



**Fakultät für Sozialwissenschaft**

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Prof. Dr. Jürgen Grimm  
juergen.grimm@univie.ac.at

Wien 19.9.2006

Pressemitteilung:

## **Super Nannys und ihr Publikum**

### **Ergebnisse des Forschungsprojekts „TV-Super Nannys“ liegen vor**

Das Forschungsprojekt „TV-Super Nannys“ des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien untersuchte unter Leitung von Prof. Dr. Jürgen Grimm die Nanny-Formate international vergleichend mit Hilfe eines mehrere Methoden und Ebenen umfassenden Forschungskonzepts. Durchgeführt wurden:

- a) eine Länder vergleichende Inhaltsanalyse von Super Nanny-Sendungen in Großbritannien, Deutschland und Österreich;
- b) Tiefeninterviews mit den österreichischen Super Nannys;
- c) eine Online-Befragung von 1611 Fernsehzuschauern und Erziehungsprofis;
- d) Gruppendiskussionen mit Pädagogen und Psychologen sowie mit Durchschnittszuschauern und teilnehmenden Familien des Nanny-TVs.

Im Mittelpunkt der Untersuchungen stehen einerseits die kulturellen Konstanten und differnten Bedingungen in den Ausstrahlungsländern und deren Widerspiegelung in den TV-Formaten. Andererseits soll die Ermittlung von Gemeinsamkeiten und Abweichungen zwischen den Experten- und Zuschauerperspektiven Binneneinblicke in die Kommunikationsverhältnisse der TV-Super-Nannys gewähren.

Nach den empirischen Datenbefunden ist das Bild vom sensationsgierigen Sozialvoyeur, der sich beim Anschauen von Super Nanny-Sendungen am skandalträchtigen Treiben in den nachbarlichen Kinderzimmern ergötzt, nachweislich falsch. Zuschauer und Zuschauerinnen des Nanny TV sind vielmehr mehrheitlich sensationsabgewandte, einfühlsame und auf die Gewinnungen von Informationen ausgerichtete Sehertypen. Viele ZuschauerInnen

wollen sich zwar auch unterhalten lassen, legen aber größten Wert darauf, Bezüge zu ihrer eigenen Alltagswirklichkeit herzustellen und, sei es zustimmend, sei es abgrenzend einen Orientierungsgewinn für das eigene Leben abzuleiten.

In der detailreichen Studie wurden sowohl Stärken als auch Schwächen des Nanny-TVs ermittelt. Zu den Stärken gehören u. a. Orientierungsleistungen in Erziehungsfragen auch und gerade für solche Bevölkerungsschichten, die der professionellen und amtlichen Erziehungsberatung normalerweise skeptisch gegenüberstehen. Nach den Erkenntnissen der Studie senken die Sendungen die Barrieren zwischen Erziehungsprofis und beratungsbedürftigen Klienten. Sie fördern auch summa summarum trotz abschreckender Momente in Gestalt „tobender Kinder“ die Bereitschaft der Zuschauer, über das Kinderkriegen in der Zukunft positiv nachzudenken. Die Nanny-Personen in Österreich und Deutschland vertreten im Unterschied zum britischen Modell überwiegend einen „demokratischen“ Erziehungsstil. Demgegenüber zeigen die Teilnehmerfamilien stärker „autoritäre Neigungen“, werden von den Nannys aber zumeist zu alternativen Handlungsweisen angehalten. Unter diesen Bedingungen ist es sehr unwahrscheinlich, dass die Sendungen zu einer Verstärkung „autoritärer“ Einstellungen führen. Ambivalent einzuschätzen ist die insbesondere in Deutschland ausgeprägte zielgruppenspezifische Ausrichtung auf Frauen. Damit spiegeln die Super Nannys zwar zutreffend die in der Gesellschaft vorhandene Asymmetrie zwischen Frauen und Männern in Erziehungsfragen wider und entsprechen einem quotentreibenden Moment der Zuwendungsattraktivität für ein überwiegend weibliches Publikum; im Interesse partnerschaftlicher Lösungen von Erziehungsproblemen wäre aber eine stärkere Berücksichtigung des Väterstandpunkts wünschenswert.

Eine Zusammenfassung der Ergebnisse findet sich auf der Homepage des Forschungsprojekts „TV-Super Nannys“: [www.tvsupernanny.at](http://www.tvsupernanny.at).

Die detaillierten Ergebnisse werden im November im UVK-Verlag Konstanz unter dem Titel „Super Nannys und ihr Publikum“ erscheinen.

Ein ausführlicher Vorabbericht kann um 15 € im Sekretariat von Prof. Dr. Grimm angefordert werden: [elisabeth.suchy@univie.ac.at](mailto:elisabeth.suchy@univie.ac.at).

## **Zusammenfassung 1: Ergebnisse der Inhaltsanalyse von Super Nanny-Sendungen in England, Deutschland und Österreich.**

- ⇒ Der **von den Eltern in den Sendungen praktizierte Erziehungsstil** ist im Gegensatz zu dem der Nannys stark **„autoritär“ geprägt**. Aktionen im Rahmen eines „demokratischen“ Elternhandelns kommen sehr viel seltener vor als punktuelle Strafaktionen oder Maßnahmen wie „mit dem Kind herumschreien“ oder „das Kind einschüchtern“. Letztere praktizierten gestresste Mütter und Väter im Sinne des Gewohnten in erheblichem Umfang und in der Regel, bevor die jeweilige Super Nanny das Haus betrat. Im Anschluss daran nahmen die autoritären Handlungen der Eltern zumeist ab. Als Kehrseite autoritärer Praktiken agierten die Eltern im Vorberatungszustand in manchen Situationen **„permissiv“ und „negierend“**, d.h. sie verhielten sich tendenziell passiv oder interesselos gegenüber dem Kind, was dem Erziehungsstil der Nannys und den empfohlenen Maßnahmen grundsätzlich widerspricht. Die Tendenz zum autoritären und zugleich permissiven Elternverhalten war am stärksten bei den Super Nanny-Sendungen auf Channel 4 ausgeprägt, gefolgt von RTL und ATV.
- ⇒ Der **von den Nannys propagierte Erziehungsstil** ist insgesamt eher **„demokratisch“**. Sequenzen mit Beratungsleistungen der Nanny-Personen weisen im Durchschnitt aller Sendungen fast dreimal so viele Empfehlungen auf, die mit Aushandeln unter starker Berücksichtigung der Kinderrechte umschrieben werden können, als Ratschläge, die auf die einseitige Durchsetzung eines „höheren“ Elternstandpunkts zielen. Strafmaßnahmen und andere Aktionen mit „autoritärer“ Tendenz werden zwar ebenfalls in manchen Situationen vorgeschlagen, jedoch in geringerem Maße und mit grundsätzlich anderer Stoßrichtung als bei den beratungsbedürftigen Eltern. Einerseits problematisieren die Nannys Laissez-faire, Interesse- und Lieblosigkeit dem Kind gegenüber; andererseits stärken sie durchsetzungsschwachen Eltern den Rücken. Dabei lehnen alle TV-Nannys grundsätzlich Erziehungsgewalt ab. Und sie propagieren demokratische Erziehungswerte weit mehr, als es der Elternpraxis entspricht. Die inhaltsanalytischen Befunde lassen daher den Inferenzschluss zu, dass die wahrscheinlichste Wirkungsrichtung der Super Nanny-Sendungen in Sachen Erziehung in einer Stärkung demokratischer Grundüberzeugungen besteht.
- ⇒ Neben diesen formatübergreifenden Grundsachverhalten hinsichtlich des Nanny-Erziehungsstils finden sich auch interessante **Unterschiede zwischen den Sendungs-**

**reihen.** So ergibt sich im Hinblick auf die Befürwortung autoritärer Maßnahmen eine absteigende Rangfolge von der britischen Nanny über die deutschen Nannys hin zu den österreichischen. Wir sehen in den schwankenden Ausprägungsgraden eines „autoritären“ Erziehungsstils einerseits einen Reflex auf die Permissivität des elterlichen Handelns, das bei Müttern/Vätern im britischen Format am häufigsten vorkommt, gefolgt von deutschen und österreichischen TV-Müttern/Vätern. Andererseits spiegeln sich darin grundsätzliche Traditionsunterschiede zwischen den Ländern wider. Die englische Erziehungskultur erscheint unter diesem Blickwinkel als die relativ „autoritärste“, die österreichische als die am meisten „demokratische“ Erziehungskultur.

⇒ Hinsichtlich der **allgemeinen Erziehungsratschläge**, die nach Nanny-Ansicht als grundsätzlich richtig immer präsent zu halten sind, steht in einem Viertel der einschlägigen Sequenzen (24,2%) das „*selbstbewusste Agieren*“ der Eltern dem Kind gegenüber im Vordergrund. Wir sehen dies als Hinweis darauf, dass die Nannys ihre Rolle bei der Familienintervention vor allem dahingehend nutzen, die Eltern zu aktivem und durchsetzungsstarkem Erziehungshandeln zu ermuntern. Dies trifft vor allem auf das deutsche und das britische Format zu, indes die ATV-Nannys diesem Aspekt signifikant weniger (wenn auch immer noch viel) Aufmerksamkeit widmen. Die zweitwichtigste Nanny-Empfehlung unter den Grundregeln lautet: „*liebvoller Umgang mit dem Kind*“ (18,1%). Diesbezüglich führen die ATV-Nannys vor den RTL- und Channel 4-Konkurrentinnen. Es kann daher keine Rede davon sein, dass das Nanny-TV kindabträgliche oder gar menschenverachtende Verhaltensweisen befürwortet oder befördert, wie das teilweise in Presseberichten kolportiert wurde. Im Gegenteil, die Nanny-Sendungen liefern zuhauf insgesamt – und insbesondere die österreichischen – *Argumente für liebevolle, einfühlsame und kindgerechte Umgangsformen.*

⇒ Entsprechend zu den asymmetrischen Erziehungsverhältnissen in der Gesellschaft treten in den Super Nanny-Sendungen vor allem die **Mütter als Handlungsträger, Adressat der Nanny-Ratschläge** und in der Folge als **Subjekte von Lösungstechniken** in Erscheinung. In 57 % der Sequenzen gehen die praktizierten Erziehungsmaßnahmen von den Müttern aus; Väter als Erziehungsakteure sind eher selten (19,7%). Die Einseitigkeit der Ausrichtung auf Frauen kann zwar als Spiegel „wahrer“ gesellschaftlicher Erziehungsverhältnisse verstanden werden, erscheint aber im Hinblick auf die Lösung von Erziehungsproblemen fragwürdig. Die Vernachlässigung der Männer im Nanny-TV lässt Potenziale zur Entfaltung einer demokratischen Erziehungskultur un-

ausgeschöpft. Eklatant sind in diesem Zusammenhang die Format-Unterschiede: Am meisten aufgeschlossen für erziehende Väter zeigt sich die britische Super Nanny, am wenigsten das RTL-Pendant, das einer starken Neigung zur Frauenfixierung unterliegt. Die österreichischen ATV-Nannys schauen insofern über den Tellerrand einseitiger Geschlechterperspektive hinaus, als sie die Väter mehr als bei den Konkurrenzsendern im Zusammenwirken mit den Müttern ins Spiel bringen und somit einer gemeinsamen Elternverantwortung für die Kinder am besten Rechnung tragen.

- ⇒ Markant sind auch die Unterschiede zwischen den Formaten im Hinblick auf die **Reflexion von Erziehungsproblemen**. Dies wird in Deutschland und Österreich vornehmlich von den Nannys getätigt. Beim britischen Format stellen hingegen tiefer gehende Überlegungen in hohem und höherem Maße die Eltern an. Ein Grund hierfür ist darin zu sehen, dass die deutschsprachigen Nannys über eine professionelle Ausbildung in Pädagogik bzw. Psychologie verfügen, die zu entsprechenden Fachkommentaren herausfordert. Die Laien-Nanny von Channel 4 muss hingegen mehr auf die Reflexionskraft der Beteiligten vertrauen, denen sie in dieser Hinsicht Hilfe zur Selbsthilfe zuteil werden lässt – nach dem Motto: „Authentizität statt Fachautorität“.
- ⇒ Die **Art der Orientierungsvermittlung** variiert je nach Land und Nanny-Format. So liegt die Stärke der RTL-Sendungen in der hohen Gesamtverständlichkeit und guten Kohärenz zwischen Problemdefinition und Beratung bzw. zwischen Problemstellung und Lösungsvorschlag. In Bezug auf dieses Qualitätsmerkmal, das im Verantwortungsbereich der zuständigen Redaktionen liegt, übertrifft das deutsche Nanny-TV die britischen und österreichischen Parallelsendungen. Im Hinblick auf die resümierende Orientierung, welche die Nanny in persona leistet, ergibt sich ein interessanter Überkreuzbefund. Während Channel 4 das Nanny-Resümee vor allem auf den gezeigten modellhaften Einzelfall konzentriert und verallgemeinernde theoretische Einordnungen eher vermeidet, ist es bei den ATV-Nannys umgekehrt. Hier dominieren die Schlussfolgerungen für das Erziehungshandeln im Allgemeinen klar das fallbezogene Fazit. Die RTL-Sendungen nehmen in beiderlei Hinsicht die Mittelposition zwischen einem paradigmatischen und einem theoretisch abstrahierenden Orientierungsstil ein.

## Zusammenfassung 2: Ergebnisse der Online-Befragung von 1611 Fernsehzuschauern und Erziehungsprofis in Deutschland und Österreich

- ⇒ Das Nanny-TV trägt insgesamt zur **Popularisierung von Erziehungsthemen** in der Öffentlichkeit bei und macht auf diese Weise unbezahlt PR für die professionellen Einrichtungen der Erziehungsberatung. Dies ist nicht selbstverständlich in einer Zeit, in der Sozialleistungen gekürzt werden und Sonntagsreden Pro-Kinder, Pro-Familie, Pro-Erziehung mit mangelnder politischer und ökonomischer Umsetzung derselben kontrastieren. Außerdem **senkt das Nanny-TV nachweislich die Barrieren**, die zwischen Institutionen amtlicher Erziehungshilfe und potenziellen Klienten bestehen. Beratungsbedürftige Eltern finden daher leichter das für sie passende Angebot – zuerst im Fernsehen, im weiteren Verlauf auch in den professionellen Praxen und im Jugendamt.
- ⇒ Das **Bild vom Sensationalisten oder Sozialvoyeur**, der sich aus purer Schaulust dem Nanny-TV zuwendet, ist **mit den Daten dieser Studie unvereinbar**. Empirische Untersuchungen offenbarten vielmehr eine anti-sensationalistische, orientierungssuchende, gegen Kontrollverlust gerichtete Grunddisposition des Nanny-Publikums. Der „**durchschnittliche**“, **idealtypisch konstruierte Super Nanny-Fan** ist weiblich, unter 30 Jahre alt, hat ein relativ niedriges Einkommen und mindestens ein Kind. Die idealtypische Nanny-Seherin ist überdies sehr einfühlsam, geht aufregenden Erlebnissen aus dem Weg und fühlt sich in der Gesellschaft und Politik eher als ohnmächtiger Außen-seiter denn als aktiv gestaltender Bürger. In Kindern sieht sie eine Möglichkeit, Zukunft zu gestalten und Ohnmacht zu überwinden. Um sich und ihrer Umwelt ihre Kontrollfähigkeiten zu beweisen, befürwortet sie durchsetzungsstarke Erziehungskonzepte, die sie im Einklang mit den Erziehungsgrundsätzen des Nanny-TV sieht. Die Sendungen selbst nimmt sie beiläufig wahr, viele Rezepte kommen ihr bekannt, manche „banal“ vor. Im Detail scheut sie sich nicht, Kritik zu üben, wenn der Vergleich zwischen Fernsehrealität und Alltagswirklichkeit zu Diskrepanzen führt. Unsere „Durchschnittszuschauerin“ fühlt sich durch die Sendung gut „unterhalten“ und legt Wert auf die Feststellung, dass sie die Rezepturen aus dem Fernsehen nicht einfach übernimmt. Der wesentliche Grund der Hinwendung zum Nanny-TV ist und bleibt jedoch ihr hohes Interesse am Thema „Erziehung“ und die Chance, die ihr die Sendung bietet, sich damit ungezwungen zu befassen. Dieses datenbasierte, nicht willkürliche Zuschauerporträt verdeutlicht die *Koexistenz von Unterhaltungs- und Informationsbedürfnissen* im Gros

des SN -Publikums, wobei der eine Bedürfnisteil phasenweise stärker in den Vordergrund rücken mag, ohne dass der andere jemals verschwindet, vice versa.

- ⇒ Ein Problem des Nanny-TV resultiert aus der *doppelten medienpraktischen Ausrichtung* auf beratungsbedürftige **Familien, die an der Sendung teilnehmen** (sollen), einerseits und die Versorgung des großen **Publikums vor den Bildschirmen** mit verständlichen, spannenden und alltagstauglichen Informationen zum Thema Erziehung andererseits. Zwar besteht zwischen den Handlungsbereichen keine logische Unvereinbarkeit, es können aber durchaus Friktionen und Widersprüche auftreten. So ist die partizipierende Familie vor allem an einer individuellen, auf sie *spezifisch zugeschnittenen Beratung* interessiert, die ihre krisenhafte Familiensituation nachhaltig verändert. Das Publikum leitet seinen Orientierungsgewinn aus den *verallgemeinerbaren Aspekten des Falles* ab, die sich auf seine eigene lebensweltliche Situation (und die anderer ZuschauerInnen) anwenden lassen. Dies ist im Übrigen nicht an die erfolgreiche Bewältigung der Krise im Fernsehen gebunden; die Lösungsorientierung des Publikums führt eine recht selbständige Existenz und ist mit derjenigen der Modell-Familie im Nanny-TV keineswegs identisch. Ob und ggf. wie der Spagat zwischen Partizipanten und Rezipienten im Konkreten angegangen und bewältigt wird, ist ein guter Indikator für die Leistungsfähigkeit der Redaktion.
- ⇒ Das Nanny-TV ist stark **zielgruppenspezifisch ausgerichtet**: auf Frauen (mit oder ohne Kind) und junge Leute, was sich in hohen Resonanzen der Sehbeteiligung und der Positivbewertung in den entsprechenden Teilpublika manifestiert. Insbesondere der *Weiblichkeits-Bias* spiegelt die gesellschaftliche Realität zutreffend wider, in der die Erziehungshauptlast einseitig bei den jungen Frauen liegt. Auf die Frauen hauptsächlich einzugehen, erwies sich daher als durchaus *quotentreibender Faktor*, was sich die deutschen Formate besonders gut zunutze zu machen verstehen. Hieraus ergibt sich allerdings eine Komplikation, da die Lösung von Erziehungskrisen in der Regel eines konstruktiven Beitrags der Väter bedarf. Dies wurde vom österreichischen ATV-Produkt besser berücksichtigt als von den RTL-Formaten. In diesem Punkt haben wir also einen *punktuellen Widerspruch zwischen fernsehökonomischer Vernunft und dem gesellschaftlich Wünschenswerten* zu konstatieren, den das bisherige Nanny-TV nicht befriedigend auflösen konnte.

- ⇒ Der besondere **Zuspruch einkommensschwacher Gruppen** und der *hohe Anteil an SN-SeherInnen ohne höheren Schulabschluss* müssen hingegen als Erfolg in medienökonomischer Hinsicht wie auch bezüglich einer demokratischen Fernsehkultur gesehen werden. Nanny-TV errichtet keine sozialen und bildungsbezogenen Barrieren; es entspricht damit dem gesellschaftlichen Bedarf nach Erziehungsberatung, der unabhängig von Herkunft und Einkommen in allen Bevölkerungsschichten besteht. Schlagwörter wie „Prol-TV“ und „Dummen-Fernsehen“ müssen in diesem Zusammenhang als politisch inakzeptable **Polemik distinktionsbedürftiger Bildungseliten** zurückgewiesen werden, die den demokratischen Kern der Kommunikationsverhältnisse verfehlen.
- ⇒ Bislang sind die Fernseh-Nannys **kaum der Versuchung erlegen, eine autoritäre Straferziehung zu propagieren**. Zwar vertreten die Nannys bis zu einem gewissen Grade strukturierende, grenzensetzende Erziehungskonzepte und betonen das elterliche Durchsetzungsvermögen, doch überwiegen bei den Nanny-Ratschlägen positiv verstärkende Maßnahmen wie „Vorbildgeben“ und „das Kind ermutigen“ bei Weitem die strafenden Momente. Erziehungsgewalt lehnen alle Fernseh-Nannys kategorisch ab. Bezeichnenderweise nimmt das Publikum an den Nannys „demokratische“ Einstellungen im Erziehungshandeln deutlicher wahr als an sich selbst. Das bedeutet: die Nanny-ZuschauerInnen sind selbst „autoritärer“ als der jeweils vorbildgebende Fernsehprotagonist. Dieser Umstand lässt es als mehr als unwahrscheinlich erscheinen, dass die Nannys bei ihrem Publikum eine „autoritäre“ Haltung erzeugen oder verstärken. Die Daten plausibilisieren vielmehr eine andere Wirkungshypothese: **Nanny-TV erhöht den Einflussoptimismus der Eltern** und beugt so einem falsch verstandenen Laissez-faire im Sinne „anti-autoritärer“ Erziehung sowie einem „negierenden Erziehungsstil“ vor, bei dem die Kinder sich selbst überlassen bleiben und unter mehr oder weniger ausgeprägten Wohlstandsbedingungen „verwahrlosen“.
- ⇒ Vieles spricht überdies dafür, dass das Nanny-TV die **Bereitschaft fördert, selbst Kinder zu bekommen**. Zwar werden im Einzelfall anhand unkontrollierbarer Verhältnisse im Kinderzimmer auch abschreckende Momente gezeigt, doch fühlt sich die Mehrheit der ZuschauerInnen ermuntert, aufgrund der Nanny-Rezeption über das Kinderkriegen positiv nachzudenken. Würde nur ein kleiner Prozentsatz davon der Absicht Taten folgen lassen, wäre dies im gesellschaftlichen Interesse der Zukunftssicherung ein Erfolg. Auch bei denjenigen, die von dieser oder jener Szene schockiert werden, dürfte dies nicht linear und automatisch zum „Gebärstreik“ führen. Eine Teilnehmerin



unserer Gruppendiskussionen reagierte auf den Fall Dominick in der ATV-Sendung „Super Nanny“ zunächst entsetzt, entwickelte aber auf dieser Gefühlsbasis am Ende ein besonderes Verantwortungsbewusstsein in Erziehungsfragen, das die Ernsthaftigkeit ihres Kinderwunsches unterstützt.