media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

Monika Bernold

»Aber das heisst nicht, dass sie eine Frauenrechtlerin sind!«: Gegenderte Wissens-Ökonomien im Fernsehen der 1970er Jahre

2014

https://doi.org/10.25969/mediarep/16192

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Bernold, Monika: »Aber das heisst nicht, dass sie eine Frauenrechtlerin sind!«: Gegenderte Wissens-Ökonomien im Fernsehen der 1970er Jahre. In: Andrea Seier, Thomas Waitz (Hg.): *Klassenproduktion. Fernsehen als Agentur des Sozialen.* Münster: LIT 2014 (Medien'welten. Braunschweiger Schriften zur Medienkultur), S. 87–99. DOI: https://doi.org/10.25969/mediarep/16192.

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/

Terms of use:
This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - Share Alike 3.0/ License. For more information see:
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

Monika Bernold

»Aber das heisst nicht, dass sie eine Frauenrechtlerin sind!« Gegenderte Wissens-Ökonomien im Fernsehen der 1970er Jahre

Im Zentrum meines Beitrags steht eine Samstagabend-Familien-Quizshow des Österreichischen Fernsehens (ORF), die bereits in der zweiten Ausgabe vom 8. Dezember 1973 ein veritabler Flop gewesen ist und daraufhin abgesetzt wurde. Die Sparmeisterschaft von Österreich. Ein Familienquiz◂1 war ein wenig erfolgreicher Versuch des ORF, im Samstagabendprogramm eine staatliche Pädagogik des privaten Sparens unterhaltsam und publikumswirksam zu etablieren. Ziel der Show war es, das Auskommen mit dem verfügbaren Einkommen, also das private Haushalten televisuell zu vermitteln und mehr noch, eben dieses für die KandidatInnen und das Publikum sichtbar und kontrollierbar zu machen.

Angesprochen war bereits im Titel der Show, dass es um einen Wettkampf in einer ökonomischen Disziplin, um eine Meisterschaft im Sparen, also im Verwalten einer noch nicht vorhandenen materiellen Fülle im Alltagsleben, ging. Der Titel stellte auch klar, dass es sich um ein nationales Wettkampfprojekt handelte, das televisuell ausgetragen und österreichweit übertragen wurde. Die Idee von Gemeinschaft, die das Fernsehen dabei ganz wesentlich über ein Konsumversprechen als Teilhabe am besseren Leben kommunizierte, habe ich an anderer Stelle für die 1970er Jahre als Prozess des *Fernseh-Nation-Werdens* von Österreich beschrieben (vgl. Bernold 2007). Im Fall der Sparmeisterschaft entwickelte sich die Einübung in ein planerisches Verwalten des Haushaltsbudgets zum nationalen Wettkampfprogramm. In Kooperation mit den österreichischen Sparkassen wurde vom ORF die am sparsamsten wirtschaftende Familie Österreichs gesucht.

Ich werde das Scheitern der Sparmeisterschaft in der Folge als Kode für die Ungleichzeitigkeiten und Widersprüche in der televisuellen Bewirtschaftung des Sozialen der frühen 1970er Jahre lesen. Dies lässt sich besonders gut im Vergleich mit der fast zeitgleich laufenden und überaus erfolgreichen Familien-Quizshow des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in Österreich, in der BRD und der Schweiz, Wünsch dir was (ORF/ZDF/SRG 1969–72) zeigen, die einer grundlegend anderen, vor allem aber widerspruchsfreien ökonomischen und televisuellen Logik folgte.

Aus einer Gegenwartsperspektive ist Die Sparmeisterschaft von Österreich in vielfacher Hinsicht interessant: Zum einen führte Peter Patzak (Kottan ermittelt, AT, ORF, 1976–83), einer der renommiertesten Film- und TV-Regisseure des Landes, Regie. Seine Handschrift zeigte sich in Form von skurrilen Sketcheinlagen, die die gesamte Show durchzogen und auf einer Meta-Ebene die Anliegen der Sendung karikierten beziehungsweise persiflierten. Dennoch oder gerade deshalb funktionierte die Show nicht und wurde, was aus heutiger Perspektive durchaus nachvollziehbar ist, von der zeitgenössischen Kritik als peinlich, uninteressant und langweilig zurückgewiesen. Insbesondere gegen die zweite und letzte Folge im Dezember 1973, auf die ich mich im Folgenden beziehen werde, hagelte es vernichtende Urteile u. a. in der Fernsehzeitschrift *Hörzu*.

Zum anderen ist die Show interessant, weil sie von einer Frau, von der Schauspielerin Maria Schell, moderiert wurde. 1926 in Wien geboren, 1938 in die Schweiz emigriert, war Schell in den 1950er Jahren zu einem der bedeutendsten Stars des deutschen Films avanciert. Im deutschsprachigen Raum der 1960er und 1970er Jahre war es die absolute Ausnahme, dass eine Frau eine Samstagabend-Quizshow alleine moderierte. Anneliese Rothenberger und Catharina Valente hatten ihre eigenen Musikshows, abgesehen davon waren es Männer – eventuell mit weiblicher Assistenz –, die durch die großen Unterhaltungssendungen des deutschsprachigen Samstagabendprogramms führten. Maria Schell nahm in der Show also einerseits die professionelle Position einer Pionierin in der Medienbranche ein, andererseits legte sie die Moderatorinenrolle als paradigmatische Mutterfigur an, die in einer Mischung aus Naivität und Gelehrsamkeit eine unsicher und oftmals peinlich wirkende Kommunikation mit den eingeladenen KandidatInnen und ExpertInnen pflegte. Die Peinlichkeit der Performance der Showmasterin rührte nicht zuletzt aus den geschlechterpolitischen Widersprüchen, die die Dramaturgie und das Konzept der Show wahrscheinlich ungewollt zur Aufführung brachten. Dazu zählten die Adressierung des Anstiegs der Frauenerwerbsarbeit bei gleichzeitiger Konzentration auf Fragen der Haushaltsökonomie, die Thematisierung zunehmender Konsumanreize bei gleichzeitigem Sparauftrag in der Verwaltung des alltäglichen Lebens, emanzipatorische und antifeministische Elemente et cetera.

Sendungen, die sich nicht durchsetzten, so meine Ausgangsthese, verweisen auf Widersprüche und Ungleichzeitigkeiten sowohl in televisuellen Stilen, ideologischen Haltungen wie auch in televisuellen Ökonomien. Flops der Fernsehgeschichte machen Fernsehen als Aushandlungsort sichtbar, in dem verschiedene AkteurInnen und Interessen, ProgrammmacherInnen und Publikum in einem dynamischen und konfliktreichen Prozess der Bedeutungsherstellung begriffen sind. Die österreichische Sparmeisterschaft ist, so möchte ich zeigen,

symptomatisch für eine spezifische, konsumhistorische, medienhistorische und geschlechterpolitische Situation des Übergangs. Die Koordinaten dieses Übergangs waren ökonomisch einerseits durch eine Mangel- und Aufbauökonomie in den Nachkriegsjahrzehnten und andererseits durch die Etablierung einer wohlfahrtsstaatlich grundierten Konsumgesellschaft austro-keynsianischen Zuschnitts in den 1970er Jahren gekennzeichnet. Letztere federte die internationale Ölkrise des Jahres 1973 und die damit verbundenen Konjunktureinbrüche im nationalen Rahmen entscheidend ab. Medien- und institutionshistorisch markierte das Produktionsjahr der Sparmeisterschaft 1973 das Ende einer Periode experimenteller Fernsehgestaltung des ORF in den frühen 1970er Jahren zugunsten eines auf *Objektivität* setzenden Informations- und Bildungsfernsehens. Auf geschlechterpolitischer Ebene vollzog sich ein langsamer Wandel von der traditionellen Familie mit den Positionen Hausfrau und Ernährer hin zu etwas partnerschaftlicheren Lebensmodellen auf der Grundlage zunehmender Berufstätigkeit und wachsender Bildungschancen von Frauen, wie sie in weiterer Folge insbesondere durch die Familienrechtsreform 1975 juristisch fundiert und durch die Frauenbewegung der frühen 1970er Jahre erkämpft worden sind.

Fernsehen, Geld und Geschlecht

Das Konzept der Sparmeisterschaft fokussierte den privaten Konsumraum Familie und thematisierte sowohl das Familieneinkommen wie auch das zumeist von Frauen verwaltete *Wirtschaftsgeld* öffentlich, brachte also vor der TV-Kamera zur Sprache, was gesellschaftlich insbesondere im deutschsprachigen Raum mit einem strategischen Schweigen belegt gewesen war und ist: Geld. Geld ist Medium und Tauschmittel der Ökonomie. Geld setzt Relationen (vgl. Winkler 2004, 56) in erster Linie zwischen denen die es haben und denen die es nicht haben, zwischen Arm und Reich, aber auch zwischen denen die mehr und denen die weniger davon haben. Geld – und damit auch die Relationalität sozialer Differenzierung – war in der Sendung omnipräsent.
Die Sparmeisterschaft war eine Kooperation der österreichischen Sparkassen mit dem ORF. Das Drehbuch schrieb der stellvertretende Direktor der Zentralsparkasse und so sah die Sendung über weite Strecken auch aus. Die Studiobühne in der Wiener Stadthalle war mit dem Sparkassenlogo und überdimensionalen Schilling-Münzen dekoriert, auf denen zum Beispiel der Schriftzug »Republik und Schilling« bildschirmfüllend zu sehen war. Der Punktestand

wurde auf Margeritenblüten angezeigt, die anstelle des Blütenstaubs Ein-Schilling-Münzen zeigten.
Die drei KandidatInnen-Familien aus unterschiedlichen Regionen des Landes wurden zu Beginn durch den Beruf der Väter vorgestellt (Oberstleutnant, technischer Angestellter, Polizist). Die teilnehmenden Familien repräsentierten nicht jene, die kein Auskommen fanden, sondern verkörperten den unteren Rand der Mittelschicht. Soziale Differenzen wurden televisuell über detaillierte Angaben zur Höhe des Familieneinkommens (zwischen 8.500 und 9.500 Schilling) sowie zur Höhe des Haushalts- und Taschengeldes und zur prozentualen Verteilung der Ausgaben für Ernährung, Putzmittel, Kosmetika et cetera kommuniziert. Zu diesem Zweck war während der Vorstellung der Familien eine Familienfotografie und der ausgefüllte statistische Fragebogen zu Ein- und Ausgaben der jeweiligen Familie bildschirmfüllend zu sehen. Diese Daten wurden gleichzeitig durch eine Expertin des Vereins *Gut haushalten* (Dr. Hertha Wohlrab) vorgelesen, die selbige im Vorfeld der Sendung bei den Familien erhoben hatte. In dieser Weise fotografisch und ökonomisch-statistisch erfasste Familiensubjekte traten in der Show im Kampf um effektivere Ausgabenbeschränkung und -verteilung zugunsten zukünftiger Großinvestitionen (Hausbau, Auto, Moped) gegeneinander an. Die dabei abgefragte Sozialtechnik der Selbstkontrolle und Mangelverwaltung wurde insbesondere den Frauen abverlangt und gleichzeitig als besondere Kunst und Kompetenz gefeiert. Die Zuständigkeit für den Haushalt in eine Machtposition umzudeuten hat eine lange diskursive Tradition. Die Rede von der *Macht der Hausfrau*, die ins 19. Jahrhundert zurückreicht und auch in der ersten Frauenbewegung von komplementärfeministischen Ansätzen vertreten worden ist, wurde zum Beispiel in dem Dialog der Showmasterin und der professionellen Expertin des Vereins *Gut haushalten* 1973 reanimiert:

Expertin: Zusammenfassend kann ich sagen, dass in drei Punkten bei allen drei Familien Über einstimmung herrscht: Erstens, dass die Männer im Haushalt handwerklich arbeiten, sie tapezieren, streichen Türen und reparieren Fenster.
Maria Schell: Solche Männer wünschen wir uns alle, ich hab Gott sei Dank auch so einen (lacht).
Expertin: Ja. Und zweitens, dass sie solche Reisen machen, dass das Budget nicht übermäßig belastet ist.
Maria Schell: Also dass sie nicht weiß Gott wo hinfahren.
Expertin: Mmh und drittens stellt sich heraus, dass die Frauen im Wesentlichen die Finanzminister sind.
(Maria Schell lacht laut auf.)
Expertin: Ja, sie führen das Haushaltsbuch und...

Maria Schell: Aber das heißt nicht, dass sie eine Frauenrechtlerin sind?

Expertin: Nein, natürlich nicht. Es ist wichtig zu planen.

Maria Schell: Das heißt es nicht (lächelt). Wir wollen unseren Männern die Führung überlassen. Nur nicht im Haushalt.

Im Fall der Sparmeisterschaft hatte diese televisuelle Ökonomie des Wissens eine gegenderte Dimension. Die Spannung des Wettkampfs sollte sich für das Publikum durch den Test des Wissens der Kandidatinnen-Frauen über das Einkommen ihrer Männer und des Wissens der Kandidaten-Männer über die Ausgaben ihrer Frauen herstellen. Die televisuelle Ökonomie des Wettbewerbs wurde in der Show mit geschlechtsspezifisch kodierten Wissensordnungen des alltäglichen Haushaltens von Mittelschichtfamilien verknüpft, die im Wettbewerb der KandidatInnenfamilien stellvertretend vor- und aufgeführt wurden. Die FernsehzuschauerInnen sahen, was die Männer der KandidatInnenfamilien über das Ausgabeverhalten ihrer Frauen zu wissen glaubten und was die Frauen über das Einkommen ihrer Männer zu wissen glaubten. Nur das Fernsehpublikum sah und wusste daher, wie es *wirklich* gewesen ist.

Im ersten Spiel trugen die Männer in einem überdimensionalen Haushaltsbuch ein, wie viel Prozent des Wirtschaftsgeldes ihrer Meinung nach ihre Ehefrauen durchschnittlich für Ernährung, Reinigungsmittel oder auch für sich selbst ausgaben. Punkte erhielt die Familie, wenn diese Angaben mit den Angaben der Ehefrau übereinstimmten. Das Saal- und das TV-Publikum bekam dabei Einblick in die Höhe der Ausgaben- und Einkommensverteilung der TV-Familien. Für das Publikum sichtbar wurden durch das Quizspiel aber auch geschlechtsspezifische Haushaltsökonomien wie etwa jene, dass die Männer die Ausgaben, die Frauen für sich selbst tätigen, durchgängig höher einschätzten als sie von den Frauen angegeben wurden.

Im zweiten Spiel wurde die Spar-Erziehungsleistung der Mütter in performativer Weise ermittelt. Die Kinder spielten Lebensmitteleinkäufe nach, die Mütter kontrollierten vor der Kamera das ausgegebene Geld und die eingekauften Waren. Im letzten Spiel »Wer hat das Sagen beim Wirtschaftsgeld« wurde die Übereinstimmung in der (Selbst-)Wahrnehmung der privaten Macht- und Geldverhältnisse öffentlich getestet und mit einer Fessl-Studie des gleichnamigen Markt- und Wirtschaftsforschungsinstituts verschaltet, dessen Leiter als Studiogast eingeladen war. Der Experte der Marktforschung berichtete der Showmasterin von einer Studie über die *Frau in Österreich*, die das statistisch erhoben hatte, was die Sparmeisterschaft im Wettbewerbsspiel zum Thema machte: das ökonomische Wissen und die ökonomischen Praktiken der privaten Haushalte. Der Experte berichtete, dass etwa 67 Prozent der befragten

Frauen angaben, dass sie wüssten, wie hoch das Einkommen ihres Mannes sei. Der Experte erläuterte die Beobachtungstechnik der Konsumentenforschung und verweigerte – um Ehestreitigkeiten im gesamten Land zu verhindern – den errechneten Durchschnittswert des *Wirtschaftsgeldes* und die durchschnittliche Ausgabenverteilung desselben zu veröffentlichen.
Wenn Maria Schell im Sinne des staatlichen Erziehungsauftrags, wie er in der Sparmeisterschaft durch den Verein *Gut haushalten* repräsentiert war, nachdrücklich fragte: »Na, sollten die Frauen nicht ein Haushaltsbuch führen?«, so antwortete der Vertreter der Marktforschung: »Unsere Aufgabe ist es nicht, zu bewerten oder vorzugeben, unsere Aufgabe ist es, zu sagen, wie es ist.«
Mit den beiden ExpertInnen in der Sparmeisterschaft verband sich ein gegenderter Modus unterschiedlicher Wissensformen. Der staatlich pädagogisierende Zugriff in Form der Wissensvermittlung bzw. des Wissens um die BürgerInnen, wurde durch die Expertin vom Verein *Gut haushalten* weiblich attribuiert. Dieser Modus der staatlich verordneten Regulation und Selbstbeobachtung der Bedürfnisse hat eine lange, ebenfalls weiblich kodierte Tradition in der Fürsorge oder aber im KonsumentInnenschutz und der KonsumentInneninformation. Die marktvermittelte Vermessung der KonsumentInnen und des Publikums durch das Marktforschungsinstitut hingegen war in der Sparmeisterschaft männlich verkörpert und stellte den Anspruch nicht normierend zu wirken, sondern die ›Wirklichkeit‹ zu kennen, »wie sie ist«.

Televisuelle Ökonomien: Sparen, Wünschen, Wissen

Das Sparen avancierte in den Nachkriegsjahrzehnten zu einer dominanten auch staatlich geförderten Haltung der ÖsterreicherInnen. 1952 wurde der Weltspartag wieder eingeführt, ab 1954 initiierte der Staat das Schulsparen und verankerte 1962 das Sparen juristisch durch das Sparförderungsgesetz. Ein grünes Männchen mit rotem Hut, genannt »Sparefroh«, fungiert seit den 1950er Jahren als populäres Symbol der Spargesinnung der ÖsterreicherInnen. Die Sparmeisterschaft wurde 1973 also zu einem Zeitpunkt gesendet, der international von starken Währungsturbulenzen und der Ölkrise bestimmt war. In Österreich regierten die Sozialdemokraten. Fernsehen war als Effekt und Generator moderner Konsumkultur spätestens ab 1969 und mit der Überschreitung von einer Million Haushalten, die im Besitz eines Fernsehgerätes waren, als Teil der dominanten Alltagsrealität eines großen Teils der Bevölkerung etabliert.
Was Stephen Heath als »displacement of representation from political into economic terms« (Heath 1991, 271) beschrieben und als die wesentlichste gesell-

schaftliche Funktion von Fernsehen bezeichnet hat, bekam allerdings in einer wertekonservativ und katholisch geprägten Kultur nur sehr langsam Kontur. Erst ab Ende der 1960er Jahre wurde das Fernsehpublikum auch in Österreich als *Zielgruppe* definiert.

Die Institutionalisierung der Publikumsforschung durch den ORF fiel in das Jahr 1968 (ORF-Almanach 1969, 169). Erst ab diesem Zeitpunkt wurde Politik zunehmend auch audiovisuell vermittelt und das heißt: nach der Logik des Marktes repräsentiert und gemacht. Im Zentrum der 1970er Jahre stand die Frage nach der Modernisierung von Produktions- und Konsumordnungen, aber auch jene nach Geschlechterordnungen im Kontext eines sozialpartnerschaftlich organisierten Nationalstaats (vgl. Bernold 2007). Obgleich das Publikum in den 1970er Jahren statistisch erfasst und zunehmend im Studio, als Saalpublikum oder auf der Straße gezeigt, befragt und diskursiv hergestellt wurde, blieb es kontingent und unberechenbar – auch dafür ist das Scheitern der Sparmeisterschaft ein Indiz.

Fernsehen produzierte, klassifizierte, selektierte und hierarchisierte ab den 1970er Jahren auch in Österreich zunehmend verschiedene Bedeutungen davon, was soziale und nationale Zugehörigkeit, was Konsum und auch was Fernsehen repräsentierte. Die relative Gleichzeitigkeit der Produktion von Sparmeisterschaft und Wünsch Dir was sind ein Beleg dafür, dass verschiedene Vorstellungen von Wissen, Geld und Zeit im staatlichen Fernsehen mit teils unterschiedlichen Ökonomien zirkulierten und in Aushandlung begriffen waren. Quizshows stellten dabei eine privilegierte televisuelle Form dar, um verschiedene ökonomische Logiken zu visualisieren. Nach den ersten Quizsendungen der 1950er und 1960er Jahre, die auf die Abfrage von Wissen gerichtet und didaktisch angelegt waren, wie Quiz Einundzwanzig (ORF, A, 1958–74) oder Einer wird gewinnen (ARD, D, 1964–66; ORF, A, 1968/69; SRG, CH, 1979–87), brachten verhaltensorientierte Shows wie Wünsch dir was oder eben auch die Sparmeisterschaft die KandidatInnen in Situationen, in denen Verhalten und familiäre Verhaltensabstimmung televisuell getestet wurden (vgl. u. a. Friedrich 1991). Information und Wissen oder das Wissen um die jeweilige Innenperspektive der anderen Familienmitglieder der KandidatInnen bestimmten das Spiel. Wünsch Dir was, das sogenannte ›linke Familienspiel‹ instrumentierte und eröffnete ein Jahrzehnt, in dem die Durchsetzung des sozialdemokratischen Wohlfahrts- und Bildungsstaates die traditionelle klassenspezifisch strukturierte Alltagskultur zunehmend erodierte. Die Medien und insbesondere das Fernsehen generierten und artikulierten diesen gesellschaftlichen Wandel ganz wesentlich mit und konstituierten einen von ideologischen und sozialen Differenzen scheinbar gereinigten dafür aber sozialpartnerschaftlich und par-

teipolitisch regulierten, medialen Raum nationaler Zugehörigkeit. Mit der Ausstrahlung der Serie Ein echter Wiener geht nicht unter (ORF, A, 1975–79) ging in Österreich 1975 erstmals eine Familienserie auf Sendung, in der die Wohnung einer fiktiven Wiener Arbeiterfamilie gezeigt wurde und sich der sozialkritisch aufgeladene Anspruch auf die Repräsentation einer österreichischen *Normalfamilie* jenseits der angestellten Mittelschicht manifestierte. Diese Form der televisuellen Repräsentation einer insbesondere durch ihr Sprachidiom markierten proletarischen Wiener Familie Mitte der 1970er Jahre verweist auf die Konsolidierung eines vorangegangenen Prozesses, der als kulturelle Integration der österreichischen Arbeiterschaft in ein national definiertes »Wir« zu deuten ist (vgl. Bernold 2007). »Die Fernseh-Wettspiele«, schrieb Gilles Deleuze, »haben deshalb einen so großen Erfolg, weil sie die Unternehmenssituation adäquat zum Ausdruck bringen« (1990, 7). Der Übergang von einer am Modell der Fabrik orientierten Disziplinargesellschaft zu einer am Modell des Unternehmens orientierten Kontrollgesellschaft wie Deleuze sie skizziert hat, fand in Wünsch Dir was möglicherweise einen strategischen Ort der Antizipation (vgl. Bernold 2007).

Die nur national produzierte Sparmeisterschaft von Österreich war im Gegensatz zu Wünsch dir Was nicht so sehr am Wunsch und seiner Erfüllung als an dessen Aufschub und planerischer Regulierung orientiert. Im Fall von Wünsch Dir was verschränkte sich die Ökonomie des (Konsum)Wunsches mit dem Diskurs eines psychologischen Selbst- und Familienmanagements (vgl. Illouz 2009). Diese strategische Verbindung von Ökonomie und Psychologie hatte in Kombination mit dem Spektakel der televisuell beobachtbaren und zu bewertenden Selbst-Überwindung der KandidatInnen sicherlich zum vorausweisenden Erfolg der Show beigetragen.

Die Sparmeisterschaft hingegen knüpfte einerseits an eine Ökonomie des Verzichts und (Konsum-)Aufschubs an, wie sie für die 1950er und 1960er Jahre in der Verquickung mit pädagogisch-paternalistischen Diskursen im Fernsehen kennzeichnend gewesen ist. Gleichzeitig aber visualisierte und propagierte die Sparmeisterschaft verschiedene statistische Techniken der Selbstbeobachtung und der Beobachtung des Sozialen in ökonomischen Kategorien. Bei der Vorstellung der KandidatInnen-Familien wurde eine Statistik über die Verteilung der Kinderzahl in Österreich eingeblendet. Die Ein-Kind-KandidatInnen-Familien wurden damit als statistisch repräsentative, heterosexuelle *Normalfamilie* legitimiert. »Das nächste Mal kommen vielleicht die Familien mit den meisten Kindern dran – sie haben noch ein ganzes Jahr Zeit sich zu qualifizieren«, kommentiert Maria Schell an dieser Stelle lachend die biopolitische Interventionsoption des Fernsehens.

Während Wünsch Dir was einen emotional aufgeladenen Initimitäts-Kode der Übereinstimmung der einzelnen Familienmitglieder zum Gegenstand und die innerfamiliäre Kooperation zum Ziel des Wettkampfes machte, der vom Publikum bewertet wurde, orientierte sich die Sparmeisterschaft an einem pädagogisch-kontrollierenden Kode, der die sozialen Differenzen zwischen den Familien wie auch die asymmetrischen und gegenderten Ausgaben- und Einkommensverhältnisse innerhalb der Familien sichtbar und statistisch messbar machte. Anders als bei dem wesentlich erfolgreicheren Wünsch Dir was war der Preis bei der Sparmeisterschaft keine Urlaubsreise sondern ein Jahr Haushaltsgeld.

Wünsch Dir was legte eine Spur zur televisuellen Inszenierung des Tests und damit der Teilhabe bzw. Beteiligung des Publikums (Lichttest), in der es auch wesentlich um eine neue Anordnung des Publikums zum Apparat Fernsehen im Allgemeinen ging. Die Bewertung der KandidatInnen verblieb bei der Sparmeisterschaft demgegenüber in der Hand einer anonymen Jury beziehungsweise bei den beiden eingeladenen ExpertInnen, die die Logik der ökonomisch-pädagogischen Beratung (Verein *Gut haushalten*) und der sozialwissenschaftlich-statistischen Erfassung (Fessl-Institut) repräsentierten. Während Wünsch dir was die Logik von Aktivierung, Partizipation und Sichtbarkeit des Publikums mit Test und Wettbewerb verknüpfte, vermischten sich ausgewählte, neue, televisuelle Gestaltungsformen in der Sparmeisterschaft mit alten an dem Modell der Kontrolle und Normierung orientierten Relationen zum Publikum.

Die konservative Ökonomie der Sparerziehung in Verbindung mit den progressiven Ansagen der Sendung, wie etwa dem Einsatz einer weiblichen Showmasterin, erzeugten deren Widersprüchlichkeit und Uneindeutigkeit. Beide Elemente wurden durch die Sketcheinlagen persifliert und unterlaufen. Maskierte oder verkleidete Männer, die an Bankräuber erinnerten, betraten immer wieder die Studiobühne der Stadthalle, wollten einen Geldkoffer abgeben und wurden von Maria Schell jedes Mal an die Aufnahmeleitung verwiesen oder von Ordnungskräften, die wiederum von berühmten Persönlichkeiten gespielt wurden (z. B. von der Boxerlegende »Hansee« Orsolic), abgeführt. Diese kurzen Einlagen inszenierten das fiktive Einbrechen des Realen in die Realität des Fernsehens und waren damit auch Ausdruck des Übergangs des Fernsehens von der Phase der Selbstverständlichkeit in die Phase der Selbstreflexivität (vgl. Engell 2003). Sie zitierten gewissermaßen auch die Avantgardeperiode des österreichischen Fernsehens, die zwischen 1970 und 1973 bemerkenswerte Film- und Fernsehproduktionen hervorgebracht hatte (vgl. Szely 2005). Im Konkreten zitierten sie ein Fernsehereignis, das nur wenige Wochen zuvor als *LI-*

VE-Krimi und Fernsehexperiment im November 1973 aus der Stadthalle übertragen wurde: Fernsehen zwischen live und Tod.

Der humoristische Einsatz des Bankräubermotivs war die genaue Antithese zur Ökonomie des Sparens, die der pädagogisierenden Dramaturgie der Sendung zugrunde lag. In der Bank befindet sich jenes Medium im Überfluss, an dem es den meisten Menschen mangelt (Schönberger 2001, 40). Der Bankraub ist das dem Sparen genau entgegengesetzte Mittel, um mit diesem Mangel umzugehen.

Das theatrale Spiel mit dem Bankraub und dem Geldkoffer adressierte eine verbreitete kollektive Fantasie der individuellen Umverteilung beziehungsweise des individuellen Eingriffs in die kapitalistische Bewirtschaftung des Sozialen. Fernsehen als Agentur der sozialen Differenzierung persiflierte sich in diesen Sequenzen selbst.

War das Sendekonzept der Sparmeisterschaft in vielen Gestaltungselementen und in Bezug auf die vermittelten Ideologeme eher konservativ angelegt, ironisierten die Liveauftritte von als BankräuberInnen maskierten SchauspielerInnen höchst fortschrittlich und experimentell nicht nur die Aussage der Sendung selbst, sondern darüber hinausgehend das Verhältnis von Fernsehen und Wirklichkeit und auch das in Sparmeisterschaft aufgerufene Zusammenspiel von Geld, Wissen und Macht. Dies ist umso paradoxer, als die ganze Show von den Sparkassen mitproduziert und finanziert wurde. Am Ende der Show trat Otto Schenk, einer der berühmtesten Theaterschauspieler und Regisseure des Landes, als Maria Schell verkleidet auf und brachte den Geldkoffer auf die Bühne, der den Haushaltsgeldgewinn beinhaltete. Das Doppelgängermotiv in Form des *Cross Dressing* revidierte gewissermaßen ironisch am Ende der Sendung die Präsenz einer einzelnen weiblichen Showmasterin durch einen als Frau verkleideten Mann.

Ungleichzeitige Elemente einer medialen Modernität und Konsumlogik verliehen der Show ihre formale, inhaltliche, ideologische und vor allem geschlechterpolitische Uneindeutigkeit. Moderne Gestaltungsmittel wurden mit dem Auftrag der Sparerziehung verknüpft, der in einem normierend paternalistischen Stil in erster Linie durch Frauen vermittelt wurde. Die Logik der Unterhaltungsshow vertrug sich schlecht mit dem Auftrag des nationalen Erziehungsprogramms zum rationalen Einkauf. Eine Frau moderierte erstmals; diese aber positionierte Weiblichkeit überaus konservativ und wurde in der Schlussszene durch ihre performative Verdopplung durch einen als Frau verkleideten Mann gewissermaßen neutralisiert. Eine weibliche Expertin und Akademikerin wurde eingeladen und dazu ermuntert, sich davon zu distanzieren, eine Frauenrechtlerin zu sein.

Die Show fokussierte einen ökonomischen Raum und damit verbundene alltägliche Handlungsweisen (Einkaufen, Mangelverwaltung, Putzen, etc.), die spätestens seit den 1950er Jahren als unbezahlte Arbeit Frauen aller Schichten zugewiesen wurden und der öffentlichen Sichtbarkeit entzogen waren. Dieser ökonomische Handlungsraum war gleichzeitig gesellschaftlich als ›weiblich‹ und ›unbedeutend‹ konnotiert und abgewertet. Die televisuelle Sichtbarmachung der privaten Haushaltsökonomien in konkreten Zahlen bedeutete auch, dass die soziale Ungleichheit geschlechtsspezifischer Arbeits- und Geldverteilung (vgl. Winker/Degele 2009) auf dem Monitor der Fernsehgeräte und gleichzeitig auf dem ›inneren Monitor‹ der ZuschauerInnen erschien. Die televisuelle Propagierung der Veröffentlichung des privaten Haushaltens durch die Sparkassen verfehlte wohl nicht zuletzt deshalb ebenso wie die ökonomisch-statistische Selbst-Erfassung als *homo oeconomicus* ihr Publikum und ihr Ziel.

Das Scheitern der Sparmeisterschaft von Österreich, dieser Spar- und Planungsanleitung im Unterhaltungsformat, verweist auf Brüche und Ungleichzeitigkeiten eines medialen, konsum- und geschlechterhistorischen Wandels. Während Fernsehen in den ›langen‹ 1960er Jahren das Publikum und damit die KonsumentInnen noch großteils über normative Vorgaben adressierte, wurde Fernsehen in den 1970er Jahren nur langsam und keinesfalls linear zu einem Forum flexibler Normalisierung (Winkler 2004, 183f.). 1974 startete die Erfolgsshow der späten 1970er Jahre Am laufenden Band (ARD, D 1974–79). Am Ende jeder Sendung wurden die Konsumgegenstände vor den Augen der KandidatInnen am Laufband vorbeigefahren und die Flüchtigkeit der Warenwelt wurde televisuell darin zur individuellen Chance auf Gewinn umgedeutet. Individuelles Gedächtnis und Merkfähigkeit gegenüber den materiellen Dingen und den televisuellen Informationen selbst waren dabei gefragt und machten Fernsehen zunehmend zu einer Praxis der (Selbst)Beschäftigung mit Waren, Wissen und Wettbewerb. »Ökonomisches Regieren begreift den ökonomischen Menschen als eminent regierbaren, zielt auf eine Art effizienter und dauerhafter Selbstbeschäftigung, in der der Wettbewerb und seine Abwandlungen das Dickicht der sozialen Beziehungen klärt und durchdringt« (Vogl 2009).

Die Grenzen und Widersprüche, insbesondere aber die kontingente Qualität ökonomischen Regierens via Fernsehen sind, so konnte ich zeigen, in den erfolglosen und gescheiterten Produktionen der Fernsehgeschichte, wie etwa der Sparmeisterschaft oftmals klarer zu rekonstruieren wie in ihren erfolgreichen Programmen.

Anmerkungen

01► Die Sparmeisterschaft von Österreich. Ein Familienquiz (AT, ORF, Sendung vom 8. 12. 1973)

Bibliografie

Bernold, Monika (2007) Das Private Sehen. Die Fernsehfamilie Leitner. Mediale Konsumkultur und nationale Identitätskonstruktion in Österreich nach 1955. Münster: LIT-Verlag.

Deleuze, Gilles (1990) Das elektronische Halsband. Innenansicht der kontrollierten Gesellschaft. In: Die Neue Rundschau 3/1990, S. 5–10.

Dhawan, Nikita / Castro Varela, Maria (2011) Soziale(Un)Gerechtigkeit: Kritische Perspektiven auf Diversität, Intersektionalität und Anti-Diskriminierung. Münster: LIT-Verlag.

Engell, Lorenz (2003) Historizität als Medien-Struktur. In: Fernsehgeschichte. Modelle – Theorien – Projekte. Hrsg. v. Joan Kristin Bleicher. Hamburg: Hamburger Hefte zur Medienkultur Nr. 2, S. 23–35.

Engell, Lorenz (2006) Quiz Show. Wissen, Geld, Zeit und die Ökonomie der Wette. In: Ökonomien des Medialen. Tausch, Wert und Zirkulation in den Medien- und Kulturwissenschaften. Hrsg. v. Ralf Adelmann, Jan-Otmar Hesse, Judith Keilbach, Markus Stauff, Matthias Thiele. Bielefeld: transcript, S. 185–207.

Friedrich, Peter (1991) Der Ernst des Spiels. Zur Semantik des Negativen in Quiz- und Gameshows. In: Fernsehshows. Theorie einer neuen Spielwut. Hrsg. v. Wolfgang Tietze & Manfred Schneider. München: Raben, S. 50–80.

Illouz, Eva (2009) Die Errettung der modernen Seele: Therapien, Gefühle und die Kultur der Selbsthilfe. [2008] Frankfurt/M.: Suhrkamp.

ORF-Almanach(1969) Wien: ORF

Schönberger, Klaus (2001) Jeder will doch Geld haben – Bankraub oder Lottogewinn. In: Va Banque. Bankraub. Theorie. Praxis. Geschichte. Hrsg. v. dems. Berlin/Hamburg/Göttingen: Assoziation A, S. 38–57.

Szely, Sylvia (Hrsg.) (2005) Spiele und Wirklichkeiten. Rund um 50 Jahre Fernsehspiel und Fernsehfilm in Österreich. Wien: Filmarchiv Austria.

Vogl, Joseph (2007) Ein Spezialist der Anfänge. Was den ökonomischen Menschen ausmacht. In: Polar. Politik, Theorie, Alltag. Nr. 2, [http://www.polar-zeitschrift.de/polar_02.php?id=79]; letzter Abruf 21. 01. 2013.

Winker, Gabriele / Degele, Nina (Hrsg.) (2009) Intersektionalität. Zur Analyse sozialer Ungleichheiten. Bielefeld: transcript.

Winkler, Hartmut (2004) Diskursökonomie. Versuch über die innere Ökonomie der Medien. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Yuval-Davis, Nira (1997) Gender and Nation. Thousand Oaks: SAGE.