

Michael Grisko: Ratlos in Deutschland: „Help TV – Der Sender, der die Antworten kennt“

Beitrag aus Heft »2007/01: BabyTV«

„Da werden Sie geholfen!“ galt das Versprechen der Werbeikone Verona Feldbusch vor einigen Jahren nur für eine Telefonhotline, ist zum 3. November 2006 die moderne Variante unseres televisuellen Zeitalters hinzugekommen: „Help TV – Der Sender, der die Antworten kennt.“ Und das gleich im Plural. Gegründet in einer Zeit, in einer komplexen Lebenswelt, die Antworten zusehends schwieriger macht. Und das Bedürfnis nach Hilfe und Rat wird in unserer Gesellschaft größer werden. Bislang nur im digitalen Netz einiger Kabelhaushalte von 15.00 Uhr bis Mitternacht ist dies die zielgruppenspezifische und spartenkanalisierte Fokussierung von Werbung und Ratgebersendung. Dass Fernsehen sowohl in der fikionalisierten als auch in der dokumentarisch-berichtenden Form immer auch ein Stück Lebenshilfe war, ist nichts Neues: Mode, Recht, Finanzen, Kochen, Reisen: Information und Ratgeberfunktion gehen Hand in Hand und wurden seit der Einführung der privaten Sender auch zunehmend mit Unterhaltung und (Schleich-) Werbung verbunden. Die Grenzen zwischen journalistischem, unterhaltendem und werbendem Format waren also schon erodiert. Das neue Geschäftsmodell bündelt die schon seit den Hochzeiten des Öffentlich-Rechtlichen-Fernsehens gängigen Ratgeberformate, die in der näheren Vergangenheit mit Blick auf die Zuschauerbindung seit Jahren ausgebaut und durch die call-in-basierten Esoterikformate der privaten Sender zu nachtschlafender Zeit ergänzt wurden. Bislang sind es elf Millionen potenzielle Kunden und die Zahl wird wachsen. Es ist nicht zuletzt die Bühne für Fernsehpfarrer Flieges telemediale Auferstehung. Neben ihm sollen weitere Expertinnen und Experten für „individuelle, unabhängige und seriöse Informationen“ (Peter Pohl, Vorstand) stehen und die Leute zum Anrufen in der Sendung bewegen. Denn diese Studiohotline ist die Geldquelle des Unternehmens. 49 Cent pro Anruf sollen die Kosten des Unternehmens refinanzieren. Im Aufbau ist der Beratungsbereich für komplexere Antworten: Mit 1,99 Euro/Minute wird dann die Telefonrechnung belastet, und so ist schon nach ein paar Minuten zumindest die Frage beantwortet, ob es sich lohnt, zum Arzt oder Rechtsanwalt zu gehen oder ein Buch zu kaufen.

Die Frage nach dem Sinn des Lebens wird sicherlich auch dann nicht beantwortet sein: Wer ist dafür eigentlich Experte? Vielleicht dann doch auch eher der Gang ins Internet: Denn natürlich bietet der Sender auf seiner Homepage auch schon die Produktion zielgruppengerechter Werbung an. Hier liegt neben den Gebühren für das Call-In und die On-Air-Werbung vermutlich auch das zweite ökonomische Standbein des Senders. Die Lockerung der Richtlinien bei Ärzten und Anwälten werden die Kassen auch hier zum Klingeln bringen – vorausgesetzt eine regional gebundene Zielgruppenprogrammierung wird möglich. Ob die Beratung dann noch ‚unabhängig‘ ist, scheint fraglich – kann doch für diese Unabhängigkeit schon jetzt keine Garantie übernommen werden. Denn schon auf der Homepage heißt es: „Help TV ist deshalb nicht nur ein ideales Medium für alle, die Fragen haben. Auch Spezialisten aus allen möglichen Berufsfeldern, die sich und ihr Können einem größerem Publikum präsentieren wollen, finden bei Help TV die passende Sendung.“ Dass dieser Zugang von Help TV selbstlos gewährt wird, ist nicht zu vermuten. Aber es ist auch nicht jeder Anrufende zum Studiogast berufen. Denn natürlich kann nicht jedem Anrufer und jeder Anruferin eine telemediale Privataudienz bei Herrn Fliege oder seinen Kolleginnen und Kollegen gewährt werden. Der Wunsch live von Pfarrer Fliege gehört und beraten zu werden, wird nach dem Zufallsprinzip vergeben – bezahlt wird trotzdem.

Es ist ein billiges Format, verzichtet wird auf Spielfilme und teuren Einstellungs- und Technikschnickschnack. Und in dem Studio in der Nähe von Dortmund – wer kennt schon die Seelenschmiede „Hörde“ – sind freie Kapazitäten erfolgreich genutzt, um „sensationell günstiges“, mehr wollte Stephan Mattukat (Vorstand Help-TV und ehemaliger 9Live-Programmdirektor) nicht verraten, Programm zu produzieren, für ein Publikum „quer durch alle Altersgruppen, beiderlei Geschlechts“. Im Stundenrhythmus wechseln die Themen, verspricht der Sender, das stimmt jedoch nicht ganz. Der Sendeplan wird dominiert von den weichen Themen mit Human-Touch und Sinnsuche- und Selbsterfüllungspotenzial wie Psychologie, Gesundheit, Wellness, Ernährung, Astrologie und Esoterik. Und natürlich Flieges Welt (jeden Tag zur Mittagszeit). Erst dann die Themen Medizin, Recht und Geld. Selbstverständlich darf auch die Dating-Ecke zu nachtschlafender Zeit nicht fehlen. Noch ersetzt der Anruf nicht den Gang zum Arzt. Die Experten sind gecastet, sollen aber eher sich selbst vertreten und kein Unterhaltungsbedürfnis. Eine verständliche Antwort ist das Minimum. So wird aus dem ehemaligen Rundfunk ein „Radio im Fernsehen“, so Stephan Mattukat. Der Vorstand des neuen Spartensenders sieht das Bild als Hilfsinstrument bei der Vermarktung, in dem Produktionsmodell und den entstehenden Kosten eine Möglichkeit, um neue Ideen zu realisieren und ein „individuelleres“ Erlebnis und einen individuelleren Zuschnitt von Fernsehen zu ermöglichen.

Es bleibt letztlich die Frage, ob ein derartiger Sender, wie in der Pressemitteilung versprochen, „das stetig wachsende Informationsbedürfnis in einer immer komplexer werdenden Welt“ stillen und „seriöse und unabhängige Beratung“ bieten kann oder ob es sich nicht doch nur um einen weiteren Versuch handelt, aus der Hilflosigkeit vieler, vor allem älterer Menschen, maximalen Profit zu schlagen. Wahrscheinlich eher letzteres.