

Hundetraining im TV – über Chancen und Risiken der Quotenhits



SEIT VIELEN JAHREN MACHEN SICH COACHING-FORMATE MEHR ODER WENIGER ERFOLGREICH IM FERNSEHEN BREIT. NEBEN TOP-THEMEN WIE KINDERERZIEHUNG, ABNEHMEN, SCHULDEN UND PARTNERVERMITTLUNG ERFREUT SICH AUCH DAS THEMA HUNDEERZIEHUNG BESTER EINSCHALTQUOTEN. ABER WAS MACHT DEN ERFOLG DIESER SENDUNGEN EIGENTLICH AUS, UND WELCHE AUSWIRKUNGEN HAT TV-HUNDETRAINING AUF HUNDEERZIEHUNG IN UNSERER GESELLSCHAFT? Von Conny Sporrer

In Coaching-Sendungen geht es immer darum, einem Protagonisten einen Experten zur Seite zu stellen, um eine individuelle Problemstellung zu lösen. Was natürlich auch bedeutet, dass TV-Coaches nicht als klassische Berater und Therapeuten der breiten Masse verstanden werden können. Dem einen oder anderen Zuseher ist das durchaus bewusst, er nutzt solche Sendungen eher zur Unterhaltung.

Der Großteil der Zuschauer ist allerdings nicht voyeuristisch motiviert. Dies fand Jürgen Grimm, Kommunikationswissenschaftler der Universität Wien, 2006 in einer Untersuchung heraus. Grimm untersuchte das Fernsehverhalten der Zuseher der „Supernanny“ und stellte fest, dass die Expertin und vierfache Mutter Katia Saalfrank für viele Mütter vor allem Vorbild in Erziehungsfragen sei. Natürlich sollten Menschen, die als Experten im Fernsehen präsentiert werden, diese Kompetenz auch ausstrahlen.

PROFI VS. SCHARLATAN

Auch TV-Hundetrainer vermitteln dem Fernsehpublikum mehr oder weniger Kompetenz, Talent und Feingefühl für ihre Aufgabe. Problematisch wird es allerdings dann, wenn dem Zuseher suggeriert wird, dass die gezeigten Probleme in 50 Minuten zu lösen seien. Ein Hund, der z. B. über lange Zeit hinweg aggressiv gegenüber Artgenossen ist, kann nicht über einen gekonnten Zischlaut, einen Leinenruck oder „positive Energie“ therapiert werden. Es wäre pure Scharlatanerie, das zu behaupten. Was hier oft wie Erfolg aussieht, ist pure Verunsicherung des Vierbeiners, der sich dem handelnden „Profi“ nur aus Hilflosigkeit fügt. Die Idee der Verhaltenstherapie ist es

nämlich immer, das Problem zu lösen, indem man dessen Ursache herausfindet. Verschließt man bei einem Druckkochtopf während des Kochens den Deckel immer fester, wird der Topf irgendwann explodieren. Dreht man die Flamme kleiner oder schaltet sie ab, wird die Gefahr systematisch verhindert. Wendet man bei einem Hund also auch solche kurzfristigen „Wundermittel“ an, wird sich das Problem mit höchster Wahrscheinlichkeit in einer anderen unerwünschten Verhaltensform wiederfinden. Darüber hinaus sollte allen Nachahmern klar sein, dass es für die Mensch-Hund-Beziehung natürlich ein absolutes K.o.-Kriterium ist, Dinge mehr oder weniger gewaltsam zu unterbinden, anstatt erst einmal positive Verhaltensalternativen anzubieten.

Apropos Nachahmung: Obwohl häufig Fälle gezeigt werden, die sich bei vielen Hundehaltern im Alltag wiederfinden, heißt es nicht automatisch auch, den gleichen Trainingsweg nutzen zu können. Gehen Sie mit Bauchschmerzen zum Arzt, bekommen Sie ja auch nicht ein Standardmedikament dafür. Vielmehr geht es darum, zunächst herauszufinden, wo das Problem herrührt. Sie werden genau untersucht, und erst nach einer Diagnose wird ein individueller Therapieweg festgelegt. Ebenso kann es sich beim Hund, der beispielsweise den ganzen Tag bellt, auch um ein vielseitiges Spektrum von Gründen handeln: Überforderung, Langeweile, Angst und so weiter. »



» HUNDETRAINING IM TV SCHAFFT DURCHAUS AUCH BEWUSSTSEIN FÜR ERZIEHUNGSFEHLER DER MENSCHEN



› COACHINGFORMATE SOLLTEN GENERELL IMMER KRITISCH UND MIT VIEL VERANTWORTUNG BETRACHTET WERDEN

Natürlich ist es wichtig, dies dem Fernsehzuschauer in der Sendung wiederholt zu vermitteln. Dennoch sollte jeder mündige Medienkonsument ein Eigenmaß an Verantwortung aufbringen, um TV-Coaching differenziert zu sehen und sich ein eigenes Bild zu machen. Nur weil der Fernsehkoch Salz in den Mürbteig mischt oder ein Personalcoach einem übergewichtigen Teilnehmer eine Radikaldiät verpasst, muss ich dies doch in meinem eigenen Leben nicht automatisch auch tun.

Als verwerflich und bedenklich anzusehen ist es auch, Probleme größer darzustellen, als sie sind, bzw. Menschen und/oder Hunde in Extremsituationen zu bringen, nur um Drama und Quote zu erreichen. Ich bin sicher, dass man jeden Hund in eine Situation bringen könnte, die eine derartige Überforderung für ihn darstellt, dass er übertrieben und unangemessen reagiert. Dies im Fernsehen mit unmündigen Lebewesen zu tun, ist moralisch ab-



› HUNDETRAINING IM TV IST VOR ALLEM DANN VERWERFLICH, WENN HUNDE ABSICHTLICH IN EXTREMSITUATIONEN GEBRACHT WERDEN

solut verwerflich und verstößt darüber hinaus auch gegen das Tierschutzgesetz.

DIE ANDERE PERSPEKTIVE

Trotz aller Diskussionen um die Risiken von Hundetraining im TV, muss man sich aber auch fragen, ob solche Formate nicht auch einen Beitrag leisten. Allein schon, dass Diskussionen zustande kommen, ist ja oft ein erster Schritt für Veränderungen. Noch vor 10 Jahren, Hand aufs Herz, standen wir doch alle noch mit 12 anderen „Hundeführern“ und unserem Hund – mit Kettenhalsband verziert – am „Abrichteplatz“ und haben gelernt, dass man „Sitz“, „Platz“ und „Fuß“ möglichst laut und scharf kommandieren muss. Damals galt das „Abrichten“ noch als Synonym für Hunderziehung, ein Hund der nicht gehorsam war, musste sich unterordnen – von beziehungsbaasiertem Training und positiver Verstärkung gab es kaum eine Spur.

Ich bin überzeugt, dass Hundetraining im Fernsehen dazu beigetragen hat, beim Thema Hundeerziehung über den Tellerand zu schauen und festzustellen, dass es auch andere Wege gibt. Ob man diese geht oder nicht, ist dem Hundehalter ja selbst überlassen. Dennoch hat das Fernsehen, und dies bitte einmal nur positiv betrachtet, auch die Macht, Probleme einer breiten Masse darzustellen und ihr zu zeigen, dass sie in Angriff genommen werden können und lösbar sind. Allein der Wunsch der Öffentlichkeit, mit Problemstellungen aus dem Alltag nicht alleine dazustehen, trägt ja in hohem Maße dazu bei, sich mit eigenen Problemen auseinanderzusetzen. Wie dies passieren soll, liegt, wie das meiste im Leben, im eigenen Ermessen des Menschen.



» IN DER HUNDEERZIEHUNG BEDARF ES VOR ALLEM PRAXISTRAINING

Interview MIT MARTIN RÜTTER

C4D: Woher kommen die im Fernsehen gezeigten Fälle überhaupt?

MARTIN RÜTTER: In der Regel bewerben sich die Leute beim Sender VOX oder bei der Produktionsfirma MINA TV selber, pro Staffel bewerben sich etwa 2.000 Menschen. Das Redaktionsteam wählt die Fälle dann eigenständig aus und achtet bei der Auswahl in allererster Linie darauf, dass sie abwechslungsreich sind. Ich selber treffe die Menschen und ihre Hunde aber erst bei den Dreharbeiten. Mir ist das wichtig, damit die Fälle meinem üblichen Vorgehen entsprechen. Denn in der alltäglichen Arbeit weiß ich über den Kunden vorher ja auch nicht viel und starte mit dem Training direkt bei der ersten Begegnung.

C4D: Wie lange werden die Menschen begleitet? Wird das Training nach der Ausstrahlung weitergeführt?

MARTIN RÜTTER: In der Regel begleiten wir die Fälle 3 bis 6 Monate, in dieser Zeit finden 10–15 Trainingseinheiten statt. Häufig unterstützen mich dabei meine Mitarbeiter, die außerhalb der Drehzeiten mit den Protagonisten trainieren.

C4D: Nach der Ausstrahlung steht es den Menschen dann frei, mit Ihren Trainern weiter zu trainieren – manche nutzen das, manche aber auch nicht. Sind die Erfolge nachhaltig?



MARTIN RÜTTER: Die Erfolge der Sendung sind genauso nachhaltig wie im normalen Leben auch. Jene Menschen, die nach dem Training am Ball bleiben und das Gelernte umsetzen, haben auch nachhaltige Erfolge, diejenigen die nicht weitermachen, haben auch irgendwann ihre Probleme wieder. 90 % der Leute bleiben aber dran.

C4D: Werden auch Fälle gezeigt, die nicht funktioniert haben?

MARTIN RÜTTER: Ja, absolut. Denn wir wollen die Realität zeigen. Und kein Hundetrainer kann seriös behaupten eine Erfolgsquote von 100 % zu haben. Wir hatten auch schon Fälle, wo wir nicht weiterkamen, das lag dann in erster Linie aber nicht an den Hunden, sondern an den Haltern. Denn wie bei jedem Hundetrainer ist es natürlich auch bei mir so, dass nicht jeder Kunde bereit ist, das manchmal mühselige Training auf sich zu nehmen. «