

Zeitschrift: Zeitlupe : für Menschen mit Lebenserfahrung
Band: 74 (1996)
Heft: 1-2

Artikel: Helen Issler : "Altersfragen gehen alle etwas an"
Autor: Issler, Helen / Kilchherr, Franz / Kletzhändler, Marcel
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-721428>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Gautschy auch mit den verlegerischen Aspekten einer Buchproduktion befasst. Dass der Band sich sehr gut verkaufte, habe nicht nur mit dem Inhalt zu tun gehabt, sondern auch mit der Umschlaggestaltung, bei der er habe mitreden können. Das Buch fiel auf; und vielleicht wäre Heiner Gautschy auch ein guter Verleger geworden – bei dieser Arbeit geht es ja ebenfalls darum, Reaktionen abzuschätzen.

Amerikareisen und die AGAB

Mit Reaktionen anderer Art hatte sich Heiner Gautschy bei seiner touristischen Tätigkeit zu befassen. Nach dem Ende der Fernseharbeit beschäftigte er sich einige Jahre lang als reisender Amerika-Experte. Für ein renommiertes Reisebüro stellte er Nordamerika-Routen zusammen und begleitete Schweizer Reisegruppen, assistiert von Reiseleitern, die sich um die organisatorischen Belange kümmerten. Das Pensionsalter hatte er zwar nun erreicht, doch diese meist sehr dankbare Arbeit ging ihm leicht und mit Begeisterung von der Hand.

Auch eine weitere Tätigkeit fasste er mit Verve ins Auge, nämlich die Gründung einer Aktionsgemeinschaft von AHV-Berechtigten, genannt «AGAB». Über den Titel dieser leider bisher nicht realisierten Altersorganisation hat er lange nachgedacht. Ältere Menschen richtig anzusprechen ist ja bekanntlich gar nicht so einfach – das zeigen nicht zuletzt die Diskussionen um Alterssendungen am Fernsehen. Heiner Gautschy schwebte etwas vor in der Art der amerikanischen Seniorenzeitschrift «Modern Maturity»: ein Begriff, der etwas ausstrahlt von dem, wie sich viele gesunde ältere Menschen heute fühlen, und der übrigens für den passionierten Jungesellen in seiner schön gelegenen kleinen Wohnung in der Zürcher Altstadt als Charakterisierung sehr gut passen würde. – Da bleibt eigentlich nichts, als zu hoffen, mit 78 einmal selber so vif und beweglich zu sein wie Heiner Gautschy und mit solchem Interesse am Geschehen rundherum, in der Schweiz, aber auch im Ausland teilzuhaben. Und dann sagt er erst noch, er habe keine Hobbys und betreibe keinen Sport ...

Eva Nydegger



Foto: kl

Helen Issler:

«Altersfragen gehen alle etwas an»

Am Schweizer Fernsehen gibt es keine Alterssendungen mehr. Warum das so ist und warum das Fernsehen meint, damit sein treuestes Publikum nicht zu vernachlässigen, sondern ebenso ernst zu nehmen wie alle anderen Zuschauer auch, erläutert im folgenden Gespräch Helen Issler, «Schweiz aktuell»-Sendeleiterin und seit gut einem Jahr auch stellvertretende SF DRS-Chefredaktorin.

Frau Issler, macht das Schweizer Fernsehen genug für seine älteren Zuschauer?

Ja, aber das Schweizer Fernsehen macht grundsätzlich kein altersbezogenes, sondern ein Mehrheitsfernsehen in einem föderalistischen, vielfältigen Land, und mit dieser Devise haben wir Erfolg.

Wie messen sie diesen Erfolg?

Mit Zuschauer- und Benotungszahlen. Ich bin zwar davon überzeugt, dass es falsch wäre, bei jeder Sendung das ganze Publikum anzusprechen. Doch auch die sonntägliche «Sternstunden»-Sendung erreicht mit hochstehenden Kulturbeiträgen ein ganz beachtliches Publikum, und «Tagesschau», «Schweiz aktuell» sowie «10 vor 10» erreichen die Hälfte und mehr. Bei diesen Sendungen spielt das Alter überhaupt keine Rolle.

Was heisst «die Hälfte»?

Das bedeutet, dass «die Hälfte» aller Leute, die gerade Fernsehen schauen, Fernsehen DRS eingestellt haben. Wenn «Schweiz aktuell» läuft, so sind es 52%. Das ist für die Schweiz mit vielen fremdsprachigen Einwohnern sehr viel.

Wir wissen, dass «Schweiz aktuell» viele interessante und wichtige Altersthemen bringt. Aber das Konzept des «Mehrheitsfernsehens» wird ja mit «Lipstick» oder «Zebra» auch nicht konsequent eingehalten.

«Lipstick», als ausgesprochene Frauensendung, ist eine der ganz wenigen Zielgruppensendungen, weil heute immer noch Frauen im öffentlichen Leben generell zu kurz kommen. Anders verhält es sich bei Sendungen für junge Zuschauer, die deren eigene Jugendkultur berücksichtigen. Das gehört zu unserem erzieherischen Auftrag, denn Jugendliche verstehen vielleicht eine «Sternstunden»-Sendung und die «Tagesschau» nicht.

Gerade der «Treffpunkt» hat aber diese generationenübergreifende Aufgabe doch sehr gut erfüllt, wie die vielen Leserschriften von jüngeren Zuschauern immer wieder bewiesen haben ...

... doch gerade der «Treffpunkt» wurde nur von etwa 10% aller Fernsehschauenden beachtet. Das liegt nun überhaupt nicht an Gertrud Furrer und Eva Mezger, die ihn gestaltet haben ...

... sondern?

Es liegt daran, dass der «Treffpunkt» als Seniorensendung eben eine «Gettosendung» gewesen ist, die zu einer denkbar schlechten Zeit gesendet wurde.

Warum?

Wir können als Fernsehen doch nicht mit einer nur schwach beachteten Sendung unser Hauptabendprogramm kaputt machen! Und der Beweis dafür, dass der «Treffpunkt» eine schwach beachtete Sendung war und es auch zur Hauptsendezeit gewesen wäre, ist, dass die relativ wenigen Leute, die überhaupt um vier Uhr nachmittags Fernseh schauten, zu 90% andere Sender eingestellt hatten. Das liegt ganz sicher auch daran, dass die Beratungsfunktion heute nicht mehr durch das Fernsehen übernommen werden kann, denn die Probleme sind zu vielfältig, als dass sie für eine Mehrheit gerecht dargestellt werden können. Fernseh machen ist etwas enorm Teures, und wenn man dafür schon so viel Geld ausgeben muss, dann tun wir lieber etwas Rechtes für viele Zuschauer als etwas Halbhatziges nur für wenige!

Wie wäre es aber mit einem guten Nachfolgeprogramm, das ältere wie jüngere Zuschauer anspricht und Themen wie den Umzug ins Altersheim, Erbschaftsfragen, das Zusammenleben unter einem Dach, Partnerschaft ohne Trauschein im Alter, Alleinsein nach der Lebensmitte, Alterskrankheiten und Gesunderhaltung im Alter, Mode und Kosmetik für die ältere Generation, Sex im Alter, Reisen für ältere behinderte Menschen usw. beinhaltet?

Sie zählen kein einziges Thema auf, das wir nicht wiederholt in allen unseren Sendegefässen, vor allem in «Schweiz aktuell», aber auch in «Puls» und «Kassensturz» und anderen behandeln. Das sind allgemeine gesellschaftliche Probleme, die alle etwas angehen. «Sex im Alter», um nur ein Beispiel zu nennen, ist sowohl in «Quer» wie auch im «Zischtigs-Club» Thema gewesen. Ich sage es hier mit aller Vehemenz: Ich fände es gesellschaftlich grundfalsch, eigene «Alters-» oder «Seniorensendungen» zu programmieren, denn eines unserer Probleme ist ja genau das, dass der Dialog zwischen den Generationen zu wenig stattfindet.

Kann es nicht sein, dass der «Treffpunkt» eine Lücke hinterlässt, die durch eine gut gemachte Nachfolgesendung, die

vielleicht «Generationenbrücke» hiesse und sich an ein breiteres Publikum richtet, wieder aufgefüllt werden könnte?

Ich bezweifle diese Lücke! Wenn wir Sendungen über Hüftgelenkoperationen oder über Prostataentzündungen machen, so ist es ja klar, dass diese sich vorwiegend an ältere Menschen richten. Nur sollen jüngere Zuschauer nicht dadurch ausgeschlossen werden, dass man das entsprechend deklariert. Die Folgen eines Zielgruppenfernsehens wären, dass man dann überall immer wieder dieselben und sich gegenseitig konkurrenzierenden Diskussions- und Talkshow-Sendungen sähe, bis es langweilig würde, und dass das Mehrheitspublikum das Fernsehen bezahlen müsste, das immer nur Minderheiten interessiert. Fernsehen ist eben ein oberflächliches und auch und vor allem unterhaltendes Medium. Doch wenn man das gescheit macht, dann kann man ein grosses Publikum auch für schwierige und ernsthafte Themen gewinnen.

Fernsehdirektor Peter Schellenberg sagte am 21. Dezember 1995 im «TR7», dass das Bedürfnis nach Seniorenratgebersendungen nicht gross sei. Dem steht aber das Ergebnis einer Coop-Umfrage vom Januar 1993 entgegen. Sie besagt, dass 71% aller Altersgruppen Seniorensendungen für wichtig halten. Bei den über 65jährigen sind es gar 88%.

Mit Umfragen kann man alles beweisen, je nachdem, wie man sie macht. Uns stehen ganz andere Zahlen darüber zur Verfügung, die von der Universität Bern erhoben wurden.

Was zeigen diese Zahlen?

Sie zeigen, dass das Bedürfnis nach Seniorensendungen nicht grösser ist als dasjenige nach Erziehungssendungen, die sich viele Mütter in einer bestimmten Phase wünschen. Und die Vier-Uhr-Rätsel, die heute im TAF-Fernsehen kommen, ziehen fünfmal mehr Zuschauer an als der «Treffpunkt» früher um genau dieselbe Zeit.

Was zeigt Ihre Umfrage noch?

Auch Altersthemen tauchen auf, aber sehr weit hinten. Spitzenreiter beim älteren Publikum sind Ferne Länder, Reisen, Tiere, Volkstümliches und Unterhaltung; allgemeine Wissens- und Informationssendungen und natürlich die politischen Magazine, das Wetter und der Sport.

Somit ist klar, dass es keine Seniorensendungen mehr geben wird. Bedeutet dies, dass Zuschauer, die sich für Themen rund um das Älterwerden interessieren, konstant Fernsehen schauen müssten, weil diese Themen jetzt eben überall und jederzeit zu finden sind?

Das ist bei allen Themen so. Doch Schwerpunktsendungen wie eine «Alterswoche» auf «Schweiz aktuell» werden immer mit ganz grosser Public Relations und vielen Vorinformationen angekündigt, im Fernsehen selbst und auch in der Tages- und Fernsehpresse – und die muss man halt einfach lesen.

Damit gestehen sie natürlich allen Zuschauern zu, dass sie sich im Programm-dschungel gut zurechtzufinden wissen.

Und in «Schweiz aktuell» kriegen wir immer wieder Komplimente, weil es uns dort gelingt, alte Menschen in einer ganz natürlichen Sprache anzusprechen, so dass sie sich als Menschen wirklich für voll genommen fühlen.

So bleibt als Fazit: Fernsehen als relativ oberflächliches Unterhaltungs- und Informationsmedium für alle Zuschauer kann nicht alle einzelnen Bedürfnisse befriedigen, sondern muss sich immer nach der Mehrheit richten. Dafür erfahren fast alle Zuschauer von den wichtigen Problemen und Zeitfragen.

Interview:

*Franz Kilchherr und
Marcel Kletzhändler*

Auf der Jagd nach Einschaltquoten

«Die Konzessionen an die Wirtschaft sind heute am Programm direkt ablesbar. Dem werberischen Stereotyp (young, beautiful and sexy) wird auch in den einzelnen Sendegefässen nachgelebt. Alle Sendungen müssen äusserlich jung und dynamisch wirken. – Was resultiert aus der Jagd nach Einschaltquoten? Sendungen ohne Ecken und Kanten, im Grunde langweilige Programme, die sich von denjenigen der restlichen Anbieter kaum unterscheiden.»

Anne-Marie Korn, Publistet AG, an der Tagung «Junges Fernsehen – alte Zuschauer» vom 28.11.95 in der Paulus-Akademie, Zürich.