
29		
30	DL	↳ Welche Informationen hast du bei der Rezeption erhalten, welche für dich wichtig waren?
31		
32	Sw23	↳ Viele Informationen. Jedoch war schon vieles Wichtige bekannt.
33		
34	DL	↳ Was hast du durch den Konsum von Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung denn lernen können?
35		
36		
37	Sw23	↳ Von allem etwas, aber richtig dosiert.
38	DL	↳ Setzt du das alles auch um?
39		
40	Sw23	↳ Ja. (2)
41	DL	↳ Inwiefern können solche Sendungen Menschen beim abnehmen helfen?
42		
43	Sw23	↳ Das kommt ganz auf die Person darauf an.
44		
45	DL	↳ Aber kannst du dir vorstellen, dass Rezipienten solcher Sendungen ihre Essgewohnheiten ändern?
46		
47	Sw23	↳ Ja, wenn die Methode für einen passt. Und der Wille dazu, der Richtige ist, kann ich mir das schon vorstellen.
48		
49		
50	DL	↳ Wie schaust du dir solche Sendungen an? Bewusst oder machst du nebenbei andere Sachen?
51		
52	Sw23	↳ Kommt darauf an, teils, teils.
53		
54	DL	↳ Und warum schaust du dir diese Sendungen an? Möchtest du dich beraten lassen?
55		

56	Sw23	↳ Nein.
57	DL	↳ Wegen
58		der Unterhaltung.
59	Sw23	↳ Ja.
60	DL	↳ Um dich mit anderen zu unterhalten oder mitreden zu können.
61	Sw23	↳ Bei-
62		des nicht, nein.
63	DL	↳ Wegen der Moderatoren?
64	Sw23	↳ Nein.
65	DL	↳ Vielleicht um
66		abzuschalten, um zu entspannen oder um auf andere Gedanken
67		zu kommen?
68	Sw23	↳ Ja, aus diesem Grund schon.
69	DL	☑ Wegen der Personen
70		in den Sendungen? Aus dem Grund, dass du Interesse an ihrem
71		Leben oder ihren Problemen hast? Oder um dich mit ihnen zu
72		vergleichen?
73	Sw23	↳ Ja, auch.
74	DL	↳ Vielleicht auch, weil es gerade um dieses
75		Thema geht?
76	Sw23	↳ Ja, schon, sonst würde ich es gar nicht einschalten.
77		
78	DL	↳ Auch aus dem Grund, weil du dir erhoffst, dadurch etwas
79		neues lernen zu können?
80	Sw23	↳ Ja, das auch.
81	DL	↳ Um dir ein Vorbild zu suchen?
82		
83	Sw23	↳ Nein.
84	DL	↳ Und schaust du die Sendungen auch, um dich über
85		die Personen amüsieren zu können?
86	Sw23	↳ Sicher auch teilweise wegen
87		dem.
88	DL	☑ Bist du denn mit deinem Körper zufrieden?
89	Sw23	↳ Ja, schon.
90	DL	↳ Auf
91		was gibst du denn besonders Acht?
92	Sw23	↳ <u>Auf sportliche Betätigung</u>
93	DL	↳ Wel-
94		chen Stellenwert hat gesundes Essen in deinem Leben?
95	Sw23	↳ Es ist mir
96		schon wichtig, aber nimmt nicht die ganze Zeit ein. Es folgt eher
97		automatisch.
98	DL	↳ Aus welchen Grund ist dir gesunde Ernährung
99		wichtig?
100	Sw23	↳ Wenn es meinem Körper gut geht, geht's auch dem Geist
101		gut.

102	DL	└ Was bedeutet für dich gesunde Ernährung?
103	Sw23	└ <u>Ausgewogen Essen, von allem etwas, mit Maß genießen.</u>
104		
105	DL	└ Auf welchen Wegen informierst du dich über gesunde Ernährung?
106		
107	Sw23	└ Heutzutage bekommt man das automatisch mit. Vor allem wurde bei mir zu Hause schon immer darauf geachtet.
108		
109		
110	DL	└ Was macht es schwer Informationen über gesunde Ernährung zu erhalten?
111		
112	Sw23	└ Die Vielfalt an Information. Wenn man sich zu wenig auskennt kann ich mir vorstellen, dass man nicht weiß, was richtig und falsch ist.
113		
114		
115	DL	└ Was macht es schwierig das Wissen über gesunde Ernährung im Alltag anzuwenden?
116		
117		
118	Sw23	└ Das viele zu wenig Sport machen. Aufgrund wenig Zeit.
119	DL	└ Er-
120		nährst du dich deiner Meinung nach gesund?
121	Sw23	└ Ja, größtenteils, erfolgt aber eher automatisch.
122		
123	DL	└ Bist du deiner Meinung nach unter- normal- oder übergewichtig?
124		
125	Sw23	└ °Normalgewichtig.°

Interview 12

Andreas, männlich, 33, Business Analyst

1	DL	Was verstehst du unter Ratgebersendungen?
2	Am33	└ <u>Sendungen, die</u>
3		praktisches Wissen und Ratschläge vermitteln.
4	DL	└ Welche Ratgebersendungen siehst du dir gerne an?
5		
6	Am33	└ Eigentlich Sendungen aus allen Themengebieten.
7		
8	DL	└ Wie oft schaust du dir solche Sendungen an?
9		
10	Am33	└ Manchmal.
11	DL	└ Kennst du auch Ratgeberformate zum Thema gesunde Ernährung?
12		
13	Am33	└ Ja. Die mit der Sasha Walleczek, Biggest Loser und Liebling, wir bringen die Kinder um.
14		
15	DL	└ Welche Sendung gefällt dir unter diesen denn am besten?
16		
17	Am33	└ Habe da
18		keine Vorlieben.

19 20	DL	↳ Und warum siehst du dir solche Sendungen an?
21	Am33	↳ <u>Weil ich durch sie etwas lerne.</u>
22 23	DL	↳ Was gefällt dir an diesen Sendungen, was weniger?
24 25 26	Am33	↳ Gut gefällt mir der Lerneffekt. Was mir nicht gefällt wie die Menschen, die mitmachen zur Schau gestellt werden.
27 28	DL	↳ Was glaubst du, auf welche Art können solche Sendungen Menschen helfen?
29 30 31 32 33 34	Am33	↳ Zuschauer lernen dadurch mehr über Lebensmittel. Sie können dadurch ihre Ernährung bewusster gestalten. Es ist sicher auch eine Motivation für eine Gewichtsabnahme bei Übergewichtigen vorhanden. Man bekommt Ideen und Ansätze wie eine Diät zu gestalten ist. In Zusammenhang mit Sport.
35 36	DL	↳ Welche Informationen hast du bei der Rezeption für wichtig empfunden?
37 38	Am33	↳ Die Informationen über die Lebensmittel, welche gesund sind und welche nicht und was Dickmacher sind.
39 40 41	DL	↳ Was hast du durch das Zuschauen von Ratgebersendungen zum Thema Ernährung bisher lernen können?
42 43 44 45	Am33	↳ Gesunde Ernährung sollte durch Sport ergänzt werden. Schlechte Fette sollten vermieden werden, Fisch ist sehr gesund, gesunde Fette essen. Süßigkeiten und Fast Food eher meiden.
46 47	DL	↳ Setzt du das Gelernte auch im Alltag um?
48	Am33	↳ Ja, schon.
49	DL	↳ Wie denn?
50 51	Am33	↳ Ich mache viel Sport und denke @1000 mal bis endlos darüber nach@ bevor ich etwas esse.
52 53 54	DL	↳ Inwiefern können Ratgebersendungen zu dieser Thematik Menschen beim Abnehmen helfen?
55 56 57	Am33	↳ Wie schon mal gesagt, man bekommt viel Wissen rund um Lebensmittel mit uns sieht wie eine Diät oder Ernährungsumstellung gestaltet werden kann.
58 59 60	DL	↳ Kannst du dir vorstellen, dass Zuschauer ihre Essgewohnheiten aufgrund der Sendungen ändern?
61 62	Am33	↳ Ja, weil sie dazu lernen und dann mehr Wissen über Lebensmittel besitzen.
63 64	DL	↳ Schaust du dir diese Sendungen eigentlich bewusst an oder machst du andere Sachen nebenbei?
65	Am33	↳ Ich

66		<u>sehe sie mir bewusst an</u> , manchmal büggle ich nebenbei.
67	DL	└ Und wa-
68		rum schaust du dir diese Sendungen an? Wegen der Beratung
69		oder Unterhaltung?
70	Am33	└ Ja, (2) wegen beidem eigentlich.
71	DL	└
72		Möchtest du dich auch mit anderen darüber unterhalten?
73	Am33	└ Ja,
74		auch.
75	DL	└ Weil du mitreden möchtest?
76	Am33	└ Nein, das nicht.
77	DL	└ Wegen der
78		Moderatoren?
79	Am33	└ Nein, eher nicht.
80	DL	└ Um abzuschalten, zu entspan-
81		nen oder um auf andere Gedanken zu kommen?
82	Am33	└ Ja.
83	DL	└ Vielleicht
84		wegen den Personen in den Sendungen?
85	Am33	└ Nein.
86	DL	└ Wegen dem
87		Thema in der Sendungen?
88	Am33	└ Ja, sonst würde ich nicht schauen.
89	DL	└ Und
90		du hast schon gesagt, weil du etwas daraus lernen möchtest?
91	Am33	└ Ja,
92		genau.
93	DL	└ Schaust du das auch, weil du dich über die Personen in
94		den Sendungen amüsieren möchtest?
95	Am33	└ Nein, nicht wirklich.
96	DL	└
97		Möchtest du dir Vorbilder durch den Konsum suchen?
98	Am33	└ Nein.
99	DL	└
100		Kommen wir jetzt zu einem ganz anderem Thema. Bist du denn
101		mit deinem Körper zufrieden?
102	Am33	└ @Ja.@
103	DL	└ Auf was gibst du denn be-
104		sonders Acht?
105	Am33	└ Das ich <u>Sport</u> betreibe.
106	DL	☑ Welchen Stellenwert hat
107		gesundes Essen in deinem Leben?
108	Am33	└ Einen sehr hohen.
109	DL	└ Und wa-
110		rum ist dir das so wichtig?
111	Am33	└ Um gesund zu bleiben und mich wohl

112		zu fühlen.
113	DL	↳ Was bedeutet deiner Meinung nach gesunde Ernährung?
114		
115	Am33	↳ Von allem etwas essen, nicht zu viel, richtige Zusammensetzung, gute Fette, gute Kohlenhydrate.
116		
117	DL	↳ Und wie informierst du dich zu diesem Thema?
118		
119	Am33	↳ Übers Internet, Fernsehen, Zeitschriften.
120		
121	DL	↳ Was macht es schwierig sich über gesunde Ernährung zu informieren?
122		
123	Am33	↳ Quellen widersprechen sich. Es existieren viele Ernährungsirrtümer.
124		
125	DL	↳ Was macht es deiner Meinung nach schwierig sich im Alltag gesund zu ernähren?
126		
127	Am33	↳ Der Hunger auf nicht gesunde Lebensmittel.
128		
129	DL	↳ Ernährst du dich deiner Ansicht nach gesund?
130	Am33	↳ Ja, schon.
131		
132	DL	↳ Auf was gibst du denn besonders Acht?
133	Am33	↳ Dass ich keine zuckerhaltigen Getränke trinke. (2) Ich esse täglich Obst. Ich esse auch weniger Fleisch und dafür aber viel Fisch.
134		
135		
136	DL	↳ Bist du deiner Meinung nach unter- normal- oder übergewichtig?
137		
138	Am33	↳ <u>Normalgewicht</u> .

ABSTRACT

„Infotainment im Fernsehen“ –

Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung.

Eine Befragung von Rezipienten und Rezipientinnen.

Durch soziale und gesellschaftliche Wandelprozesse hat sich das Verständnis von gesunder Ernährung weiter entwickelt und verändert. Dem Thema wird von Seiten der Gesellschaft große Aufmerksamkeit geschenkt. Trotz dem Gesundheitsbewusstsein der Gesellschaft und dem Wissen über Ernährung ist fast die Hälfte der österreichischen Bevölkerung übergewichtig. Diesem Problem widmen sich die Medien. Sowohl öffentlich-rechtliche Sendeanstalten wie auch private Anbieter greifen die Themen gesunde Ernährung sowie Übergewicht auf und versuchen der Gesellschaft in Form von Ratgebersendungen Hilfestellung zu leisten. In den letzten Jahren wurde eine Vielzahl an Formaten mit Ratgeberfunktion, welche die Themen gesunde Ernährung, Übergewicht und Gesundheit behandelt, produziert. Die Sendungen können als Ausprägung des Reality-TV festgemacht und als Formate mit Infotainmentcharakter beschrieben werden; sie sind informativ und unterhaltend, befassen sich mit realen Personen und Ereignissen, stehen dem Publikum beratend zur Seite und erheitern dieses.

Das Ziel dieser Forschungsarbeit war es österreichische und deutsche Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung zu untersuchen. Der Fokus wurde auf die Rezipienten gelegt. Insgesamt wurden zwölf Personen im Alter von 20 bis 49 Jahren mittels qualitativer Interviews befragt. Für die Untersuchung wurden Frauen und Männer akquiriert, um geschlechtsspezifische Unterschiede ausfindig machen zu können. Die Studie gibt Aufschluss darüber, welche Rolle die Medien bei der Vermittlung von gesunder Ernährung einnehmen, welche Ratgebersendungen zum Thema gesunde Ernährung beim Publikum bekannt und beliebt sind, warum sie diese konsumieren und welchen Nutzen sie aus der Rezeption ziehen. In Zusammenhang dazu werden Theorien der Mediennutzungsfor schung angeführt und Ansätze der Cultural Studies diskutiert, um das Rezeptionsverhalten des Publikums zu verstehen. Die Ergebnisse zeigen, dass für eine Analyse des Mediennutzungsverhalten nicht nur die Bedürfnisse und Motive der Rezipienten eine Rolle spielen, sondern auch das soziale Umfeld großen Stellenwert einnimmt.

ABSTRACT

„Infotainment in television“ –

Advice programs on the subject of healthy nutrition.

A survey of recipients.

Social and cultural changes affected and increased the understanding of healthy nutrition. The topic attracts attention from all over the society. Despite health awareness and knowledge about nutrition, almost half of all Austrians are overweight. Media care about the problem. Public broadcasting services as well as private providers attend to healthy nutrition and overweight and try to support society with advisor programs. In past years a lot of programs dealing with healthy nutrition, overweight and health were introduced. The shows can be interpreted as part of Reality-TV and can be described as programs with infotainment character; they are informative and entertaining, dealing with real persons and events, advising and entertaining audience.

It was aim of this research study to analyse advise programs attending to healthy diet. Focus was on the audience. 12 Persons between 20 and 49 years old were questioned using qualitative interviews. The analysis involved both males and females, to find out gender specific differences. The study gives information about the role of media in the understanding of healthy nutrition, what kind of advice programs are known and popular, why they are consumed and what use audience has. In relationship to that, theories of media audience research and cultural studies are discussed to understand audience behaviour. The results show that it's not enough to care just about audience needs and motives to understand media-use-behaviour, also social environment is of paramount importance.

LEBENS LAUF

PERSÖNLICHE ANGABEN

Name: Kerstin Kulovits

Geburtsdatum: 14.03.1986

SCHULISCHE AUSBILDUNG

1992 – 1996: Volksschule Neuberg

1996 – 2000: Hauptschule St. Michael

2000 – 2005: Handelsakademie Stegersbach

seit 10/2005: Universität Wien

BERUFSERFAHRUNG UND PRAKTIKA

08/2004: Bundesministerium für Inneres (Praktikum)

08/2006 - 03/2007: Kern Management Consulting GmbH (Assistentin der Geschäftsführung)

04/2007 - 09/2007: Mediacon Communication Consulting GmbH (Eventmanagement)

11/2008 - 02/2009: NJOY Zeitungsproduktion (Redakteurin: Mode, Lifestyle)

07/2009: FOKUS Kind: www.kindaktuell.at (Redakteurin: Gesundheit)

seit 05/2009: Gesundheitsmagazin: www.enjoyliving.at (Redakteurin: Gesundheit, Ernährung, Wellness etc.)

seit 11/2010: Ernährungsmagazin: www.essenundgeniessen.at (Chefredaktion, Redakteurin)

seit 02/2011: MethMedia, Verlag (Redaktionsmitarbeiterin: Katalogproduktion)

