

„Magische Kräfte oder fauler Zauber?“ MA HSH-Medienwerft zu Esoterik und Astrologie im Fernsehen

Norderstedt, den 27. November 2008 - Die Vielzahl astrologischer und esoterischer Beratungsangebote im Fernsehen hat die MA HSH zum Anlass genommen, das Format auf der MA HSH-Medienwerft öffentlich diskutieren zu lassen. Was macht den Reiz dieser vermeintlichen Beratungsangebote aus? Welche Motivation treibt die Anbieter? Wie sieht es mit der Kostenkontrolle aus? Nur einige der Fragen, mit denen sich die Podiumsteilnehmer unter der Moderation der Chefredakteurin der taz, Bascha Mika, auseinandersetzen.

In einem Impulsreferat wies die Geschäftsführerin des Trendbüro, Hamburg, Birgit Gebhardt darauf hin, dass in einer sich wandelnden Gesellschaft das Interesse an Spiritualität, Esoterik und Astrologie zugenommen habe. Ein Markt hierfür sei daher durchaus vorhanden. Allerdings werde die deutsche TV-Spiritualität vorwiegend von (Ex)Pastoren, Psychologen, Magiern, Künstler-Exoten, Moderatoren oder Abzockern bestritten. Der Fernsehmarkt werde daher dominiert von Pay-for-service-Esoteriksendern, fiktionalen Mysteryserien und Magierunterhaltungsshows. Gerade bei kostenpflichtigen Beratungsangeboten komme es dabei teilweise zu bedenklichen Auswüchsen. Als Beispiele nannte Gebhardt einen Energieausgleich durch kostenpflichtigen Anruf, bei dem bis zu 30 € zu zahlen waren. Gerade durch die verständnisvollen Experten in derartigen Beratungsangeboten bestünde für labile Menschen in Lebenskrisen eine Gefahr. Bedenklich sei, dass Inkompetenz selbst bei gravierenden Problemen nicht eingeräumt und bei durchscheinenden schweren persönlichen Problemlagen verantwortungslos agiert werde. An seriösen Angeboten in diesem Bereich fehle es demgegenüber.

Für Michael Allgeier, astrologischer Berater und Verleger, haben die meisten Astroformate im Fernsehen mit seriöser Astrologie nichts zu tun. „Das ist wie mit dem Tageshoroskop in der Zeitung, das Journalisten schreiben. Die kann auch niemand ernst nehmen.“ Den Zuschauern müsse daher klar sein, dass sie von derartig unseriösen Angeboten nichts erwarten dürften. Gegen den Vorwurf der Abzocke wehrte sich Tim Schiffers, Vorstandsmitglied von ASTRO TV und der Questico AG in Berlin. Dass Menschen in Lebenskrisen ausgebeutet würden, treffe nicht zu, so Schiffers. Er glaube vielmehr an den mündigen Konsumenten. „Es ist die Entscheidung des einzelnen Zuschauers, ob er bei einem Sender anrufen oder eine darüber hinausgehende Beratung in Anspruch nehmen will.“ Im Übrigen dürfe man nicht alle Anbieter über einen Kamm scheren. Sein Unternehmen grenze sich gegen unseriöse Angebote ab, indem es sich selbst Regeln auferlege. So habe man sich beispielsweise verpflichtet, in den Beratungsangeboten keinen Tod vorauszusagen. Auch gebe man keine medizinischen Ratschläge. Zudem bestehe die Möglichkeit, finanzielle Limits für die Kunden einzurichten.

Zweifel daran, ob eine freiwillige Selbstkontrolle wirklich alle Probleme bei astrologischen und esoterischen Beratungsangeboten im Fernsehen lösen kann, äußerte Doris Brocker, Justiziarin der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Letztlich unterlägen derartige Formate keinen besonderen medienrechtlichen Beschränkungen, so dass sie grundsätzlich nicht verboten werden könnten. Umso wichtiger sei, dass die allgemeinen Gesetze, beispielsweise der Verbraucherschutz, eingehalten würden. Vor diesem Hintergrund sei es positiv, dass Astro TV sich in Zusammenarbeit mit den Landesmedienanstalten zu einer Selbstverpflichtung entschlossen habe. Allerdings gebe es immer noch eine Reihe schwarzer Schafe. „Ob die Selbstkontrolle auf diesem Markt dauerhaft funktionieren wird, wage ich zu bezweifeln, weil er so breit gefächert ist“, so Brocker, die sich grundsätzlich für gesetzliche Regeln aussprach. Auf jeden Fall halte sie mehr Transparenz für nötig, um zu einer besseren Kostenkontrolle zu kommen. Der Direktor der Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH), Thomas Fuchs, erklärte: „Die spannende Diskussion hat gezeigt, dass nicht das Thema Astrologie und Esoterik an sich problematisch ist, sondern die mangelnde Qualität der Angebote in diesem Bereich.“

Der Podiumsdiskussion vorausgegangen war ein Bericht des Medienrats über seine Tätigkeit, in dem die stellvertretende Vorsitzende des Medienrats, Frauke Hamann, eine positive Bilanz zog. Die Zusammenführung der beiden ehemaligen Landesmedienanstalten von Hamburg und Schleswig-Holstein zur MA HSH sei erfolgreich abgeschlossen worden. Rund 20 im vergangenen Jahr neu erteilte Zulassungen - davon ungefähr ein Viertel im Fernseh- und drei Viertel im Hörfunkbereich, vorwiegend für Internetprogramme - belegten nicht nur, dass die MA HSH wieder wahrgenommen werde, sondern auch, dass die Medienunternehmen aus Hamburg und Schleswig-Holstein den Weg zur MA HSH fänden und sich dort gut aufgehoben fühlten. Neben den Zulassungsaktivitäten sei der Kinder- und Jugendmedienschutz im Hörfunk und im Fernsehen, zunehmend aber auch im Internet, ein Schwerpunkt der Arbeit der MA HSH gewesen. So seien im Jahr 2008 bislang rund zehn medienrechtliche Verstöße in von der MA HSH zugelassenen Rundfunkprogrammen und über 50 Verstöße gegen den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag im Bereich der Telemedien im Internet festgestellt und geahndet worden. Neben der Sanktionierung einzelner Verstöße setze die MA HSH immer stärker auf die Vermittlung von Medienkompetenz, der nach Auffassung von Hamann effektivsten Form des Kinder- und Jugendmedienschutzes. Hamann erklärte: „Medienkompetenz ist neben der Lesekompetenz eine der Schlüsselqualifikationen in unserer Informationsgesellschaft.“ Im Internet sei Medienkompetenz unverzichtbar, um bei der längst selbstverständlichen und wichtigen Nutzung des world wide web jugendgefährdende Inhalte zu erkennen, von denen es ungleich mehr gebe als bei Radio und Fernsehen. Kinder und Jugendliche sollten aber auch Klarheit über Risiken und Nebenwirkungen haben. „Die *Digital Natives*, die Kinder und Jugendlichen, die mit dem Internet aufgewachsen sind, halten sich so selbstverständlich im Netz auf, wie es älteren Semestern kaum vorstellbar ist.“ Diese Technikkompetenz sage jedoch noch nichts über die Medienkompetenz, an der es vielfach fehle. „Wichtig ist die Vermittlung des Umgangs mit den Spielregeln dieser digitalen Realität. Hier liegt für die nächsten Jahre ein Schwerpunkt der Arbeit der MA HSH“, erklärte Hamann.

Bei Fragen zu dieser Pressemeldung wenden Sie sich bitte an die Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH), Claudia Neumann, Telefon 040 / 36 90 05-20, 0175/3 20 62 39, E-Mail neumann@ma-hsh.de. Weitere Informationen über die MA HSH sind unter www.ma-hsh.de verfügbar.