

# **Marienhof - Untersuchungen zu einer populären Daily Soap und ihrer medienübergreifenden Vermarktung**

## **Diplomarbeit**

im Fach Kinder- und Jugendmedien  
Studiengang Bibliothekswesen an öffentlichen Bibliotheken  
der  
Fachhochschule Stuttgart –  
Hochschule der Medien

**Claudia Grimm**

Erstprüfer: Prof. Dr. Horst Heidtmann  
Zweitprüferin: Dr. Ulrike Bischof

Bearbeitungszeitraum: 15. Juli 2002 bis 15. Oktober 2002

Stuttgart, Oktober 2002

## Kurzfassung

Gegenstand dieser Diplomarbeit ist die *Daily Soap* „Marienhof“, die täglich im Fernsehen ausgestrahlt wird. Zuerst konzentriert sich diese Arbeit allgemein auf *Daily Soaps*, deren Entstehung, Konzept und Zielgruppe. Danach auf einen Überblick über die Serie „Marienhof“ mit einer Erläuterung der Inhalte, Hauptfiguren, zentralen Konflikte, eingeschlossen eines kurzen Vergleichs mit den anderen drei deutschen *Daily Soaps*. Eingegangen wird auch noch auf die Marketing-Strategien der Serie, besonders auf die Vermarktung im Medienverbund. Am Ende der Arbeit schließt sich eine Umfrage unter Marienhof-Fans an. Es sollen wichtige Aspekte herausgefunden werden, z.B. ob der Marienhof für die Fans eine Vorbildfunktion darstellt und warum er einmalig ist. Dabei sollen auch eigene Überlegungen mit einbezogen werden.

**Schlagwörter:** *Daily Soap*, Marienhof, Fans, Vorbildfunktion, Medienverbund

## Abstract

This paper discusses the *daily soap* “Marienhof”, which is daily broadcasted in the television. First there is an exact definition of *daily soaps*, its development, its concept and its target group. Furthermore an overview about the serie “Marienhof” with an explanation of the contents, the central characters, the central conflicts, including a short comparison with the other three german daily soaps. In Addition there is an attention on the marketing-strategies of this serie, especially on the multi-media system. At the end of this paper there is a survey around some fans of Marienhof. There should be discovered important aspects, for example if the Marienhof has a function as a model and why it is so unique. Also there should be own reflections included.

**Keywords:** *daily soap*, marienhof, fans, function as a model, multi-media system

# Inhaltsverzeichnis

<b>Kurzfassung .....</b>	<b>2</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>2</b>
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>3</b>
<b>Einleitung .....</b>	<b>5</b>
<b>1     <b>Allgemeines zu <i>Daily Soaps</i></b> .....</b>	<b>6</b>
1.1    Definition <i>Daily Soap</i> .....	6
1.2    Entstehung der <i>Daily Soap</i> .....	6
1.3    Konzept und Aufbau der <i>Daily Soap</i> .....	9
1.4    Zielgruppe .....	12
<b>2     <b>Serie „Marienhof“</b> .....</b>	<b>16</b>
2.1    Inhalte der Serie .....	16
2.2    Hauptfiguren .....	20
2.3    Zentrale Konflikte .....	21
2.4    Entwicklung und Entstehung der Serie .....	22
2.5    Vergleich mit anderen <i>Daily Soaps</i> – Unterschiede .....	25
2.6    Einschaltquoten der Serie .....	32
<b>3     <b>Vermarktung der Serie</b> .....</b>	<b>34</b>
3.1    Medienübergreifende Vermarktung .....	34
3.2    Marketing-Strategien .....	34
3.3    Vermarktung im Medienverbund .....	36
3.4    Bavaria Sonor .....	37
3.5    Produktion der Serie .....	38
<b>4     <b>Produkte rund um die Serie</b> .....</b>	<b>40</b>
4.1    Bücher .....	40

Inhaltsverzeichnis	4
4.2 Zeitschriften, Fanclubs, Tonträger .....	41
4.3 Weiteres Fanmaterial .....	43
<b>5 Interviews mit Nutzern .....</b>	<b>45</b>
5.1 Interviewpartnerinnen und Durchführung der Umfrage .....	45
5.2 Auswertung der Umfrage .....	45
<b>Nachwort .....</b>	<b>66</b>
<b>Anhang A: Fragebogen.....</b>	<b>68</b>
<b>Anhang B: Einschaltquoten 1999 - 2002.....</b>	<b>70</b>
<b>Quellenverzeichnisse .....</b>	<b>71</b>
Literaturverzeichnis .....	71
<b>Fragebogenverzeichnis .....</b>	<b>74</b>
<b>Erklärung .....</b>	<b>75</b>

Bedanken möchte ich mich an dieser Stelle bei allen Fans, denn ohne deren Unterstützung hätte ich die Umfrage nicht so umsetzen können, wie ich es gemacht habe. Auch einen herzlichen Dank an Herrn Professor Dr. Heidtmann, der mich während der drei Monate sehr kompetent betreut hat. Ebenso möchte ich mich bei Frau Brandt von Bavaria Sonor bedanken, die mir umfangreiche Materialien kostenlos zur Verfügung gestellt hat und mich dadurch ein großes Stück weitergebracht hat. Mein Dank geht genauso an Frau Schwan von der ARD, die mir freundlicherweise wichtige Einschaltquoten zugänglich gemacht hat. Sehr gerne bedanken möchte ich mich noch bei Herrn Bender für das Korrekturlesen. Und natürlich auch noch ein großes Dankeschön an meine Familie und Freunde, da sie meinen dreimonatigen, intensiven Soapwahnsinn so akzeptiert haben wie er war.

## Einleitung

Heutzutage sind *Daily Soaps* ein wichtiger Bestandteil des täglichen Fernsehprogramms. In den letzten Jahren ist dieses Serienformat immer stärker auf den Markt gekommen und ist auch nicht mehr davon wegzudenken.

„Gute Zeiten, schlechte Zeiten“, „Verbotene Liebe“ oder auch „Marienhof“ – dies sind nur einige wenige der erfolgreichen Serien, die unsere Bildschirme erobert haben.

Und genauso haben sich dazu Fangemeinden gebildet, die ihre Serien Tag für Tag anschauen. Und es zeigt sich, dass die meisten der Fans dieses Serienformats weibliche, jüngere Zuschauer sind, die davon positiv angesprochen werden.

Aber was macht für die Zuschauer das Besondere gerade an der *Daily Soap* „Marienhof“ aus? Durch was werden sie angesprochen, was überzeugt sie, gerade diese *Daily Soap* mit einer unglaublichen Begeisterung anzuschauen?

Dies möchte ich versuchen mit dieser Arbeit herauszufinden.

# 1 Allgemeines zu *Daily Soaps*

## 1.1 Definition *Daily Soap*

Übersetzt bedeutet der Begriff „*Daily Soap*“ „Seifenoper“<sup>1</sup>. Man spricht gleichzeitig auch von der *Soap Opera*, oder einfach nur der *Soap*.

Darunter versteht man einen in den USA entstandenen Hör- oder Fernsehspieltyp mit einem banal-familiären Charakter, also eine meist täglich gesendete Familienserie, die sich bevorzugt an eine weibliche Zielgruppe richtet<sup>2</sup>. Finanziert wurde sie ursprünglich von der Waschmittelindustrie. Es werden dabei konfliktnahe Geschichten aus dem Alltag von Frauen dargestellt, wobei die Handlungen oft von Klischees beherrscht sind<sup>3</sup>. Meist geht es auch um Liebe, Liebeskummer, Leid oder Leidenschaft<sup>4</sup>.

## 1.2 Entstehung der *Daily Soap*

Die Wurzeln der *Soap Opera* liegen in den USA<sup>5</sup>. Ursprünglich waren diese Serien im Tagesprogramm des US-amerikanischen Rundfunks zu finden und sind auch auf dessen erfolgreiche Programmstrategie zurückzuführen. Dieser hatte um 1930 begonnen, die Serien so zu platzieren, dass damit die weiblichen Zuhörer und unter ihnen speziell die Hausfrauen als Zielgruppe zwischen den Werbeblöcken von Seifen-Multis angesprochen werden<sup>6</sup>. Denn dies war die Zielgruppe, die am wichtigsten für die Seifenprodukte und -werbung war, da sie von ihr auch benutzt wird. Die Waschmittel- und Seifenfirmen waren meist auch die Sponso-

---

<sup>1</sup> PONS: Wörterbuch für Schule und Studium, 3. Auflage, 1998

<sup>2</sup> [www.wissen.de](http://www.wissen.de)

<sup>3</sup> [www.brockhaus.de](http://www.brockhaus.de)

<sup>4</sup> Krützen, Michaela: Daily Soaps. Ein Arbeitsheft zur Analyse von Soap Operas, Köln, 1998, S. 4

<sup>5</sup> Koukollı, Anastasia: Jugendkonzepte in Vorabendserien, Berlin, 1998, S. 49

<sup>6</sup> [www.encarta.msn.de](http://www.encarta.msn.de)

ren und Produzenten der Serien, denn durch deren Werbung waren diese Programme erst möglich. Daher stammt auch der Name „Soap“.

Im Jahr 1929 wurde vom Radiosender *NBC* die erste tägliche Seifenoper namens „*Amos ´n´ Andy*“ ausgestrahlt. Auf diese Seifenoper folgten weitere andere wie Agenten- oder Westernfilme, die von den Zuschauern mit Begeisterung verfolgt wurden<sup>7</sup>.

Die Seifenhersteller *Procter & Gamble* sowie *Colgate Palmolive* begannen 1929 die ersten Seifenopern in den Radios auszustrahlen und sie für ihre eigene Werbung zu nutzen<sup>8</sup>. Gerade *Procter & Gamble* sorgte dafür, dass der Begriff *Soap Opera* geboren wurde. Er war sozusagen eine Art Spitzname.

Der Erfolg dieser Serienart hat nun begonnen und entwickelte sich zunehmend.

Auch wurden erste empirische Studien über *Soap Operas* durchgeführt, hauptsächlich Ende der 30er-Jahre. Diese Studien beinhalteten wichtige Fragen zur Zusammensetzung des Publikums und zur Wirkung auf die Zuschauer<sup>9</sup>. Diese beiden Bereiche waren also bereits in den Anfangsjahren ein zentraler, wichtiger Punkt.

Mit zunehmender Anzahl der Seifenopern stiegen auch gleichzeitig die Einschaltquoten der Serien, sowie die Verkaufszahlen des Waschmittels, für das geworben wurde.

Nun war also endgültig der Begriff Seifenoper geboren.

Da auch die Popularität des Fernsehens immer mehr zunahm, überlegte man, dieses Konzept für das Fernsehen zu übernehmen. Für die meisten Forscher im Bereich der Fernsehsoaps begann die eigentliche Ära am 3. September 1951, als zum erstenmal die *Soap Opera* „*Search for Tomorrow*“ gesendet wurde<sup>10</sup>.

---

<sup>7</sup> Koukollı, Anastasia: Jugendkonzepte in Vorabendserien, Berlin, 1998, S. 51

<sup>8</sup> [www.ard.de](http://www.ard.de) (ABC der ARD)

<sup>9</sup> Koukollı, Anastasia: Jugendkonzepte in Vorabendserien, Berlin, 1998, S. 54

<sup>10</sup> Koukollı, Anastasia: Jugendkonzepte in Vorabendserien, Berlin, 1998, S. 54

In den 50er-Jahren konnte man immer mehr Sendungen im Tagesprogramm des US-Fernsehens sehen, die mittels der Waschmittel- und Seifenwerbung gesponsert wurden.

Zu Anfang der 50er-Jahre entstand ein neuer Trend – die *Daily Soap*. Die täglich gesendeten Serienformate haben die Bildschirme erobert und ihre Anzahl stieg deutlich an. Der Wechsel ins TV-Programm wurde immer sichtbarer. Die Ausstattung der amerikanischen Haushalte mit Fernsehgeräten nahm auch zu, was der Beliebtheit der *Soaps* auch noch förderlich war.

In den 70er-Jahren hat man neue Strategien erarbeitet, um die Zuschauerzahlen nochmals zu erhöhen, also die *Soap* zu modernisieren und attraktiver zu gestalten<sup>11</sup>. Das Budget wurde erhöht und die technische Ausstattung verbessert. Die Geschichten wurden erweitert, indem auch Beziehungen freizügiger dargestellt wurden, dabei sollten nie gültige Wertevorstellungen kritisiert werden.

Auch sind immer mehr erfolgreiche Serien der US-Programme nach Deutschland geschwappt. Dieser gesamte Boom ist zu Anfang der 90er-Jahre wieder etwas abgeflaut, denn es kam eine neue in Deutschland produzierte Soap-Generation auf. Vor allem die „Lindenstraße“ sowie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ kamen groß auf den deutschen Fernsehmarkt. Nach dem Start kam es auch hier zu einem Boom der Serien. An sich ist die *Soap* eine Fortsetzungsserie, da ihre einzelnen Folgen offen sind und auch endlos erzählt werden können.

Heute kann man sich die *Soap* gar nicht mehr vom Bildschirm wegdenken und die Fans der Serien nehmen kontinuierlich zu.

In Deutschland produziert die Grundy UFA TV Produktions GmbH fast alle der zur Zeit laufenden deutschen *Soaps*, wie z.B. „Verbotene Liebe“, „Marienhof“, „Unter Uns“ oder „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“. Gerade die letzt genannte ist keine eigene deutsche Produktion, sondern baut auf das australische Vorbild „*Restless Love*“ auf<sup>12</sup>, ist aber die erste

---

<sup>11</sup> [www.encarta.msn.de](http://www.encarta.msn.de)

<sup>12</sup> Fahr, Andreas; Zubayr, Camille: Fernsehbeziehungen: Vorbilder oder Trugbilder für Jugendliche? München, 1999, S.34

deutsche Daily Soap. Genauso ist „Verbotene Liebe“ keine deutsche Produktion, da sie von der australischen Daily „*Sons and Daughters*“ abstammt<sup>13</sup>.

### 1.3 Konzept und Aufbau der *Daily Soap*

Die erste Seifenoper, die speziell für das Fernsehen produziert wurde, war 1950 die Serie „*The First Hundred Years*“, die immerhin ganze zwei Jahre lief. Ein Jahr später startete „*Search for Tomorrow*“, sowie „*Love for Life*“. Die beiden zuletzt genannten hielten sich sogar ganze 35 Jahre im Programm<sup>14</sup>. Wichtig war bei den Serien von Anfang an, dass die Länge der einzelnen Folgen 30 Minuten betrug, sowie dass immer hausfrauenorientiert produziert wurde, da dies ja die Hauptzielgruppe war.

Auch hatte man damals gesagt, eine *Daily Soap* zeichne sich dadurch aus, dass deren Ende nicht geplant ist, so lange die Zuschauer und auch die Werbewirtschaft an einer Fortsetzung interessiert sind. Gerade die Werbewirtschaft, um auch die Werbetrommel für die eigenen Produkte zu rühren.

Diese Endlosigkeit ist auch in unserer heutigen Zeit immer noch wichtig und wird bei den Konzepten der einzelnen Serien stark berücksichtigt. Das Ende einer Geschichte geht immer in die Nächste über. Oft wird dabei eine Harmonie erreicht, so erscheint es dem Zuschauer. Diese Harmonie ist nur ein vorübergehender Zustand, die nächste Katastrophe folgt meist sehr schnell<sup>15</sup>. Dies sind oft Schicksalsschläge oder auch Krisensituationen, die ineinandergreifend gut dargestellt werden können.

Um solche Katastrophensituationen so attraktiv wie möglich darzustellen, werden auch meist solche erfunden, die oft etwas überzogen erscheinen, damit für den Zuschauer die Handlung der Serie noch spannend genug bleibt. Denn in den meisten *Daily Soaps* haben die Schauspieler durch

---

<sup>13</sup> Göttlich, Udo; Krotz, Friedrich; Paus-Haase, Ingrid (Hrsg.): *Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen*; Opladen, 2001, S. 37

<sup>14</sup> [www.encarta.msn.de](http://www.encarta.msn.de)

<sup>15</sup> Götz, Maya: *Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen*, München, 2002, S. 16

den hohen Zeitdruck in der Produktion wenig Zeit, eine Rolle gut auszuspielen. Aber man sieht durch die hohen Einschaltquoten, dass die Serien trotzdem angenommen werden.

Auch die „*Prime-Time-Soaps*“ haben sich entwickelt. Sie wurden so genannt, da sie zur besten Sendezeit ausgestrahlt wurden, wie „*Dallas*“ oder „*Denver Clan*“<sup>16</sup>. Sie waren sehr attraktiv und wurden vom Publikum gut angenommen.

Seit den frühen neunziger Jahren sind die Entwicklung und Attraktivität der einzelnen Charaktere immer bedeutender geworden<sup>17</sup>. In Deutschland sind auch immer stärker die *Daily Soaps* auf den Markt gekommen. Denn durch die tägliche Ausstrahlung einer Episode kam es zu einer höheren Zuschauerbindung und auch einer höheren Zuschaueridentifikation. Viele dieser *Daily Soaps* im deutschen Fernsehen wie z.B. „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ wurden für ihre Fans zu einem richtigen Kult.

Auch wurden die erfolgreichen US-Serien weltweit immer berühmter und wurden zunehmender ins Ausland exportiert.

Auch die Werbewirtschaft hat von diesem erfolgreichen Konzept gehört und dementsprechend reagiert. Sie investiert nun sehr stark in die Fernsehwerbung. Denn der Bereich der Serien stellt das werbefreundlichste und konsumfreudigste Umfeld dar. Und dies hat die Werbewirtschaft sehr schnell begriffen.

Gerade die Zusammensetzung der Zielgruppen ist bei der Konzeption einer Serie sehr wichtig. Um zu überprüfen, ob eine Serie von der gewünschten Zielgruppe angenommen wird, werden großangelegte Marktanalysen sowie Programmforschungen durchgeführt. Denn eine Serie zu produzieren ist sehr teuer. Es wird nur investiert, wenn die Einschaltquoten stimmen, also die Zielgruppen erreicht wurden und Erfolge eingetreten sind. Die Platzierung im Programm oder die Fortsetzung ist ganz allein vom Zuschauerinteresse abhängig.

---

<sup>16</sup> [www.encarta.msn.de](http://www.encarta.msn.de)

<sup>17</sup> [www.encarta.msn.de](http://www.encarta.msn.de)

Dafür werden die Einschaltquoten von der Gesellschaft für Konsumforschung ermittelt. Dieser Dienstleister ermittelt im Geschäftsfeld „Medien“ die Sehbeteiligung von Zuschauern bei Fernsehprogrammen. Dadurch werden wichtige Informationen gewonnen, z.B. wie hoch die Sehbeteiligungen oder Marktanteile einzelner Programme sind<sup>18</sup>.

Allgemein kann man sagen, dass in *Daily Soaps* Geschichten über einen längeren Zeitraum erzählt werden. In den allermeisten Fällen geht es darum, aufgetretene Probleme zu lösen. Man bespricht die Probleme gemeinsam und Lösungen werden gefunden<sup>19</sup>. In manchen Fällen kann dies einige Folgen dauern, aber die Fans bleiben trotzdem dabei.

Es können auch andere Themen und Geschichten integriert werden, wie z.B. Intrigen. Bei Familiengeschichten werden auch negative Aspekte angesprochen, wie das Scheitern einer Familie. Die Familie versucht auch in Zeiten der Not zusammenzuhalten und Probleme gemeinschaftlich zu lösen.

Bei zwischenmenschlichen Beziehungen ist es meist so, dass der richtige Partner gesucht wird, was oft einige Folgen dauern kann.

Es dreht sich hier auch vieles darum aufgetretene Probleme zu lösen. Also ist die vorübergehende Harmonie eingetreten, die aber schnell wieder verblasst und schon die nächste Katastrophe auf sich warten lässt. Eigentlich eine ständige Arbeit an der Beziehung, die notwendig ist für beide Partner und auch Energie von beiden fordert<sup>20</sup>. Und die dabei oft entstehenden chaotischen Verwicklungen sind für die meisten Fans so sehenswert.

Zum Aufbau der deutschen *Daily Soap* kann man auch noch sagen, dass die Länge immer 30 Minuten beträgt. Währenddessen werden dem Zu-

---

<sup>18</sup> [http://boerse.welt.de/aktien/aktien\\_profil\\_detail.asp?AktieNr=1038](http://boerse.welt.de/aktien/aktien_profil_detail.asp?AktieNr=1038)

<sup>19</sup> Götz, Maya: Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen, München, 2002, S. 18

<sup>20</sup> Götz, Maya: Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen, München, 2002, S. 19

schauer drei Handlungen abwechselnd gezeigt. Diese Handlungen münden am Ende jeder Folge in den „Cliffhanger“, den spannenden Höhepunkt. Für die Fortsetzung muss sich der Zuschauer bis zur nächsten Folge gedulden. Dieses Konzept sieht man eigentlich bei allen *Daily Soaps*.

## 1.4 Zielgruppe

Warum sind gerade die Frauen das Hauptaugenmerk, auf die dieses Konzept gerichtet ist?

Vielleicht, weil bei diesen Serien nicht immer der Mann im Mittelpunkt steht und den Helden darstellt, sondern einfach nur der normale Alltag dargestellt wird, in dem die Männer sonst keine so wichtige Rolle spielen. Meistens stehen die Frauen im Mittelpunkt, da sie aktiv sind und auch oft versuchen, den Weitergang zu bestimmen. Viele der Handlungen spielen im Haus, also dem „Machtbereich“ der Frauen, wo sie eine zentrale und wichtige Figur einnehmen.

Dies bestärkt auch bestimmt viele Frauen, gerade solche Serien anzuschauen, denn gerade hier können sie sich selbst erkennen sowie auch oft die eigene, gewünschte Rollenverteilung. Ganz allgemein sind es auch gerade die alltäglichen Themen, die Frauen interessieren und mit denen sie sich identifizieren können. Solche Themen, denen Frauen auch im wirklichen Leben gegenüberstehen und die sie bewältigen müssen. Oft ähneln die Probleme denen der Serie und man sieht, wie es gelöst wird. Dies wird durch das Auftreten der Stars verstärkt, die oft einem Wunschbild oder Vorbild entsprechen, da sie modern angezogen sind, dem neuesten Trend entsprechen und auch immer gut aussehen.

Im Laufe der Zeit hat sich deutlich gezeigt, die einstige Zielgruppe Hausfrau wurde seit den 70er-Jahren durch jüngere Frauen erweitert. Dafür wurden andere Inhalte der Serien entwickelt, die auch die jüngeren Zuschauer vor dem Fernseher ansprechen sollen und die auch immer wichtiger werden. Auch bei der Werbung rund um die Serien kann man erkennen, dass dadurch vorwiegend das jüngere Publikum angesprochen werden soll. Man sieht gerade vor, während oder nach den *Daily Soaps*

Werbung, die besonders die jugendliche Zielgruppe ansprechen soll, sie am Fernseher zu halten und so zu weiterem Konsum anzuregen.

Bei der Konzeption einer neuen Serie wird deshalb sehr stark darauf geachtet, wie sich die Zielgruppe zusammensetzt und wie man sie am besten ködern kann. Dabei sind die männlichen Zuschauer klar in der Unterzahl<sup>21</sup>.

Auch gerade deswegen, weil die Themen eher für junge Frauen gemacht sind.

Auf dem heutigen Fernsehmarkt möchte jeder Sender wissen, ob seine Serie Erfolg hat und ob sie weiterlaufen kann. Mit Marktanalysen oder Zuschauerbefragungen werden Meinungen der Zuschauer erforscht. Konsequenzen daraus können sein, dass die Serien verändert werden und man neue Inhalte produziert, die mehr den Interessen der jüngeren Zielgruppe entsprechen, also ihren Alltag und ihre Lebensumstände betreffen. Gerade bei den jüngeren, weiblichen Zuschauern sind das solche Themen wie „erste Liebe“ oder „Boysgroups“.

Allgemein wird bei einer *Soap* meist ein stabiles Publikum angesprochen<sup>22</sup>, welches wiederkommt und der Serie treu bleibt. Es gibt kaum Schwankungen und die Zusammensetzung ist auch fast immer einheitlich. Von vielen Sendern werden die Einschaltquoten ermittelt, mit denen man sehen kann, in welchen Altersgruppen die Serien am stärksten genutzt werden<sup>23</sup>.

Auch sind die jugendlichen Zuschauer eine wichtige Zielgruppe und ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Konsumgüterindustrie geworden, da sie aufgrund ihres höheren Einkommens immer mehr Geld zur Verfügung haben. Deswegen wird von der Werbewirtschaft fleißig für die Produkte geworben. Ihr Einkommen finanzieren viele durch Nebenjobs, um

---

<sup>21</sup> Krützen, Michaela: Daily Soaps. Ein Arbeitsheft zur Analyse von Soap Operas, Köln, 1998, S. 49

<sup>22</sup> Krützen, Michaela: Daily Soaps. Ein Arbeitsheft zur Analyse von Soap Operas, Köln, 1998, S. 49

<sup>23</sup> weitere verwendete Quelle bis hier:

Evermann, Jovan: Das Lexikon der deutschen Soaps, Berlin 2000, S. 16 ff.

die erhöhten Lebensstandards zu ermöglichen und sich das eine oder andere zu kaufen<sup>24</sup>.

Allgemein kann man zur Fernsehnutzung von Jugendlichen auch noch sagen, dass für Jugendliche das Fernsehen heute einen hohen Stellenwert aufweist; für viele ist es auch eine der Hauptinformationsquellen geworden<sup>25</sup>. Viele informieren sich in Nachrichten oder ähnlichen Sendungen über das aktuelle Tagesgeschehen.

Dies könnte man auch darin begründet sehen, dass die Jugendlichen heutzutage mit den Medien schon von klein an aufgewachsen sind. Ihre gesamte Umwelt ist von einer reichhaltigen Medienvielfalt geprägt<sup>26</sup>. Für ihren Alltag ist die Benutzung von Radio, Fernseher, CD-Player oder Computer selbstverständlich geworden und niemand von ihnen kann sich das Leben ohne diese Medien vorstellen. Es ist ganz natürlich, jeden Tag die e-Mails zu lesen oder im Internet zu surfen und danach die *Daily Soap* anzuschauen und sogar den ganzen Tagesablauf danach zu richten.

Dies gehört alles zum typischen Alltag dazu. In der Schule beginnt die Informationsvermittlung, die Geschehnisse werden veranschaulicht und die Jugendlichen werden auch so zu einem bewusst kritischen Gebrauch der Massenmedien erzogen<sup>27</sup>.

Das, was heute in der Jugend ganz selbstverständlich ist, war früher noch anders und ist bestimmt auch noch ein Grund für die Änderung der Zielgruppe.

Auch unterhalten sich viele Fans über die Serie, entweder währenddessen oder erst danach. Es wird der neueste Klatsch und Tratsch über die Serienfiguren ausgetauscht oder spekuliert, wie die Geschichte weitergeht. Dadurch kann man alles noch einmal miteinander erleben. Hauptgesprächspartner sind meistens Freunde, Eltern kommen in dieser

---

<sup>24</sup> Koukoulli, Anastasia: Jugendkonzepte in Vorabendserien, Berlin, 1998, S. 33 f.

<sup>25</sup> Koukoulli, Anastasia: Jugendkonzepte in Vorabendserien, Berlin, 1998, S. 37

<sup>26</sup> Koukoulli, Anastasia: Jugendkonzepte in Vorabendserien, Berlin, 1998, S. 34

<sup>27</sup> Koukoulli, Anastasia: Jugendkonzepte in Vorabendserien, Berlin, 1998, S. 26

Rangliste erst viel später<sup>28</sup>. Dies ist auch logisch, denn die Gleichaltrigen kennen die *Soap*, sind genauso begeistert davon und haben somit auch ein großes Hintergrundwissen vorzuweisen. Auch kennen sie sich in den jeweiligen Jugendkulturen viel besser aus und können somit herrlich miteinander über die *Soap* tratschen. Und gleichzeitig sind sie auch in die *Peer- Group* integriert.

Die Zuschauer bauen also durch den regelmäßigen Konsum der Serie parasoziale Beziehungen mit den Schauspielern auf und versuchen ihre eigenen Meinungen mit denen aus dem Fernsehen zu vergleichen<sup>29</sup>. Es wird wichtig, was der Schauspieler denkt, und das wird mit der eigenen Meinung verglichen und darüber nachgedacht.

Man kann also ganz eindeutig sagen: Das Publikum der deutschen *Soap Operas* besteht in der heutigen Zeit zum größten Teil aus Teens und Twens, also der Altersgruppe der 14- bis 29- Jährigen, was sich im Vergleich zu den Anfangszeiten sehr stark geändert hat. Denn von dieser Zielgruppe versprechen sich auch die Fernsehsender am allermeisten.

---

<sup>28</sup> Eberle, Thomas: Motivation des Fernsehverhaltens Jugendlicher, Grundlagen, Verhaltensanalyse, Selbstauskünfte und Beurteilung des Reality-TV, Bad Heilbrunn, 2000

<sup>29</sup> Fahr, Andreas; Zubayr, Camille: Fernsehbeziehungen: Vorbilder oder Trugbilder für Jugendliche? München, 1999, S. 94

## 2 Serie „Marienhof“

### 2.1 Inhalte der Serie

Es wird viel passieren – dieses Motto zeichnet den „Marienhof“ schon von Anfang an aus. Eine typische junge Familienserie mit lebensnahen Geschichten, die manchmal auch schwerwiegende Konflikte beinhaltet. So könnte man spontan etwas zu der täglichen Serie rund um die Bewohner des Kölner Stadtviertels Marienhof sagen<sup>30</sup>.

Um was geht es überhaupt im „Marienhof“? Der Marienhof ist ein fiktives Kölner Stadtviertel, wo sich das Zusammenleben der verschiedenen Familien und Bewohner abspielt. Man sieht sie in den Wohnungen, der Schule, den Läden, Restaurants oder auch auf der Straße und kann ihre Geschichten miterleben. Dabei kommt es zu einer Vernetzung von Personen und Handlungen durch örtliche oder verwandtschaftliche Gegebenheiten.

Die Themen und Geschichten sind meist sehr sozialkritisch, der „Marienhof“ ist eine Serie mit sehr vielen Themen dieser Art<sup>31</sup>. Es geht um Tierversuche, Behinderungen, Rechtsextremismus, aber auch um unglückliche Liebschaften, Erpressungen, Drogen, Schwangerschaftsabbrüche oder auch um schöne Themen wie Freundschaften und Liebe. Auch findet man im „Marienhof“ vieles aus dem Bereich Krankheit und Tod, sehr viel stärker als bei den anderen deutschen *Soaps*.

In den meisten Fällen liegt der Schwerpunkt der behandelten Themen im Bereich Familie und Freundschaft<sup>32</sup>. Dies sieht man ganz deutlich in den erzählten Geschichten, die ihren Ursprung immer wieder dort finden, aber auch weiter versponnen werden. Es geht in vielen Fällen um häusli-

---

<sup>30</sup> Pressemappe Marienhof, S. 3

<sup>31</sup> Götz, Maya: Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen, München, 2002, S. 140

<sup>32</sup> Göttlich, Udo; Krotz, Friedrich; Paus-Haase Ingrid (Hrsg.): Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen, Opladen, 2001, S. 48

che Angelegenheiten, berufliche und schulische Bereiche oder einfach nur um den Small Talk. Auch darf man die Konflikte nicht vergessen, da sie auch ab und zu auftreten.

Im „Marienhof“ werden auch verstärkt Figuren aus unterschiedlichen Randgruppen dargestellt, was man in der Besonderheit sieht, dass im Bereich der Charakterauswahl sehr viel intensiver als in anderen deutschen *Soaps* gearbeitet wird. Es ist selbstverständlich, dass körperliche Behinderungen mit aufgenommen werden und dabei Geschichten rund um dieses Thema erzählt werden. Auch ist im „Marienhof“ der Anteil von ausländischen Darstellern viel höher als wie in den anderen *Soaps*<sup>33</sup>.

Die Hauptfiguren des „Marienhofs“ sind fast ausschließlich nur jüngere Figuren, ältere Menschen wie z.B. Rentner sind so gut wie gar nicht vorhanden.

Man sieht also, im „Marienhof“ wird viel rund um das alltägliche Miteinander gezeigt und es wird auch nichts unter den Teppich gekehrt, sondern durch Geschichten thematisiert.

Die *Daily Soap* „Marienhof“ wird von Montag bis Freitag täglich ausgestrahlt, wobei die Sendedauer 25 Minuten beträgt. Diese tägliche Ausstrahlung hat zur Folge, dass die Nutzung in das Alltagsgeschehen der Zuschauer eingebunden wird<sup>34</sup>. Wenn die Serie regelmäßig angeschaut wird, wird auch die Seriennutzung und deren Popularität erhöht. Man kehrt jeden Tag ins Leben der Personen zurück, kann mitfühlen, mitleiden, vertraut werden und sich mit ihnen freuen.

Folgende Merkmale definieren auch gleichzeitig eine Sendung als Serie: *„Das Kontinuum einer Serie wird durch periodische Abfolge hergestellt; die einzelnen Serienfolgen stellen von ihrer Dramaturgie und Produktionsstruktur her erkennbare, abgegrenzte Einheiten dar, die in unterschiedlicher Weise Anknüp-*

---

<sup>33</sup> Göttlich, Udo; Krotz, Friedrich; Paus-Haase, Ingrid (Hrsg.) : *Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen*, Opladen, 2001, S.38

<sup>34</sup> Koukoulli, Anastasia: *Jugendkonzepte in Vorabendserien*, Berlin 1998, S. 71

*funktionen an vorangegangene Folgen herstellen und Anknüpfungspunkte für die nachfolgenden bieten. Serien bilden Ketten von Einzelfolgen* <sup>35</sup>.

Auch Jugendliche finden an Serien bestimmt eine große Attraktivität, da sie dadurch die Möglichkeit haben, neue Wege des Lebens der Stars kennen zu lernen und sie auch Vorbilder werden, nach denen man sich richten kann.

In jeder Folge des Marienhofs erfährt der Zuschauer von drei „*Storylines*“. Dies sind Handlungen, die in jeder Folge gezeigt werden und in denen es um ein oder mehrere Darsteller und deren Erlebnisse geht. Die Geschichten werden dem Zuschauer parallel jeweils verschachtelt gezeigt. Eine weitere Möglichkeit ist, dass es eine längere Zeit keine Geschichten von bestimmten Darstellern gibt und diese zu einem späteren Zeitpunkt erst wieder zum Vorschein kommen.

In der Serie werden auch solche Themen behandelt, die sich aktuell am Tagesgeschehen orientieren, z.B. die PISA-Studie. Bei den Themen ist zu erkennen, dass sie immer lebensnah und wirklichkeitsgetreu zum Zuschauer übergebracht werden, damit sich der Zuschauer dafür interessiert, sich in die Serie hineinversetzen kann und auch mitfühlen kann.

Hier nun ein Beispiel anhand einer Folge<sup>36</sup>:

- **Erste Handlung:**

Schuldirektor Matthias Kruse hat eine Affäre. Sein Freund rät ihm eindringlich, diese Affäre zu beenden. Er schafft es aber nicht.

Später kommt er auf die Idee, seine Lebensgefährtin hat auch eine Affäre. Dadurch keimt die Eifersucht auf.

---

<sup>35</sup> zitiert nach: Hickethier, Knut: Die Fernsehserie und das Serielle des Fernsehens. (Kultur Medien Kommunikation. Lüneburger Beiträge zur Kulturwissenschaft 2). – Lüneburg 1991, S. 8; aus: Krützen, Michaela: Daily Soaps. Ein Arbeitsheft zur Analyse von Soap Operas. Köln, 1998, S. 9

<sup>36</sup> Folge 1957, Montag 22.07.2002, 18:25 – 18:50 Uhr

[www.das-erste.de/marie/vorschau](http://www.das-erste.de/marie/vorschau)

Diese bodenständige Geschichte um Liebe und Eifersucht ist auch immer aktuell und der Zuschauer kann sich auch selbst damit identifizieren und die Geschichte gespannt weiterverfolgen.

- **Zweite Handlung:**

Toni, Tochter des italienischen Restaurantbesitzers Stefano Maldini, und ihr Freund wohnen zusammen in einer Wohnung. Leider leiden beide unter chronischem Geldmangel, der auch schon des Öfteren zu Streitereien geführt hat. Toni beschließt, einen Job anzunehmen, damit ein bisschen mehr Geld vorhanden ist.

Bei dieser Geschichte erkennen sich bestimmt auch viele der jungen Zuschauerinnen wieder und können mit den beiden auch ein Stück weit mitfühlen. Für viele ist so eine Situation bestimmt auch ein großer Traum und in der Serie können sie miterleben, wie Toni diesen Traum verwirklicht hat. Das kann für viele der Zuschauerinnen auch eine Art Ansporn sein, es selber zu machen, denn hier hat es ja geklappt.

- **Dritte Handlung:**

Ein neuer Bewohner kommt in den „Marienhof“, dem zu Anfang sein Motorrad geklaut wird.

Hier sieht man also, wie eine „Marienhof“-Folge abläuft. Die Handlungen entwickeln sich immer weiter, es werden auch andere Geschichten gezeigt. Man sieht also das regelmäßige Leben der Bewohner im Marienhof.

Diese Geschichten weisen alle ein gemeinsames Merkmal auf, nämlich die Offenheit, die repräsentiert wird. Es wird durchgehend eine potentielle Endlosigkeit demonstriert. Die Folgen sind nicht abgeschlossen und werden in den nächsten Wochen fortgesetzt. Auch sterben manche Figuren, manche können nach längeren Pausen wieder auftreten.

Am Ende der Folge kommt es jedes Mal zum „Cliffhanger“. Dies bedeutet, dass am Ende eine äußerst wichtige Frage offen bleibt und die Spannung bis dahin in die Höhe getrieben wird. Dadurch bleibt es für den Zuschauer bis zur nächsten Folge spannend. Der Zuschauer sieht in der

abschließenden Szene eine Großaufnahme der betroffenen Person oder einer schwierigen Situation. So, als ob jeder in diesem Moment erstarrt ist. Das Fernsehen versucht damit, die Zuschauer verstärkt an die Serie zu binden und eine so hohe Spannung aufzubauen, dass der Zuschauer zum Nachdenken bewegt wird, wie es wohl weitergeht, oder im Freundeskreis darüber spekuliert. Das dabei verfolgte Ziel ist, den Zuschauer zum erneuten Einschalten zu bewegen.

## 2.2 Hauptfiguren

Darsteller im „Marienhof“ gibt es jede Menge. Bis heute haben über 100 Hauptdarsteller, über 4.000 Nebendarsteller sowie ungefähr 50.000 Komparsen mitgespielt<sup>37</sup>.

Natürlich gibt es auch einige Darsteller, die schon von Anfang an dabei sind. Das Alter der Hauptdarsteller ist höchstens Mitte bis Ende 30, die wirklich älteren Darsteller sind in der Unterzahl. Hier nun einige der wichtigen und zentralen Figuren:

- **Inge Busch**

Inge Busch ist am längsten dabei, nämlich seit Folge 1<sup>38</sup>. Sie spielt eine schicksalsgeprüfte, aber warmherzige Geschäftsfrau und wird von Viktoria Brams dargestellt. Im Marienhof besitzt sie eine Gärtnerei, und hat nebenbei noch Probleme mit der Familie<sup>39</sup>. Nachdem sie alles verloren hat, steht ein beruflicher Neuanfang an. Auch erst recht, nachdem sie ihr Alkoholproblem wieder in den Griff zu bekommen scheint.

- **Jenny Deile**

Genauso lang dabei ist Inges Schwiegertochter, Jenny, gespielt von Sabine Bohlmann<sup>40</sup>. Sie arbeitet im Marienhof und ist mit Dr. Berger befreundet.

---

<sup>37</sup> [www.das-erste.de/marie/zahlen.asp](http://www.das-erste.de/marie/zahlen.asp)

<sup>38</sup> [www.marienhof.tk](http://www.marienhof.tk)

<sup>39</sup> Evermann, Jovan: Das Lexikon der deutschen Soaps, Berlin 2000, S. 16 ff

<sup>40</sup> [www.das-erste.de/marie/fakten.asp](http://www.das-erste.de/marie/fakten.asp)

- **Annalena Bergmann**

Annalena Bergmann, gespielt von Berrit Arnold ist seit Folge 153 dabei. Sie war mit dem Installateurmeister Frank Töppers verheiratet, ist aber nun geschieden. Nach zweijähriger Pause ist sie wieder zurückgekehrt und arbeitet im Drogeriemarkt des Marienhofs. Nachdem sie ihr privates Glück mit ihrem Ex-Mann wiederentdeckt hat, scheint es wieder bergauf zu gehen<sup>41</sup>.

- **Frank Töppers**

Auch Frank Töppers, Installateurmeister im Marienhof, ist schon seit Folge 291 dabei. Gespielt wird er von Wolfgang Seidenberg. Das Kölner Urgestein lebt mittlerweile getrennt von seiner koreanischen Ehefrau und ist wieder mit seiner früheren Ex-Frau Annalena zusammengezogen, mit der er auch Sohn Tim hat<sup>42</sup>.

Die hier Aufgeführten gehören mit Bestimmtheit zu den zentralen Figuren. Allein schon deswegen, weil sie schon so eine lange Zeit im „Marienhof“ mitspielen, wenn man bedenkt, dass in diesem Jahr die 2.000. Folge gesendet wird. Die gesamten Darsteller hier aufzuführen würde den Rahmen sprengen, deswegen hier nur ein kurze Auszug, nähere Informationen bei der Autorin.

### 2.3 Zentrale Konflikte

Die zentralen Konflikte im Marienhof sprechen die Zuschauer jeden Tag an und machen wahrscheinlich auch einen großen Teil der Attraktivität der Serie aus.

Sie sind spontan aus dem Alltag gegriffen, lebensnah und jeder Zuschauer kann sich auch deswegen sehr gut mit der Serie identifizieren.

Die dargestellten Konflikte sind z.B.:

Toni Maldini ist gegen den Willen ihres Vaters mit ihrem Freund zusammengezogen. Das, obwohl beide nur sehr wenig Geld verdienen. Toni

---

<sup>41</sup> [www.das-erste.de/marie/fakten.asp](http://www.das-erste.de/marie/fakten.asp)

<sup>42</sup> [www.das-erste.de/marie/fakten.asp](http://www.das-erste.de/marie/fakten.asp)

möchte die Schule schmeißen und sich einen festen Job suchen, damit die Geldsorgen endlich ein Ende haben. Natürlich sind ihre Eltern dagegen. Und der typische Eltern – Kind – Konflikt ist vorprogrammiert.

Bei vielen der Zuschauerinnen kann es sehr gut sein, dass sie sich selbst in diesem typischen Konflikt wiedererkennen und dadurch Anregungen oder auch Hilfestellungen für sich selbst suchen, da es oft vorkommt, Vorbilder in den Stars zu sehen.

Weitere Konflikte die im „Marienhof“ immer wieder vorkommen sind z.B. unglückliche Trennungen oder Erpressungen, die Stoff für schon so viele Folgen waren und die Zuschauer beschäftigt haben.

Gleichzeitig macht es vielen auch Spaß, die ganzen chaotischen Geschichten zu hören, denn meist folgt dabei eine Katastrophe und ein Missverständnis dem anderen und genau das macht es so sehenswert.

Natürlich gibt es auch noch viele andere Konflikte, um die es im „Marienhof“ geht, z.B. Affären, Alkoholismus oder auch Raub und Diebstahl sind weitere alltägliche Themen, die im „Marienhof“ thematisiert wurden und einen Konflikt innerhalb einer Geschichte dargestellt haben.

## 2.4 Entwicklung und Entstehung der Serie

### ○ Beginn

Am 10. Februar 1992 war es soweit, der erste Drehtag der Serie. Knappe 8 Monate später, am 1. Oktober 1992, war der Sendestart der ersten Folge. Bis Ende 1994 wurde der Marienhof jeden Dienstag und Donnerstag in „ARD vor acht“ gesendet.

Seit dem 2. Januar 1995 ist die Serie von Montag bis Freitag täglich im Vorabendprogramm der ARD um 18.25 Uhr zu sehen<sup>43</sup>.

Zur Vorbereitung der Serie waren ganze zwei Jahre Planung notwendig. Es wurden Drehbücher, Figuren sowie die *Storylines* entwickelt. Man hat die verschiedenen Schauplätze gesucht und die Drehfläche für die Innen- und Außenkulissen auf dem Bavaria Film-Gelände in München aufgebaut.

---

<sup>43</sup> Pressemappe Marienhof, S.12

Wenn alles weiter so gut klappt, kann in diesem Jahr im September die 2.000. Folge ausgestrahlt werden. Zehn Jahre „Marienhof“, auf jeden Fall ein Grund zum Feiern.

Bisher gab es schon mehrere Jubiläen: Am 16. Juli 1998 wurde die 1.000. Folge<sup>44</sup> der Serie ausgestrahlt, am 3. August 2000 die 1.500. Folge<sup>45</sup>.

Drehbuchautoren gibt es zur Zeit insgesamt 25, die die *Storylines* schreiben, wobei der Stab der Serie insgesamt 130 Mitarbeiter umfasst.

Auch im Ausland hat der „Marienhof“ schon gedreht, nämlich schon in England, Frankreich oder auch in Italien<sup>46</sup>.

Und bisher ist der „Marienhof“ seinem Motto treu geblieben: Es wird viel passieren. Und bisher ist auch sehr viel passiert. Die unterschiedlichsten Geschichten haben täglich ungefähr drei Millionen Zuschauer eine lange Zeit auf Trab gehalten und kein Ende ist in Sicht.

Die ganzen lebensnahen Konflikte haben die Serie auch erst wirklich stark gemacht.

- **Neue Außenkulisse und neuer Vorspann**

Auf was jeder im Marienhof stolz sein kann, ist die brandneue Außenkulisse sowie der neue Vorspann der Serie.

Die Idee dafür wurde zusammen von der ARD mit dem „Marienhof“-Team entwickelt. Man wollte ein trendiges, neues Stadtviertel aufbauen, wo sich die Bewohner des Marienhofs aufhalten und treffen können.

Für ein optimales Ergebnis wurde dafür extra anderthalb Jahre geplant. Die neue Außenkulisse hat eine Grundfläche von 4.500 Quadratmetern und ist damit eine der weltweit größten Außendekorationen für eine tägliche Familienserie. Diese Umbaumaßnahmen waren nötig, da der alte Marienhof eine künstliche Arbeitersiedlung mit Gärtnerei, grauen Mauern

---

<sup>44</sup> Evermann, Jovan: Das Lexikon der deutschen Soaps, Berlin, 2000, S. 16 ff

<sup>45</sup> [www.das-erste.de/marie/zahlen.asp](http://www.das-erste.de/marie/zahlen.asp)

<sup>46</sup> [www.das-erste.de/marie/zahlen.asp](http://www.das-erste.de/marie/zahlen.asp)

und kleinen Fenstern war. Der Himmel war grau und es war einfach zu wenig zielgruppenorientiert. Es musste also etwas getan werden<sup>47</sup>.

Es wurden 20 Häuserfassaden errichtet und jeder Marienhöfler hat eine eigene Wohnstätte bekommen. Es gibt die altbekannten Einrichtungen wie den „Wilden Mann“<sup>48</sup>, aber auch neue wie eine Bäckerei, Apotheke, Boutique, Buchhandlung oder auch den Friseur. Statt einem alten Tattooshop gibt es einen Wellnessladen, Cafés, oder einen Computershop. Also solche Dinge, die ein 14- bis 29- Jähriger zum Leben braucht. Eben das moderne Deutschland, wie es sich die Jugend vorstellt.

Und nun sieht man, dass in dem neuen Vorspann wirklich etwas gemacht worden ist. Denn nun ist alles viel moderner, peppiger und sieht auch viel farbenfroher aus. Man möchte am Liebsten dort wohnen, es wirkt fast schon einladend.

Dies wurde alles vom Filmarchitekten Johann Feldmaier aufgebaut.

Dass er mit seiner „neu aufgebauten“ Stadt fast ins Schwarze getroffen hat, sieht man vielleicht auch darin, dass schon mancher angerufen hat und fragte, wo man die Möbel aus der Serie kaufen könnte. Dadurch sieht der Architekt, dass sich die Zuschauer in seiner geschaffenen Welt wohlfühlen und auch ein bisschen der dargestellten Fiktion in ihre Realität holen<sup>49</sup>.

Gerade für so eine Serie muss die Kulisse stimmen. Und die spielt auf alle Fälle eine Hauptrolle. Der Schauspieler muss richtig angezogen sein, die richtigen Probleme darstellen, alles in der Umgebung, in der sich die Jugendlichen von heute wiederfinden und identifizieren können. Dabei kann es oft sein, dass bestimmte Klischees entstehen<sup>50</sup>. Diese Klischees sind aber oftmals das Wichtigste an der Serie und ziehen erst recht ihre Fans an.

---

<sup>47</sup> Moorstedt, Tobias: „Das Gefängnis der Charaktere“, die tageszeitung vom 29.07.02

<sup>48</sup> Wilder Mann: Gaststätte des Marienhofs, Treffpunkt vieler Marienhöfler

<sup>49</sup> Moorstedt, Tobias: „Das Gefängnis der Charaktere“, die tageszeitung vom 29.07.02

<sup>50</sup> Moorstedt, Tobias: „Das Gefängnis der Charaktere“, die tageszeitung vom 29.07.02

Die Gesamtkosten für diese Verwirklichung betragen ungefähr zwei Millionen Euro. Fertig war das neue Stadtviertel im März 2002. Der neue Vorspann wird schon seit Juni 2002 im Fernsehen gezeigt.

Die neue Außenkulisse sowie der neue Vorspann sind ein weiterer Garant dafür, dass alles noch viel wahrheitsgetreuer ablaufen kann und die Zuschauer noch mehr anspricht. Dadurch kann die Produktion des „Marienhofs“ weiterhin ihrem Motto getreu bleiben: Es wird viel passieren<sup>51</sup>!

## 2.5 Vergleich mit anderen *Daily Soaps* – Unterschiede

Heute gibt es im Fernsehen täglich eine regelrechte Flut von *Daily Soaps*. Beim Kölner Privatsender RTL jeden Tag die Serien „Unter Uns“, sowie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“, dagegen beim Ersten „Verbotene Liebe“ und gleich im Anschluss „Marienhof“.

Wie kann man nun den „Marienhof“ von den drei anderen Serien abgrenzen, was sind wichtige Unterschiede? Dies möchte ich in den folgenden Abschnitten versuchen darzustellen.

### ○ Allgemeine Unterschiede

Im „Marienhof“ gibt es keinen zentralen Handlungsort. Die Handlungen spielen in den verschiedenen Restaurants oder Cafés, der Schule, den Läden oder auch in den Wohnungen. Dadurch bekommt der Zuschauer einen viel größeren Einblick in den gesamten Marienhof, er sieht, was es alles gibt und bekommt Abwechslung geboten. Die Zuschauer können sich selbst ausmalen, wie es wäre, dort zu leben.

Im Vergleich mit „Unter Uns“ kann man sagen, dass hier der zentrale Handlungsort im Haus der Schillerallee 10 liegt. Gelegentlich findet die eine oder andere Geschichte auch noch in dem nahe gelegenen Lokal „Schiller“ oder in der freien Natur statt.

Bei „Verbotene Liebe“ gibt es auch keinen zentralen Handlungsort. Es gibt Cafés, WGs, oder die Wohnungen sowie Schlösser der Adligen. Hier ist alles sehr auf die obere Klasse der Gesellschaft bezogen und man

---

<sup>51</sup> Pressemappe Marienhof, S. 3

sieht dies auch in den Schlössern, den Penthouse-Wohnungen oder sonstigen noblen Einrichtungen.

So etwas findet man beim „Marienhof“ überhaupt nicht. Dort spielt alles in normalen, echt wirkenden Kulissen und es wirkt auch nicht gekünstelt oder unecht.

Wiederum passt dieser gehobene Stil zu „Verbotene Liebe“, da dies einfach den Charakter der Serie ausmacht.

Beim „Marienhof“ hingegen werden sehr oft und auch immer wieder sozialkritische, schwierige oder aktuelle Themen angesprochen. Das wären z.B. die Glasknochenkrankheit des Frederik Neuhaus, gespielt von Erwin Aljukic. Weiter noch die Themen Rechtsradikalismus oder auch HIV<sup>52</sup>. Auch werden im „Marienhof“ diese Themen bewusst gezeigt und man versucht sie auch nicht unter den Teppich zu kehren, denn man will ein wirkliches, lebensnahes Bild vermitteln und heutzutage gehören solche Themen in unserer Gesellschaft dazu.

In den anderen *Soaps* kommen solche Themen gar nicht vor. Dies ist auf jeden Fall einer der größten Unterschiede zwischen den deutschen *Soaps* und ein wichtiges Merkmal des „Marienhof“.

Auch noch ein Unterschied ist, dass es im Marienhof Schauspieler gibt, die nicht perfekt aussehen. Öfter gibt es Figuren, die kleinere oder größere Schwächen aufweisen. Bei den anderen *Soaps* ist deutlicher zu erkennen, dass die Darsteller wie aus einem Modemagazin entsprungen aussehen, mit moderner Kleidung und gutem Aussehen. Auch dies kann für viele ausschlaggebend sein, gerade diese Serie anzuschauen, denn man selbst kann sich gut in der Umgebung vorstellen.

Allgemein im Vergleich mit „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ kann man sagen, dass es dort noch immer sehr viele Intrigen gibt, die erfolgreich gesponnen werden. Bei diesen Intrigen kann der Zuschauer richtig mitfiebert und mit seinem Lieblingsdarsteller mitfühlen, wenn er das Opfer der Intrige sein sollte.

---

<sup>52</sup> [www.marienhof.de.tf](http://www.marienhof.de.tf)

Auch gibt es hier eine Reihe von älteren Schauspielern, nicht nur die jungen Teens und Twens. Aber dadurch können die dargestellten Intrigen gut rübergebracht werden und sind auch glaubhaft.

Im „Marienhof“ sind Intrigen selten, dort werden mehr die alltäglichen Themen und Probleme der Darsteller gezeigt. Oftmals münden die Alltagsthemen dann in Dramen und sind nur so gespickt von Problemen.

Was auch noch ein wichtiger Aspekt ist, mit dem man den „Marienhof“ abgrenzen kann ist, dass die erzählten Handlungen höchstens 8 Wochen dauern und dann beendet sind. Dadurch ist die Geschichte auch überschaubar und wird nicht künstlich in die Länge gezogen.

Bei den anderen deutschen *Soaps* sind die Geschichten oft länger und man kann leicht den Überblick verlieren.

Auch bei der Kleidung der Stars kann man einiges erkennen. Es unterscheiden sich nur die Jugendlichen von den Erwachsenen, ansonsten ist die Kleidung nicht weiter auffällig und weist auch kaum Unterschiede auf. In „Verbotene Liebe“ sind die Reichen und Adligen sehr elegant angezogen. Im Gegensatz dazu gibt es auch alltäglich gekleidete Personen wie z.B. einen Architekten.

Ähnlich ist es bei „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“. Hier findet man zusätzlich auch elegant angezogene Personen.

In „Unter Uns“ gibt es die alltäglich gekleideten Personen, sowie einen typischen Bäckermeister. Im „Marienhof“ findet man auch die typischen Lehrer, Eltern, aber auch die Installateure. Die gehobene Schicht ist hier im Gegensatz gar nicht vorhanden.

Die einzige Gemeinsamkeit, die alle Serien in diesem Bereich haben, ist die Modebewusstheit, die von allen demonstriert wird.

Natürlich kommt in allen der Serien der Kleidung eine große Bedeutung zu, gerade von Seiten der Zuschauer.

So ein Zitat dazu: *„in keiner anderen Fernsehserie ... so nah am neuesten Trend wie bei uns. Die Fans schicken stapelweise Briefe, um zu erfahren, wo man die Sachen kaufen kann“*. (HOHWIELER, 1996, S. 61)<sup>53</sup>.

---

<sup>53</sup>zitiert aus: Koukoulli, Anastasia: Jugendkonzepte in Vorabendserien, Berlin 1998, S. 98

- **Bildung und Beruf**

Im Bereich Bildung und Beruf kann man auch Unterschiede erkennen. Bei der *Daily Soap* „Unter Uns“ gibt es viele Darsteller, die aufstrebende Berufskarrieren vor sich haben. Gerade hier werden schulische, berufliche und auch geschäftliche Themen sehr stark in die Geschichten mit einbezogen. So gibt es dort die Werbeagentur „Kramer & Partner“ und die Agentur „*Wishes & More*“. Beide Agenturen werden von zwei ehrgeizigen Menschen geleitet, die in ihrem Leben etwas erreichen möchten. Auch hört man sehr oft etwas von Studenten, die für ihre Prüfungen lernen müssen, von Schülern und von dem Lehrling der Bäckerei, der noch zur Berufsschule gehen muss.

An sich kann man sagen, dass bei „Unter Uns“ oder bei „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ im beruflichen Bereich viel mehr Intrigen und Konflikte auftreten<sup>54</sup>. Solche Probleme, die den privaten Bereich nicht berühren, aber trotzdem als ein großes, zentrales Thema in der Serie darstellen.

So etwas gibt es beim „Marienhof“ an sich eher weniger. Die Darsteller dort haben ihre Berufe, sind genauso ehrgeizig, aber sie beschäftigen sich weniger mit aufstrebenden Karrieresprüngen als mehr mit ihren Mitmenschen und den zwischenmenschlichen Beziehungen, die oft ein unlösbares Problem sein können. Das konnte man gut bei der Liebesgeschichte zwischen Elena Zirkowski und Michi Derflinger sehen<sup>55</sup>. Die beiden sind erst nach anfänglichen Schwierigkeiten zu einem absoluten Traumpaar geworden. Nachdem beide zuerst nicht im Radiosender zusammenarbeiten wollten, sich dann aber doch zusammengerauft haben, hat sich doch die große Liebe entwickelt. Der gesamte Themenkomplex wie in „Unter Uns“ oder „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ kommt hier eher weniger vor.

---

<sup>54</sup> Göttlich, Udo; Krotz, Friedrich; Paus-Haase Ingrid (Hrsg.): *Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen*, Opladen, 2001, S. 49

<sup>55</sup> Geschichte beginnt in der Folge am 25. Juni 2002

([www.das-erste.de/marie/archiv.asp](http://www.das-erste.de/marie/archiv.asp))

Im „Marienhof“ sieht man, dass man durchaus mit dem eigenen Beruf zufrieden sein kann. Lehrer, die nach bekannt werden der PISA-Studie neue Reformen für den Unterricht vorschlagen und einführen möchten, gibt es im wirklichen Leben wie auch in der Serie. Diese ganzen Beispiele sind auch eine Art Vorbild für manche Zuschauer und viele können sich deswegen gerade so gut mit dieser Art der Serie identifizieren und auseinandersetzen, weil sie für viele den realen Alltag in einer typischen Art und Weise darstellt.

Auch eine ganz andere Serie ist „Verbotene Liebe“. Bei dieser Serie geht es meist um melodramatische Themen, die in verwirrenden Familiensammenwürfelungen und Konflikten gezeigt werden, wie Selbstmordversuchen oder Drogengeschichten<sup>56</sup>.

Die Serie ist für jüngere Zuschauer aufgebaut und es sollen auch hauptsächlich Trends sowie aktuelle Strömungen angesprochen werden.

Die Karrieresprünge der Darsteller sind hier schon vollzogen, es gibt sehr viele erfolgreiche Geschäftsleute. Man findet hier auch sehr stark den adeligen Kreis sowie viele aus der High Society. Es ist viel Geld im Spiel, manches wirkt hochgestochen und manchmal total durchschaubar übertrieben.

Zum Beispiel gibt es die Familie von Beyenbach, die auf Gut Schönberg wohnt. Dort sind Chauffeur und Dienstmädchen alltäglich. Im Grunde eine Art „Märchenwelt“ die nicht dem Durchschnittsalltag der Zuschauer entspricht<sup>57</sup>. Aber für viele der Zuschauer sicherlich um so interessanter und aufregender.

Dies wäre total untypisch für den „Marienhof“. So eine Szene würde in das ganze Leben der Marienhöfler gar nicht reinpassen. Dort ist es normal, dass man selbstverantwortlich ist, bodenständig und normal lebt, wie nebenan. Und dafür wäre ein Schloss ungeeignet. Dort wird einfach nur das normale Leben in einer typischen, deutschen Kölner Vorstadt gezeigt.

---

<sup>56</sup> Koukollı, Anastasia: Jugendkonzepte in Vorabendserien, Berlin, 1998, S. 68

<sup>57</sup> Koukollı, Anastasia: Jugendkonzepte in Vorabendserien, Berlin, 1998, S. 70

- **Freundschaft, Freizeit, Konsum**

Auch dieser Bereich ist sehr interessant. Es gibt im „Marienhof“ eine Vielzahl von Freundschaften. Diese bestehen meist aus 2 – 3 Personen, die ihre Freizeit miteinander verbringen und sich treffen. Darüber werden auch immer wieder viele unterschiedliche Geschichten und Orte gezeigt. Das ein oder andere Mal sieht man auch die typischen Probleme, die dabei entstehen können. Eine feste Clique gibt es hier aber nicht, man sieht immer verschiedene Personen, die miteinander befreundet sind.

Auch in ihrer Freizeit nutzen die Jugendlichen viele Medien. Es werden die aktuellen Musiktrends gehört, man trifft sich abends immer in der Disco oder geht in die Stadt um sich neue CDs zu kaufen. Eben ein typisches Bild von Jugendlichen in ihrer Freizeit.

In „Verbotene Liebe“ gibt es als Gegensatz zur High Society auch die typische WG, wo auch das realitätsnahe Leben unter Freunden dargestellt wird. Also auch genug Handlungen und Figuren, mit denen sich die Zuschauer identifizieren können. Auch die Themen sind dabei wirklichkeitsgetreu aufgegriffen. Hier erfährt man viele Geschichten über Freundschaften aber auch über Feindschaften, die entstehen. Das Leben in der Wohngemeinschaft ist lebensnah und bodenständig und man versucht, es dem Zuschauer gut zu vermitteln.

Es gibt bei „Verbotene Liebe“ bewusst verschiedene Typen von Jugendlichen, die ihr eigenes, individuelles Leben darstellen, aber im Zusammenhang mit der Familie eine Einheit bilden. Und bei denen die Freundschaft eine sehr wichtige Rolle spielt, denn zu seinen wahren Freunden hält man im Notfall immer. Es gibt die verwöhnte Tochter und im Gegensatz dazu ihre Freundin, ein Mädchen, das allein in einer Wohngemeinschaft lebt und auch ihr Geld selbst verdient. Aber gerade diese beiden Jugendlichen sind sehr fest miteinander befreundet, ungeachtet dessen, dass sie aus unterschiedlichen Gesellschaftsschichten kommen.

Im Gegensatz dazu gibt es bei „Unter Uns“ eine feste Clique aus mehreren Jugendlichen der Schillerallee 10, die sich immer trifft und auch immer etwas miteinander unternimmt.

- **Familie und Partnerschaft**

Beim „Marienhof“ gibt es nur noch sehr wenige Familien, die aus Vater, Mutter und Kindern besteht. Meist sind es alleinerziehenden Väter, Mütter oder zusammengewürfelte Partnerschaften. Dadurch wird es auch erst richtig interessant. Man sieht sowohl die intakte Familie wie auch nur einen Teil davon. Und erkennt, dass beide gut zurechtkommen.

Auch bei „Verbotene Liebe“ sieht es ähnlich aus. Hier gibt es nur noch wenig vollständige Familien, die meisten sind auch alleinerziehend, die Kinder sind bereits flügge und die Eltern jetzt geschieden. Auch gibt es bei „Verbotene Liebe“ für viele Jugendliche nur eine Ersatzfamilie.

Nur bei „Unter Uns“ sieht es noch anders aus. Dabei ist bei den mitspielenden Familien noch die intakte Familie wichtig. Dadurch kann man erkennen, dass positive Werte vermittelt werden.

Es ist aber egal ob es die richtige oder nur die Ersatzfamilie ist. Für die Jugendlichen wird immer Schutz und Rückhalt geboten.

- **Cliffhanger und Abspann der Serien**

Auch im Abspann der Serien kann man Unterschiede erkennen. Beim „Marienhof“ endet die Folge mit dem Bild des an der letzten Handlung beteiligten Darstellers, dem „Cliffhanger“. Im folgenden Abspann sieht man Programmhinweise auf das folgende Programm sowie die Namen der Darsteller. Dadurch wird beim Zuschauer eine gewisse Erwartungshaltung aufgebaut, wie es weitergeht. An sich gibt es keine direkte Vorschau auf die nächsten Folgen. Bei „Verbotene Liebe“ ist es ähnlich.

Im Gegensatz dazu werden z.B. bei „Unter Uns“ im Abspann Hinweise auf die nächste Folge gegeben. Dadurch bekommt der Zuschauer gleich neue Informationen und es wird versucht, ihn anzusprechen und langfristig zu binden<sup>58</sup>.

Der *Cliffhanger* hat trotzdem auf die Zuschauer die gleiche Wirkung. Man ist gespannt und wird an die Serie gebunden. Man macht sich Gedanken über die Fortsetzung und versucht sich vorzustellen, wie es weitergeht.

---

<sup>58</sup> Koukollu, Anastasia: Jugendkonzepte in Vorabendserien, Berlin, 1998, S. 71

Man kann also an verschiedenen typischen Schlagwörtern wie Familie, Freundschaften oder Beruf und Bildung erkennen, dass es in den verschiedenen *Soaps* schon einige grundlegende Dinge gibt, die sie voneinander unterscheidbar machen. Natürlich gibt es auch eine Menge, die alle gemeinsam haben. Für viele der Zuschauer sind gerade manche Unterschiede so ausschlaggebend, sich für eine bestimmte *Soap* als Lieblingssoap zu entscheiden.

Und vielleicht genau dadurch ist für viele der „Marienhof“ etwas ganz Besonderes geworden, da er ein natürliches Bild eines alltäglichen Lebens darstellt, mit all den Problemen und Sorgen, mit denen man im Leben zu kämpfen hat.

## 2.6 Einschaltquoten der Serie

Um einen Überblick über die Einschaltquoten des „Marienhofs“ und zum Vergleich auch von „Verbotene Liebe“ zu bekommen, wurden mir freundlicherweise Daten vom Sender dafür zur Verfügung gestellt. Diese Daten beziehen sich auf den Zeitraum Januar 1999 bis Juni 2002 und sind von den gesamten Zuschauerzahlen sowie der Hauptzielgruppe der 14- bis 29- Jährigen. Im Anhang B befindet sich die besagte Tabelle.

Allgemein ist zu sagen, dass bei den gesamten Zuschauerzahlen die Sehbeteiligung bei beiden Serien bei ungefähr 3 Millionen liegt. Man kann erkennen, dass die Werte sich nicht sehr stark verändert haben, wobei das Jahr 1999 das stärkste Jahr war. Bei den Marktanteilen in diesem Bereich sieht es ähnlich aus. Auch hier sind die Anteile bei ungefähr 18 % und haben sich in den 4 Jahren nur unwesentlich verändert.

Im Bereich der 14- bis 29- Jährigen Zuschauer sind die gesamten Zuschauerzahlen mit knappen Abweichungen auch recht konstant bei ungefähr einer halben Million Zuschauern geblieben, wobei auch hier das Jahr 1999 das stärkste war. Auch bei den Marktanteilen sieht es ähnlich aus. Im Jahr 1999 gab es die höchsten Ergebnisse mit über 26 Prozent, in den folgenden Jahren lagen die Werte deutlich darunter.

Um auch Vergleiche ziehen zu können, sind auch die Zahlen von „Verbotene Liebe“ zu sehen. Allgemein ist zu sagen, dass die Zahlen der bei-

den Sendungen sich nicht groß unterscheiden, es aber in dem einen oder anderen Bereich schon deutliche Unterschiede gibt. So gibt es z.B. im Bereich des Zuschaueranteils der 14- bis 29- Jährigen Zuschauer des „Marienhofs“ von 1999 bis 2002 immer einen höheren Wert als wie bei „Verbotene Liebe“<sup>59</sup>.

Alles in allem kann man sagen, dass beide *Daily Soaps* der ARD schon seit Jahren beliebt sind und es bestimmt auch noch weiterhin bleiben werden.

Auch die konstanten Werte mit nur minimalen Abweichungen im Bereich der Zuschauerzahlen wie auch in den Marktanteilen zeigen, dass die Serien von den Zuschauern angenommen und auch regelmäßig konsumiert werden. Die recht konstanten Werte kann man vielleicht auch noch dadurch erklären, dass viele die beiden Soaps nacheinander anschauen und sich gerade deswegen die Einschaltquoten nicht stark ändern.

Dies alles wird sich in den folgenden Jahren bestimmt noch weiter fortsetzen. Und eine tägliche Zuschauerbeteiligung von fast 3 Millionen zeigt mit Bestimmtheit ein sehr positives Bild.

---

<sup>59</sup> Informationen sind aus der Tabelle der Einschaltquoten (siehe Anhang B) entnommen.

## 3 Vermarktung der Serie

### 3.1 Medienübergreifende Vermarktung

- **Definition**

Zum Verständnis erst eine Definition des Begriffs Marketing:

Marketing ist die bewusst marktorientierte Führung des gesamten Unternehmens, die sich in Planung, Koordination und Kontrolle aller auf die aktuellen und potentiellen Märkte ausgerichteten Unternehmensaktivitäten niederschlägt.<sup>60</sup>

Im Falle des Marienhofs bedeutet dies, die verschiedenen „Marienhof“-Artikel und Medien durch geschickte Aktivitäten, Planung oder Koordination optimal an den Käufermarkt heranzubringen. Diese Vermarktung der Artikel erfolgt medienübergreifend, also nicht nur über ein Medium, wie z.B. das Fernsehen, sondern über mehrere Medienkanäle, also zusätzlich durch Bücher, Hörspielkassetten, Videokassetten oder auch Zeitschriften. Und es ist zu sehen, dass diese Vermarktung gut läuft, denn der Marienhof ist beliebt und die vermarkteten Artikel werden gut angenommen.

### 3.2 Marketing-Strategien

Auch beim Marienhof gibt es eine große Anzahl von unterschiedlichen Marketing-Strategien. Dies sieht man schon bei der Ausstrahlung der Serie selbst. Sowohl davor wie auch nach der Serie sieht man einen längeren Werbeblock, der zum Ziel hat, das junge Publikum anzusprechen und es an die Serie zu binden. Die gezeigte Werbung ist gerade für das junge Publikum konzipiert und es wird versucht, damit deren Interesse zu wecken und sie für die jeweiligen jugendspezifischen Produkte zu gewinnen. Und natürlich auch an die Serie zu binden.

---

<sup>60</sup> [www.makz.de](http://www.makz.de)

Die Tatsache, dass *Daily Soaps* die jugendlichen Konsumenten ansprechen und auch ein immer wichtiger Bestandteil ihres Alltags geworden sind, ist auch wichtig für den Aspekt der allgemeinen Marketing-Strategien. Sie werden zunehmend wichtiger um neue Markenidentitäten oder auch neue Kult-Bereiche zu schaffen, stärker auszuprägen und das Interesse der jugendlichen Fernsehzuschauer dafür zu gewinnen, da ihr eigenes Umfeld davon ausgefüllt ist und für sie wichtig ist. So findet man im Bereich der *Daily Soaps* unter anderem folgende Marketing-Strategien:

- Eine spezifische Zielgruppenansprache
- Die Herausgabe von Fanzines
- Betreuung von Fangruppen
- Entwicklung und Vermarktung von Merchandisingprodukten
- Veranstaltungen von Events mit Serienstars<sup>61</sup>

Hierbei werden die Konsumenten der Serie durch aktuelle, neue Trends und Jugendkulturen angesprochen und es werden dadurch Kulte und Marketingidentitäten erfolgreich aufgebaut. Diese werden anschließend an die Konsumenten herangebracht, z.B. durch verschiedene Vermarktungskanäle, also wieder durch die Vermarktung im Medienverbund.

Dabei werden oft bereits bestehende Trends mit aufgenommen, um das Interesse der Zielgruppe überhaupt zu wecken, wie z.B. Pop-Musik, Lifestyle oder der gesamte Alltag<sup>62</sup>. Viele der Konsumenten werden von diesen Marketing-Strategien positiv angesprochen, orientieren sich daran und kaufen sich z.B. die Magazine oder besuchen die Fanveranstaltungen. Auch orientieren sich viele daran, da die vermittelten Trends „in“ sind und somit von jedem sehr gefragt sind.

Mann kann also sehen, sehr viele der Marketing-Strategien in diesem Bereich sind erfolgreich aufgebaut worden und haben die Konsumenten erreicht.

---

<sup>61</sup> Göttlich, Udo; Krotz, Friedrich; Paus-Haase, Ingrid (Hrsg.): *Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen*, Opladen, 2001, S.51

<sup>62</sup> Göttlich, Udo; Krotz, Friedrich; Paus-Haase, Ingrid (Hrsg.): *Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen*, Opladen, 2001, S.50 f.

### 3.3 Vermarktung im Medienverbund

Das Thema „Marienhof“ ist ein Beispiel dafür, dass die Produktvermarktung in einem Medienverbund stattfindet. Unterschiedliche Medien wie z.B. Bücher, Videokassetten, Zeitschriften oder Hörspielkassetten wurden erschlossen und erfolgreich für diese Art der Vermarktung eingesetzt.

Und überall beruht es auf dem gleichen Prinzip: Auf der Grundlage einer Geschichte werden die Inhalte in unterschiedlichen Medien gleichzeitig vermarktet, also möglichst erfolgreich an die Zuschauer rangebracht<sup>63</sup>. Eine erfolgreiche Figur oder Geschichte hat in einem Medium Erfolg gehabt und wird in ein anderes übertragen<sup>64</sup>, um auch dort größtmögliche Erfolge zu erzielen. Also die Zuschauer auf multimedialen Wege anzusprechen, sie über die verschiedenen Medien an den „Marienhof“ zu führen und letztlich zu einem regelmäßigen und auch langfristigen Konsum zu bringen und zu binden.

Das Thema „Marienhof“ ist bereits durch das Fernsehen bekannt und vermarktet worden und somit ist der Aufwand für die weitere Werbung, für den Verkauf von Video- oder Hörspielkassetten oder anderen Medienprodukten viel unkomplizierter und auch einfacher. Auch ein Vorteil ist, dass die Figuren und Themen immer wiederkehren und somit bei den Konsumenten positive Erinnerungen wecken.

Denn wenn die Figuren so gut multimedial vermarktet werden, werden dadurch mehrere Sinne der Zuschauer gleichzeitig angesprochen, was genauso ein Vorteil der Vermarktung im Medienverbund darstellt. Der Erfolg ist vorhanden, denn die Konsumenten reagieren auf diese Vermarktung und nehmen sie an.

Durchgeführt wird dies von den Merchandising-Agenturen. Diese vermarkten und verkaufen die Nebenrechte dieser Figuren und Serien, um die multimediale Vermarktung zu gewährleisten. Im Fall des „Marienhofs“ ist es die Firma Bavaria Sonor, die die Rechteinhaberin des Marienhof-Logos ist und die eine Tochtergesellschaft der Bavaria Film-Gruppe ist.

---

<sup>63</sup> Heidtmann, Horst: Kindermedien, Stuttgart, 1992, S. 176 ff.

<sup>64</sup> Heidtmann, Horst: Kindermedien, Stuttgart, 1992, S. 176 ff.

### 3.4 Bavaria Sonor

BAVARIA SONOR Musikverlag und Merchandising GmbH ist die aktuelle Rechteinhaberin des Marienhof-Logos und vermarktet alles rund um den „Marienhof“.

Diese Firma ist ein Tochterunternehmen der Bavaria Film GmbH und wurde im Jahre 1979 gegründet.

Die Bavaria Film ist ein modernes Medienunternehmen aus der sich bis heute eine weltweit operierende Produktions- und Dienstleistungsgruppe entwickelt hat. Man kann sagen, dass die Bavaria Film einer der größten Film- und Fernsehproduzenten Europas ist und auch an allen großen und wichtigen Medienstandorten Deutschlands vertreten ist<sup>65</sup>.

Die Tochtergesellschaft Bavaria Sonor ist in zwei große Bereiche unterteilt: in den Bereich *Merchandising* und in den Musikverlag.

- ***Merchandising***

*Merchandising* bedeutet Verkaufsförderung. Also den Verkauf von verschiedenen Produkten, in diesem Fall sind es die „Marienhof“-Produkte, zu fördern. Über diese Agentur hat man auch die Möglichkeit, an diverse Artikel heranzukommen.

Bavaria Sonor selbst ist eine Lizenzagentur in Europa und betreibt diese Verkaufsförderung. Es werden die gesamten Produkte des „Marienhofs“ auf multimedialem Wege zu den Konsumenten gebracht. Sie vermarktet zum einen die Nebenrechte ihrer Muttergesellschaft Bavaria Film GmbH, zum anderen verschiedene Kinderthemen und die Marken anderer Rechteinhaber, z.B. von ARD, Diogenes, Kinderkanal KI.KA, SAT.1, ZDF.

Die Firma selbst versucht, langfristig Marketingstrategien und anspruchsvolle Merchandisingaktivitäten aufzubauen. Ziel ist, das jeweilige Thema als eine „Marke“ aufzubauen, zu pflegen und auch weiter zu führen. Der Bereich der Lizenzanalyse, der Marktforschung, sowie von gezielten Vertriebsaktivitäten sind Bestandteile dieser Merchandisingaktivitäten<sup>66</sup>.

---

<sup>65</sup> [www.bavaria-sonor.de](http://www.bavaria-sonor.de)

<sup>66</sup> [www.bavaria-sonor.de](http://www.bavaria-sonor.de)

Diese gesamten Aktivitäten werden auch im Zusammenhang mit der Serie „Marienhof“ gemacht.

Es werden eine Fülle von Produkten zum Marienhof herausgebracht und angeboten, nämlich Fanartikel wie T-Shirts mit „Marienhof“-Logos, Uhren, Aufkleber, Ketten, Geschirr, Bücher oder auch Schülerkalender<sup>67</sup>.

Auch ein wichtiger Aspekt dabei ist, das *Merchandising* durch trendige und innovative Lizenzprodukte im unteren und mittleren Preisniveau anzusiedeln und die Fans dadurch anzusprechen.

Denn die Marke „Marienhof“ hat sich mittlerweile einen Namen gemacht und ist erfolgreich bei ihren Fans angekommen. Die Vermarktungskanäle wurden genutzt und die Materialien sehr erfolgreich herausgebracht. Natürlich kann sich auch niemand mehr die Marke „Marienhof“ vom Leben rund um Fernsehen und Werbung wegdenken. Bavaria Sonor hat auf alle Fälle ihren Teil getan und die Marke optimal vermarktet.

- **Musik**

Der Musikverlag Bavaria Sonor hat bisher schon einige sehr erfolgreiche Musikprojekte verwirklicht. Ein Musikprojekt ist das Lied „*Just More*“ von *Wonderwall*.

Dieses Lied war vor einigen Wochen auch schon sehr oft im „Marienhof“ zu hören. Und bis heute hört man es immer wieder, wie es im Radio zu einem Ohrwurm geworden ist.

### 3.5 Produktion der Serie

Seit dem Jahr 2000 ist Stephan Bechtle bei der Bavaria Film Produzent der Serie „Marienhof“. Bei ihm laufen die Fäden für den „Marienhof“ zusammen. Stephan Bechtle ist bereits seit 1987 Autor und Produzent bei der Bavaria Film.

Bisher wurde diese Arbeit seit 1994 erfolgreich von Michael von Mossner und Martin Bach durchgeführt<sup>68</sup>.

---

<sup>67</sup> weitere Informationen zu den angebotenen Artikeln bei der Autorin

<sup>68</sup> [www.bavaria-film.de/aktuelles/pressemitteilungen](http://www.bavaria-film.de/aktuelles/pressemitteilungen)

Die Bavaria Film- und Fernsehproduktion mit den TV-Programmen ist das bedeutendste Geschäftsfeld der Bavaria Film GmbH selbst. Auch Markt- und Trendforschungen sowie Programmanalysen sind ein wichtiger Aspekt, um schon so lange so viele TV-Programme herauszubringen.

Produziert wird für die Serie permanent auf dem Bavaria Filmgelände in München und Umgebung. Neben dem Produzenten gibt es auch noch mehrere Autoren und *Storyliner*, die die Geschichten entwerfen.

Weiterhin gibt es die Bavaria Media GmbH, die seit 1997 aus der Bavaria Film GmbH ausgegliedert ist. Sie arbeitet in drei verschiedenen Bereichen, unter anderem auch in dem Bereich TV-Produktionen, in welchem auch der „Marienhof“ vertrieben wird<sup>69</sup>.

---

<sup>69</sup> [www.bavaria-film.de](http://www.bavaria-film.de)

## 4 Produkte rund um die Serie

### 4.1 Bücher

Es gibt verschiedene Bücher zur Serie, wie:

- Andersen, Julia: Es wird viel passieren, Bindlach, 1996
- Andersen, Julia: Umwege ins Glück, Bindlach, 1996
- Becker, Rolf A.: Mitten ins Herz, München, 1993
- Becker, Rolf A.: Marienhof, Tübingen, 1997
- Mathiessen, Ulrich: Verbrechen und Liebe, Nürnberg, 1997
- Mathiessen, Ulrich: Wahre Freunde, falsche Freunde, Nürnberg, 1997
  
- **Umsetzung der Geschichten in den Büchern zur Serie**

In den Büchern geht es um Liebe, Verbrechen und Geißelnahmen, Eifersucht, Behinderungen, aber auch um geplatzte Hochzeiten oder Tierversuche. Solche Themen, mit denen die Phantasie eines Marienhof-Fans zu blühen beginnt und mit der er beim „Marienhof“ immer zu tun hat. Die Geschichten sind einfach erzählt und man kann sie sich auch gut vorstellen, was auch ich selbst beim Lesen gemerkt habe. Und dabei kommt jedes Mal wieder die gleiche Spannung auf, nämlich wie die Geschichten wohl weitergehen werden.

Auch sind die Geschichten in den Büchern den Fans meist schon bekannt, aber auf keinen Fall ein Hinderungsgrund, sie noch einmal zu erleben. Beim Lesen können sie sich wieder an die Geschichte erinnern, sich mit ihren Stars zurückziehen, individuell mit ihnen mitfiebern und sich alles in der eigenen Phantasie selbst ausmalen. Dies ist im Grunde auch der einzige Unterschied, den es zwischen den Serienbüchern und dem Fernsehen gibt, hingegen man im Fernsehen keine große Vorstellungskraft oder Phantasie braucht, da man alles bereits sehen kann. Diesen Unterschied kann man auch in folgendem Zitat erkennen:

„Die Geschichten sind noch mal erzählt, im Buch muss man sich alles vorstellen und seiner Fantasie freien Lauf lassen und im TV eben nicht.“<sup>70</sup>

Weiter gibt es noch Bücher rund um die Serie wie:

- Marienhof Fanbuch, es wird viel passieren. Das Lexikon von A – Z
- Marienhof al dente. Das offizielle Kochbuch zur Serie
- Marienhof 2003, ein Broschüren Kalender
- Marienhof, 10 Jahre – 2.000 Folgen. Hintergründe und Fakten

Hier erfährt man auch noch vieles rund um die Serie: Wie ist der „Marienhof“ überhaupt entstanden, wer denkt sich die Geschichten aus, wie werden die richtigen Schauspieler dafür gefunden und wie wird alles mit der richtigen Musik zu einer *Daily Soap* verarbeitet?

Bei dieser Möglichkeit der Vermarktung im Medienverbund sieht man, dass der Fan immer wieder mitfiebern kann, alles rund um den „Marienhof“ noch einmal erleben kann, sei es bei den Geschichten des „Marienhofs“ oder einfach nur im Marienhof Fanbuch.

## 4.2 Zeitschriften, Fanclubs, Tonträger

- **Zeitschriften und Fanclubs**

Auch die Zeitschriften stellen eine weitere Möglichkeit dar, das Thema „Marienhof“ im Medienverbund zu vermarkten und auf vielfältiger Weise an die Konsumenten heranzubringen. Es gibt z.B. das offizielle Magazin zur Serie mit Informationen zu den Darstellern, einer Vorschau, oder auch Berichten zur Serie. Es werden den Fans viele Informationen geboten und bestimmt ist es für viele ein Muss zur Anschaffung<sup>71</sup>. Auf der Rückseite der letzten Seite dieser Zeitschrift hat man auch die Möglichkeit, verschiedene Artikel aus dem Marienhof-Trendshop zu bestellen.

---

<sup>70</sup> Fragebogen Carolin (16), (alle Namen geändert)

<sup>71</sup> Das offizielle Magazin kostet 2.50 Euro, erscheint alle zwei Monate bei schau+partner medien GmbH in Hamburg und ist bei jedem Zeitschriftenhändler erhältlich

Neben dem offiziellen Magazin gibt es auch andere Zeitschriften, wie solche von kleineren Fanclubs, die eher nicht so weit verbreitet sind wie das offizielle Magazin.

Die Fanclubs zum „Marienhof“ sind auch zahlreich vorhanden. Es gibt den offiziellen Fanclub, der ca. 2.000 Mitglieder hat und somit einer der größten dieser Art ist. Für Fans gibt es in diesem Fanclub viele Möglichkeiten, ihren Stars so nahe wie möglich zu sein, denn man hat z.B. Zutritt zu vielen „Marienhof“-Events und bekommt die meisten Infos aus erster Hand. Neben dem offiziellen Fanclub gibt es noch weitere, kleinere Fanclubs zu den verschiedenen Stars, z.B. den Viktoria Brams Fanclub. Viele der Fanclubs bieten ihren Mitgliedern auch Treffen mit den Stars an oder die Beantwortung der Fanpost und man bekommt auch Autogrammkarten. Oder es gibt Fanshops, wo man diverse Fanartikel rund um den „Marienhof“ bekommen kann. In einigen Clubs werden auch Fanpartys organisiert, oder Besuche in den Bavaria Filmstudios, um die Kulisse einmal sehen zu können<sup>72</sup>.

Bei den Marienhof-Fanclubs sieht man, dass die meist vertretene Altersgruppe die der 14- bis 29- Jährigen ist und dass auch allgemein die weiblichen Mitglieder überwiegen<sup>73</sup>. Also entspricht dies auch wieder der Aussage, dass vor allem Jugendliche und junge Erwachsene die Serie am meisten sehen und von ihr auch am meisten angesprochen werden. Denn für dieses Alter ist die *Soap* am aufregendsten und zeigt vielleicht auch ihr eigenes Wunschbild der Realität. Ein Bild zum Träumen und Phantasieren.

- **Tonträger und Videokassetten**

Auch Tonträger gibt es zum Marienhof, die eine weitere Möglichkeit der Vermarktung im Medienverbund darstellen. Bei den Hörspielkassetten

---

<sup>72</sup> [www.das-erste.de/marie/fantastisch.asp](http://www.das-erste.de/marie/fantastisch.asp)

<sup>73</sup> Götz, Maya: Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen, München, 2002, S. 241

gibt es z.B. die Geschichte von Tobias und Lee oder die Geschichte von Tims Entführung.

Außerdem gibt es noch Videokassetten:

- Täglich grüßt der Marienhof zum Jubiläum der 500. Folge
- Marienhof gets 1.000, making of Marienhof
- Making of Marienhof 2

Bei den gesamten Produkten rund um die Serie entstehen für die Fans Soap-Welten, in denen der Fernseher eine zentrale Rolle spielt und in der die Serie das Wichtigste darstellt<sup>74</sup>. Neben dem Fernseher sind die oben genannten Medien natürlich auch sehr wichtig und sind bei vielen im Alltag fest integriert. Und jeden Tag ist es selbstverständlich, die Lieblingssoap anzuschauen. Auch wird das Internet dabei immer wichtiger, da man sich auf der Homepage über das Forum mit anderen Fans austauschen kann und jede Menge Informationen zur Serie bekommt. Sei es durch die Vorschau, die Informationen über die Schauspieler oder durch attraktive Gewinnspiele, die hin und wieder angeboten werden. Die Fans bekommen dadurch ein Gefühl der Teilnahme in ihrer eigenen Soap-Welt.

Man kann hier sehr deutlich die Vermarktung im Medienverbund erkennen und auch, dass versucht wird, dies möglichst vielseitig zu machen. Also die Konsumenten durch allerlei unterschiedliche Kanäle anzusprechen und sie letztendlich zum Kauf möglichst vieler Artikel zu bewegen.

### 4.3 Weiteres Fanmaterial

Es gibt weitere Möglichkeiten, an die Fanartikel des „Marienhofs“ heranzukommen: z.B. über die Internetseite [www.marienhof-shop.de](http://www.marienhof-shop.de), wo man in Kürze die Möglichkeit haben wird, sich Artikel zu bestellen. Oder über [www.ebay.de](http://www.ebay.de) verschiedene Artikel über Versteigerungen zu erhalten. Auf der Seite [www.marvinhegen.bei.t-online.de](http://www.marvinhegen.bei.t-online.de), einer Sammelkiste, bei der

---

<sup>74</sup> Götz, Maya: Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen, München, 2002, S. 20

man die verschiedensten Fanartikel wie Zeitschriften, Bücher oder Videos erhalten kann.

Es gibt also vielfältige Möglichkeiten, an Fanartikel des Marienhof heranzukommen. Und dabei findet bestimmt jeder Fan etwas, das ihn persönlich interessiert.

## 5 Interviews mit Nutzern

### 5.1 Interviewpartnerinnen und Durchführung der Umfrage

Ans Ende dieser Arbeit möchte ich gerne eine Auswertung einer Umfrage stellen, die ich mit verschiedenen „Marienhof“-Fans durchgeführt habe.

Durch diese Umfrage wollte ich versuchen herauszufinden, wie die verschiedenen Fans zur Serie stehen und was für sie das Besondere und Einmalige daran ist. Dafür ist ein Fragebogen entstanden, der spezielle Fragen rund um die Serie „Marienhof“ beinhaltet, wie z.B. „Warum schaust du überhaupt Marienhof? Was findest du besonders interessant, spannend und wichtig?“, aber auch solche Fragen, die man ins reale Leben mit einbeziehen kann, wie z.B. „Findest du den „Marienhof“ überhaupt realistisch und lebensnah?“.

Der Fragebogen beinhaltet insgesamt 21 Fragen, den ich an alle Fans per e-mail verschickt habe und auch auf dem gleichen Weg beantwortet wieder erhalten habe.

Alle Interviewpartnerinnen und -partner, die bei meiner Umfrage mitgemacht haben, habe ich im Forum der offiziellen Homepage des Marienhofs kennen gelernt. Insgesamt standen mir 16 ausgefüllte Fragebögen zur Verfügung. Das Alter der Befragten ging von 13 bis 50 Jahre<sup>75</sup>.

### 5.2 Auswertung der Umfrage

Für einen besseren Überblick über die Auswertung habe ich einzelne Fragen in Gruppen zusammengefasst, da sie inhaltlich gut zusammenpassen und man auch die Zusammenhänge besser sehen kann. Ebenfalls für einen besseren Überblick steht der gesamte Fragebogen im Anhang A.

---

<sup>75</sup> alle beantworteten Fragebögen der Umfrage liegen der Autorin vor

Hier nun folgend die einzelnen Gruppen mit den Fragen:

- **Allgemeine Fragen zum „Marienhof“**

**Frage 2:** Warum schaust du überhaupt „Marienhof“? Was findest du besonders interessant, spannend und wichtig an der Serie?

**Frage 4:** Was ist denn beim „Marienhof“ anders als bei „GZSZ“ oder bei „Unter Uns“?

**Frage 5:** Was gefällt dir besonders gut am „Marienhof“ und warum?

**Frage 6:** Was gefällt dir weniger gut am „Marienhof“ und warum?

**Frage 21:** Wie findest du die Themen, um die es im „Marienhof“ geht? (Freundschaft, Liebe... aber auch „brisantere“ Themen wie z.B. Drogen, Behinderte...)

- **Serienfiguren und Darsteller**

**Frage 7:** Wer ist deine Lieblingsfigur, wer ist dein Lieblingsdarsteller und warum?

**Frage 8:** Welchen Star, welche Figur magst du am wenigsten und warum?

**Frage 9:** Könntest du dir vorstellen, dass sich jemand in einen Star aus dem „Marienhof“ verlieben könnte und wenn ja, warum sind Stars zum Verlieben?

**Frage 10:** Glaubst du, dass die Stars oder Serienfiguren auch Vorbild für die Zuschauer sein können, besonders wenn es darum geht, Probleme im Alltag zu lösen?

- **Geschichten des „Marienhofs“**

**Frage 11:** Welche Geschichten findest du am besten?

**Frage 12:** Welche Geschichten gefallen dir am wenigsten?

- **Bücher zur Serie**

**Frage 14:** Liest du die Bücher zur Serie Marienhof? Wenn ja warum oder warum nicht?

**Frage 15:** Was ist an den „Marienhof“-Büchern anders als in der Fernsehserie?

**Frage 16:** Findest du, das die Geschichten in den Büchern genauso umgesetzt sind wie man sie im Fernsehen sieht?

**Frage 17:** Was könnte an den „Marienhof“-Büchern noch verbessert werden?

**Frage 18:** Würdest du die Bücher jemandem empfehlen, der die Serie noch nicht kennt?

Die restlichen Fragen, **Frage 1; 3; 13; 19 und 20** habe ich im Folgenden separat behandelt und dargestellt:

Die erste Frage des Fragebogens sollte gleichzeitig eine Einstiegsfrage sein. Hier wollte ich wissen, wie lange der „Marienhof“ schon angeschaut wird. Gleichzeitig auch, wie die Fans überhaupt dazu gekommen sind, „Marienhof“ zu schauen.

Bei den Antworten zu dieser Frage konnte ich feststellen, dass die Serie schon seit den unterschiedlichsten Zeiträumen angeschaut wird. Angefangen von 1,5 Jahren sind durchgehend alle möglichen Jahresangaben sogar bis hin zu 10 Jahren vertreten. Dies wurde immerhin von fünf Fans angegeben.

Bei diesen Angaben kann man durchaus schon von einer regelmäßigen Soap-Nutzung<sup>76</sup> sprechen, die gleichzeitig mit Spannung und Neugierde auf weitere Folgen verbunden ist. Gerade diese Faktoren machen die *Soap* für die Zielgruppe erst sehenswert<sup>77</sup>. Auch die Entspannung, da es keine große Anstrengung erfordert, die Serie anzuschauen. Man kann einfach vor dem Fernseher sitzen und schauen.

Und dann schaut man auch die weiteren Folgen an. Und somit summieren sich die Wochen oder auch Jahre, in denen man ununterbrochen die Serie angeschaut hat.

Weitere Gründe für langes Soap-Fernsehen kann auch sein, dass man sich dadurch einen realen oder vielleicht auch virtuellen Freundeskreis

---

<sup>76</sup> Götz, Maya: Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen, München, 2002, S.26

<sup>77</sup> Fahr, Andreas; Zubayr, Camille: Fernsehbeziehungen: Vorbilder oder Trugbilder für Jugendliche, München, 1999, S. 39

aufbauen kann<sup>78</sup>. Man kommt sich durch das lange Konsumieren als Mitglied der Serien-Cliquen vor und ist in viele Freundschaften miteinbezogen. Natürlich auch in den realen Freundeskreis, da man sich mit den „wirklichen“ Freunden auch über die Serie unterhalten kann. Mit einem regelmäßigen Soap-Konsum kann man auch seinen Alltag strukturieren<sup>79</sup>. Es wird alles so organisiert, dass die neue Folge auf keinen Fall verpasst wird. Vorteil dabei ist, dass die Serien täglich immer zur gleichen Zeit ausgestrahlt werden und dass es für viele eine „Belohnung“ ist, sie anzuschauen.

Durch diese Treue der Fans kann man den Erfolg der Serie sehr gut erkennen. Auch mit dem *Audience flow* als Indikator kann man den Erfolg einer Serie ansprechen. Dadurch wird angegeben, wie viele Zuschauer nach einer Sendung A auch die Sendung B anschauen. In diesem Fall wäre der Wert bei den *Daily Soaps* „Verbotene Liebe“ und „Marienhof“ bei 60 bis 65 Prozent und ist einmalig hoch<sup>80</sup>.

Gründe für den *Audience flow* könnten sein, dass man zu bequem zum Um- oder Abschalten ist, oder aber weil auf den anderen Sendern nichts Interessantes läuft.

Eine weitere Möglichkeit, den Erfolg einer Serie zu erklären, wäre der Bezug der Geschichten auf reale Begebenheiten. Die Zuschauer können alle Handlungen nachvollziehen und auch wiedererkennen. Meist sind die Zuschauer auch sehr daran interessiert, einen Einblick in ein fremdes Privatleben zu bekommen<sup>81</sup>. Und dies wird in allen deutschen *Daily Soaps* erfüllt und interessiert die Fans brennend. Oft sogar werden „nachbarschaftsähnliche“ Beziehungen aufgebaut.

---

<sup>78</sup> Götz, Maya: Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen, München, 2002, S.27

<sup>79</sup> Götz, Maya: Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen, München, 2002, S.27

<sup>80</sup> Göttlich, Udo; Krotz, Friedrich; Paus-Haase, Ingrid (Hrsg.): Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen; Opladen, 2001; S. 55

<sup>81</sup> Koukollis, Anastasia: Jugendkonzepte in Vorabendserien, Berlin, 1998, S. 73

Bei dieser Frage konnte ich sehen, der „Marienhof“ ist für viele etwas ganz Besonderes geworden. Gleichzeitig gab es auch eine Fülle von unterschiedlichen Gründen, wie die Fans zum „Marienhof“ gekommen sind. Viele der Befragten gaben an, sie sind durch Geschwister, Freunde, durch die Cousine oder die Mutter auf die Serie gekommen.

Auch war des Öfteren zu lesen, das sie bereits „Verbotene Liebe“ angeschaut haben und darüber zur Serie gekommen sind. Hier konnte ich also eine Bestätigung für den *Audience flow* erkennen. Wiederum haben einige einfach nur rumgezappt und sind dann beim „Marienhof“ hängen geblieben oder sind auch nur durch Zufall oder Langeweile auf die Serie gestoßen. Auch waren Vorankündigungen in der Presse und auch Neugierde ein Grund.

Egal welche Gründe sie letztlich dazu bewogen haben, es gab von allen Befragten dabei eine klare, übereinstimmende Aussage. Seit dem sie die Serie entdeckt haben, hat sie allen so sehr gefallen, dass sie keine Folge mehr verpassen möchten. Viele haben noch zusätzlich geantwortet, dass sie nun regelmäßig schauen und sie schon fast süchtig danach sind oder einfach nur auf den Geschmack gekommen sind.

Deutlich wurde dies z.B. hierdurch:

*„Meine Mutter und meine Schwester haben ihn immer angeschaut und durch sie bin ich dazu gekommen. Seit dem schaue ich ihn jeden Tag und will keine Folge mehr versäumen.“<sup>82</sup>*

Oder hierdurch:

*„Ich habe Ende 1995 einfach mal rumgezappt und bin dann beim „Marienhof“ hängen geblieben. Ja, damals lief, glaube ich, grade der Heiratsantrag von Mathias an Ortrud. Na jedenfalls fand ich es spannend und bin drangeblieben.“<sup>83</sup>*

Begründen kann man den Wunsch nach der Rezeption der Serie auch noch damit, dass viele ein Identifikationspotential in Figuren sehen<sup>84</sup>. Denn man kann sich in deren Leben hineindenken, sich vorstellen, genauso zu leben oder im Traum auch deren Platz einzunehmen. Und bei

---

<sup>82</sup> Fragebogen Martina (17)

<sup>83</sup> Fragebogen Anja (19)

<sup>84</sup> Fahr, Andreas; Zubayr, Camille: Fernsehbeziehungen: Vorbilder oder Trugbilder für Jugendliche? München, 1999, S.40

vielen entsteht der Wunsch, am liebsten genauso zu sein wie die Serienfigur.

Bei der dritten Frage wollte ich wissen, ob die Fans neben dem „Marienhof“ auch noch andere *Daily Soaps* anschauen. Wenn ja, welche und warum.

Dabei konnte ich feststellen, dass neben dem „Marienhof“ die allermeisten der Fans auch noch „Verbotene Liebe“ anschauen. „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ und „Unter Uns“ war nicht so sehr beliebt. Vier der Befragten haben auch angegeben, dass sie keine weitere *Daily Soap* anschauen.

Die angegebenen Gründe für eine weitere *Soap* waren auch recht vielfältig: Zum einen weil die Serien zur Unterhaltung dienen und schön kitschig sind, zum anderen weil sie spannend sowie einfach toll sind und die unterschiedlichen Charaktere in den *Soaps* gut sind. Für eine der Befragten gehören „Marienhof“ und „Verbotene Liebe“ fast sogar schon zusammen und sind einfach nur die besten *Soaps*.

Dies wird bei folgenden Zitaten der Befragten deutlich:

*„„Unter Uns“ und „Verbotene Liebe“ sehe ich auch noch an. Weil sie einfach spannend sind und sie mir gefallen.“<sup>85</sup> Oder:*

*„Die einzig andere Daily die ich guck ist die „Verbotene Liebe“, das gehört ja auch irgendwie zusammen, manchmal vergisst man sogar fast, dass das nicht ein und dieselbe Seife ist. Zu den Gründen gilt vor allem Entspannung!“<sup>86</sup>*

Man kann also sehen, es gibt wirklich eine Fülle von unterschiedlichsten Gründen, warum neben dem „Marienhof“ auch noch andere *Daily Soaps* regelmäßig angeschaut werden. Oder warum manche *Soaps* anderen bevorzugt werden.

Begründen kann man den Konsum von verschiedenen *Daily Soaps* auch damit, dass es für viele längerfristig gesehen zu einer Regelmäßigkeit geworden ist. Dabei bietet das Genre *Daily Soap* den Jugendlichen Erzählungen an, die auch etwas mit dem wirklichen Leben zu tun haben.

---

<sup>85</sup> Fragebogen Martina (17)

<sup>86</sup> Fragebogen Thomas (29)

Es werden narrative<sup>87</sup> Handlungsstränge verfolgt, die auch spannend aufgebaut sind und die Zuschauer positiv ansprechen. Somit bleiben die Zuschauer an den Geschichten und den verschiedenen Serien dran und wollen auch auf dem Laufenden bleiben<sup>88</sup>.

Bei der dreizehnten Frage wollte ich wissen, ob die Fans den „Marienhof“ als realistisch und lebensnah ansehen, ob er ihrer Meinung nach in unserer Umgebung stattfinden könnte, oder ob alles ziemlich klischeehaft ist. Bei dieser Frage gab es sowohl einen Teil, der den „Marienhof“ als total realistisch und lebensnah ansieht, der andere Teil der Fans hat keine klare Gegenposition in Form von total unrealistisch eingenommen. Es gab stattdessen ziemlich unterschiedliche Meinungen, dass es dort schon klischeehaft zugeht, die Probleme zu geballt sind und immer zum Positiven hin gelöst werden, aber dies schließlich auch nur zur Unterhaltung der Zuschauer dient. Gleichzeitig gab es auch Meinungen, dass ein gewisser Teil schon realistische Ansätze aufweist und manche Geschichten doch in der eigenen Umgebung stattfinden könnten.

Die unterschiedlichen Meinungen konnte man in folgenden Zitaten erkennen:

*„Na ja, möglich ist alles. Aber generell halte ich „Marienhof“ nicht für sonderlich realistisch. Das ist eher TV-Junkfood und lebt vom Klischee. Es gibt aber durchaus noch unrealistischere Sendungen.“<sup>89</sup>*

Oder etwas abgemildert in diesem Zitat:

*„Manches ist schon eher klischeehaft, aber ich kann mir schon vorstellen, dass es ähnliche Geschichten auch zum Beispiel in meinem Freundeskreis gibt, aber natürlich nicht so gehäuft und mit weitaus weniger ausgefeilten Dialogen.“<sup>90</sup>*

Eine ganz andere Position wird durch dieses Zitat deutlich:

*„Ich finde „Marienhof“ am realistischsten von allen Soaps. Natürlich könnte so etwas auch in meiner Umgebung passieren.“<sup>91</sup>*

---

<sup>87</sup> erzählend, berichtend (aus: Langenscheidts Fremdwörterbuch online)

<sup>88</sup> Göttlich, Udo; Krotz, Friedrich; Paus-Haase, Ingrid (Hrsg.): Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen, Opladen, 2001, S. 320

<sup>89</sup> Fragebogen Thomas (29)

<sup>90</sup> Fragebogen Sabine (15)

Bei dieser Frage konnte ich auch ziemlich gut erkennen, dass die Fans sich mit dem Realitätsbezug in der Serie recht gut auseinander gesetzt haben und es viele unterschiedliche Denkansätze gibt. Für den einen ist der „Marienhof“ absolut realistisch und lebensnah und er setzt sich auch so mit der Serie auseinander, andere sehen ihn wirklich als pure Unterhaltung an und erkennen, dass man komplizierte Probleme doch nicht so schnell lösen kann, wie es in der Serie gemacht wird. Aber trotzdem ist dies kein Hinderungsgrund, täglich vor den Fernseher zu sitzen.

Bei der neunzehnten Frage interessierte es mich, ob die Fans sich andere „Marienhof“-Fanartikel kaufen außer den Büchern zur Serie.

Bei dieser Frage haben acht der Befragten geantwortet, sie würden sich nichts kaufen. Sonst kaufen sich vier der Befragten das „Marienhof“-Magazin. Weitere Angaben waren: Videos, Fanbücher, Wandkalender oder Kalender, Tassen oder auch Downloads von Fotos der Homepage. Bei dieser Frage wurde von einigen Nicht-Käufern angegeben, dass ihnen die Informationen aus dem Fernseher oder dem Internet ausreichen. Also nehmen die Fanartikel bei den meisten doch keinen so großen Stellenwert ein.

Bei der zwanzigsten Frage war ich neugierig und wollte jedem der Befragten einen spontanen Satz entlocken, um was es im „Marienhof“ geht. Dabei gab es viele spontane Einfälle, wie z.B.:

*„Es geht um die alltäglichen Sorgen und Freuden der imaginären Bewohner des imaginären Stadtteils Marienhof.“<sup>92</sup>*

*„Im „Marienhof“ geht es um die Bewohner einer Ecke von Köln, um deren Leben, um Problem- und Glücksgeschichten mit hohem Bezug zur Realität.“<sup>93</sup>*

*„Der „Marienhof“ zeigt die „Welt“ der Bewohner und Anlieger der „Kölner Galerie“ Marienhof und erzählt von ihren Problemen und Geschichten, wobei durchaus gelegentlich auch gesellschaftliche Probleme berührt werden.“<sup>94</sup>*

---

<sup>91</sup> Fragebogen Isabelle (20)

<sup>92</sup> Fragebogen Anja (19)

<sup>93</sup> Fragebogen Sabine (15)

„Um Probleme, die sich die Figuren machen und dann wieder lösen.“<sup>95</sup>

Also vielfältige Gedanken zu einem zentralen Thema, dem „Marienhof“. Auch viele unterschiedliche Ansätze, die erkennen lassen, dass für viele der „Marienhof“ auch unterschiedliche Schwerpunkte hat, die von Bedeutung sind und in diesen Zitaten erkennbar sind.

Viele Informationen, die vielleicht auch einem Nicht-Kenner des „Marienhofs“ einen ersten, groben Überblick über das Thema geben könnte.

Nun zu den Fragen, die ich in Gruppen gestellt habe:

- **Allgemeine Fragen zum „Marienhof“:**

**Fragen:** Warum wird der „Marienhof“ angeschaut, was ist besonders interessant, spannend und wichtig; was ist beim „Marienhof“ anders als bei den anderen *Soaps*; was gefällt den Fans besonders gut bzw. weniger gut am „Marienhof“; Meinungen zu den Themen der Serie.

Zu der Frage, warum der „Marienhof“ angeschaut wird und was besonders interessant, spannend und wichtig an der Serie ist, wurde einiges deutlich. Einerseits ist er zur Unterhaltung, wobei es nichts zu denken gibt, er ist schön kitschig und entspannend, spannend und witzig. Es ist interessant, welche Verwicklungen als Nächstes kommen und wie alles wieder gelöst wird. Also spielt der Faktor Unterhaltung dabei eine wichtige Rolle. Ein weiterer, wichtiger Punkt, der von vielen angesprochen wurde, ist die Realitätsnähe der Serie. Die Personen werden lebensnah dargestellt und sehen gleichzeitig auch noch für viele sehr gut aus, man kommt sich selbst wie ein Mitglied der „Marienhof“-Familie vor und kann sich auch gut mit der Serie identifizieren. Auf keinen Fall zu vergessen ist natürlich, dass auch viele wissen möchten, wie die Folgen weitergehen. Vor allem, wenn man einmal angefangen hat. Auch angesprochen wurde, dass jede Folge so spannend endet, dass man automatisch die nächste sehen möchte. Genauso wichtig sind die Themen. Weiter angesprochen wurde, dass nicht alles beschönigt wird, sondern auch Themen

---

<sup>94</sup> Fragebogen Anna (33)

<sup>95</sup> Fragebogen Jennifer (20)

wie Drogen angesprochen werden. Vertreten war noch die Meinung, dass die Probleme der Figuren sowie deren Lösungen interessant sind. Dies waren also viele unterschiedliche Meinungen der Fans zum „Marienhof“. Und man sieht, dass jeder der Fans eine ganz andere Auffassung davon hat, was an der Serie wichtig ist und warum er sie anschaut. Ob nur zur reinen Unterhaltung oder um die Lösungen von Problemen zu verfolgen, der „Marienhof“ ist für jeden etwas Besonderes. Neben der Unterhaltung nutzen viele der Zuschauer die *Soap* noch als einen Ratgeber<sup>96</sup>. Es werden Antworten auf aktuelle Fragen oder auch Probleme gesucht und meistens auch gefunden, denn die *Soap* spiegelt für viele der Zuschauer eine besondere Welt dar, in der sich viele sehr stark an diesem Medium orientieren, Fernsehen also ein wichtiger Faktor darstellt.

Weiter wollte ich wissen, was beim „Marienhof“ im Unterschied zu den anderen *Daily Soaps* so anders ist.

Fünf der Befragten schauen nur „Marienhof“ an. Sonst wurde ein klarer, gemeinsamer Gedanke bei den meisten erkennbar: „Marienhof“ wäre die *Soap*, die am realistischsten ist. Die Geschichten rund um das „normale“ Leben von Leuten, das man täglich zu sehen bekommt. Es wirkt nicht gekünstelt wie in manchen anderen *Soaps*. Auch ein wichtiger Punkt, der angesprochen wurde, sind die Themen im „Marienhof“. Neben der häufigen Familienproblematik und den Alltagsthemen sind es auch Geschichten um das Thema Drogen, Ausländerhass, HIV oder Behinderte. So etwas findet man nicht in den anderen *Soaps*, dort werden diese Themen überhaupt nicht berücksichtigt. Weiter wurde noch genannt, dass die neue Außenkulisse natürlicher und realistischer wirkt, die Darsteller besser sind und weniger Intrigen stattfinden, wie z.B. in „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“.

Ziemlich klar erkennen konnte man hier, dass gerade der Bereich der Themen und der Realitätsnähe von den Fans als ziemlich wichtig ange-

---

<sup>96</sup> Götz, Maya: Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Jugendlichen, München, 2002, S. 254

sehen wird. Denn das normale Leben, das auch nebenan stattfinden könnte, ist doch für die meisten der Fans ein ausschlaggebender Punkt. Auch begründen kann man die unterschiedliche Beliebtheit von *Soaps* damit, dass die *Soaps*, die heute für ein Millionenpublikum produziert werden, auch das Interesse dieses Millionenpublikums auf einen Nenner bringen müssen. Denn in jeder *Soap* wird ein breitgefächertes Inhalt angeboten, aber jeder Mensch interpretiert diesen Inhalt individuell für sich ganz anders. Und deswegen kann es auch sein, dass das ein und das selbe ganz unterschiedlich gesehen wird. Denn die Wahrnehmung ist von Mensch zu Mensch ganz unterschiedlich und wird bei vielen durch bereits gemachte Erfahrungen oder Eindrücke beeinflusst<sup>97</sup>.

Aber was gefällt den Fans besonders gut am „Marienhof“ und was sind ihre Gründe und Meinungen dafür?

Zum einen sind natürlich die Geschichten spannend dargestellt. Es sind alltägliche, aktuelle, aber auch realistische Geschichten, die oft humorvoll, abwechslungsreich und auch zum Träumen sind. Es wird auch alles angesprochen und nicht unter den Teppich gekehrt. Auch sind Randgruppen vertreten, was man deutlich bei Frederik Neuhaus sieht, der auch als Behinderter eine Chance bekommt, mitzuspielen. Weiter wurde auch Trixi van der Looh angesprochen, ein selbstbewusster Charakter. Auch hier konnte ich wieder erkennen, dass gerade die Realitätsnähe der Geschichten sowie brisante Themen eine ziemlich zentrale Rolle im „Marienhof“ spielen und für die meisten der Fans etwas ganz Wichtiges beim „Marienhof“ darstellen. Die Geschichten werden von den Befragten angenommen und akzeptiert und viele setzen sich auch damit auseinander.

Natürlich gibt es auch Aspekte, die den Fans nicht so sehr gefallen. Im Vergleich zu den anderen Fragen gab es hier aber die wenigsten Antworten. Mehrere fanden nicht gut, dass Darsteller für längere Zeit ver-

---

<sup>97</sup> Götz, Maya: Alles Seifenblasen? Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen, München, 2002, S.28

schwinden. Dieser Aspekt wurde immerhin dreimal genannt. Was auch von einigen angesprochen wurde ist, dass manche Geschichten zu plötzlich enden. Auch werden oft Geschichten künstlich in die Länge gezogen. Oder die eigentliche Handlung ist zu oberflächlich oder das Ende wird unterschlagen. Auch sind manche Geschichten peinlich und ziemlich durchschaubar.

Im Gegensatz zur Realitätsnähe der Serie wurde auch angesprochen, dass die Serie auch unrealistische Geschichten bringt, die auf keinen Fall stattfinden können oder dass es schlechte Schauspieler gibt.

Es gibt also durchaus auch negative Punkte, bei denen man sieht, dass die Fans sich auch kritisch mit der Serie auseinandersetzen und auch manchem zweifelnd gegenüber stehen. Solche negativen Punkte wird es auch mit Sicherheit bei den allermeisten Fans geben.

Bei der letzten Frage dieser Gruppe wollte ich wissen, wie die Fans den Themen des „Marienhofs“ gegenüberstehen.

Hier gab es auch wieder eine klare Richtung, in die viele der Antworten gingen: Die Auswahl der verschiedenen Themen wäre sehr gut gemischt und auch abwechslungsreich. Es sind gerade solche Themen, die mitten aus dem Leben gegriffen sind, aktuell und auch immer gut und spannend behandelt, aber auch oft klischeehaft behandelt werden.

Also auch hier wieder die klare Tendenz zur abwechslungsreichen Realitäts- und Lebensnähe der Themen. Denn nur so kann man die Zuschauer einer Serie erreichen. Durch Themen, die gerade aktuell sind und somit die Zuschauer auch außerhalb der Serie beschäftigen und ansprechen. Und dann ist auch sichergestellt, dass sie wieder einschalten werden. Und dies ist beim „Marienhof“ auf alle Fälle gelungen.

Es wurden auch die sozialen Themen der Serie angesprochen, die gut gelungen sind. Nur im „Marienhof“ werden Themen wie Behinderungen, Drogen oder Ausländer sehr stark thematisiert und einigen Meinungen zufolge wäre dies auch ein Fehler sie zu verschweigen. Auch gab es die Meinungen, dass zum Thema Behinderung noch mehr gebracht werden sollte, da dieses Thema noch nicht ausgereizt wäre. Und es wäre auch klasse, da dadurch die Menschen lernen, mit solchen Themen umzuge-

hen und sehen, dass nicht alles beschönigt wird, sondern nur das reale Leben gezeigt wird.

Hier konnte man auch sehen, dass sich die Fans wirklich mit den Themen auseinandersetzen und wahrscheinlich gerade durch das Vorhandensein schon viel darüber erfahren haben und es sehr positiv finden. Und für viele sind die Themen einer *Daily Soap* auch generell sehr wichtig, denn dies wird schließlich jeden Tag angeschaut. Auch ist es oft so, dass die gesamten Inhalte als Vorbild dienen und sogar manche bei den alltäglichen Handlungen, Einstellungen oder Denkweisen beeinflussen können. Denn in der Serie wird es vorgemacht und man kann es anschließend versuchen in die Realität umzusetzen.

- **Serienfiguren und Darsteller:**

**Fragen:** Wer sind die Lieblingsdarsteller und Lieblingsfiguren; welche Stars und Figuren mag man am wenigsten; könnte man sich vorstellen, dass sich jemand in einen Star aus dem „Marienhof“ verliebt und warum die Stars zum Verlieben sind; sind die Stars oder Figuren ein Vorbild für Zuschauer um z.B. Probleme zu lösen?

Bei der Frage nach den Lieblingsfiguren und -darstellern gab es wirklich eine große Anzahl der unterschiedlichsten Antworten.

Bei den Lieblingsfiguren in der Serie kam es zu folgenden Ergebnissen: Fünfmal genannt wurde Frank Töppers, weil er witzig und natürlich ist und einen kölschen Dialekt spricht. Viermal Trixi van der Looh aufgrund der Sympathie, weil sie eine nette Schauspielerin ist, wegen ihrer Power und Ausstrahlung, weil sie süß aussieht und alles gut rüberbringt. Zweimal Charly Kolbe aufgrund seines guten Charakters und weil er auch ungeniert seinem Laster, dem Rauchen, frönt. Auch zweimal Andrea Süsskind wegen ihres Selbstbewusstseins.

Die anderen genannten Figuren waren je einmal Annalena Bergmann, weil sie einfach gut ist; Annika Kruse, da sie lieb, natürlich und der Fan gern so wie sie wäre; Michi Derflinger, weil er gut schauspielert, sowie sympathisch und gutaussehend ist; Matthias Kruse, weil er gut spielt; Inge Busch, da sie hilfsbereit ist und immer ein offenes Ohr für die anderen

hat; Sandra Behrens, weil sie gut schauspielert und alles gut rüberbringt; Toni Maldini, da sich der Fan gut mit ihr identifizieren kann; Stefano Maldini, da er seine Rolle gut rüberbringt; Dino Maldini, weil er immer so gute Probleme hat und Oma Maldini, weil sie witzig ist.

Bei den Lieblingsdarstellern kam es zu folgenden Ergebnissen:

Einmal wurde die Darstellerin Carolin Gralla genannt, die in der Serie Trixi van der Looh spielt, weil sie alles gut rüberbringt; dreimal der Darsteller Simon-Paul Wagner, der den Marlon Berger spielt, da er lustig ist und gut aussieht; Berrit Arnold, die die Annalena Bergmann spielt, weil sie gut schauspielert und sympathisch ist; Michael Jäger, der den Matthias Kruse spielt, weil er fannah, kontaktfreudig und nett ist; Henriette Richter-Röhl, die die Elena Zirkowski spielt, da sie gut rüberkommt und Nina Louise, die die Toni Maldini spielt, weil sie ebenfalls gut rüberkommt.

Man kann also sagen, es gibt eine Vielzahl von Darstellern und Figuren, die den Fans gut gefallen. Und so unterschiedlich wie die Serienfiguren sind, jeder einzelne Fan findet doch etwas Besonderes an ihr und sieht sie aus seinem ganz persönlichen Blickwinkel. Was dabei aufgefallen ist, ist, dass als Grund sehr oft das gute Rüberkommen genannt wurde. Es scheint also sehr wichtig, wie die Rolle gespielt wird und wie der Darsteller versucht, sie überzeugend darzustellen. Gerade dies ist für viele der Fans bestimmt ein wichtiger Faktor die Serie zu schauen, denn wenn es unglaublich wirkt, macht es auch keinen Spaß mehr anzuschauen. In Ansätzen konnte man auch erkennen, wie sich manche der Fans versuchen, mit der Lieblingsfigur zu identifizieren, oder sie zumindest als Vorbild zu sehen. Dabei kommt es oft vor, dass manche Ähnlichkeiten zwischen sich und der Serienfigur entdecken, was den Wunsch nach Identifikation bestimmt auch noch unterstützt<sup>98</sup>. Also im Aussehen oder vielleicht auch in Charaktereigenschaften, was gerade so wichtig ist, dass eine Figur eine Lieblingsfigur darstellt, da gerade sie das widerspiegelt, weswegen sie verehrt wird.

---

<sup>98</sup> Götz, Maya: Mädchen und Fernsehen: Facetten der Medienaneignung in der weiblichen Adoleszenz, München, 1999, S. 293

Ebenfalls viele Meinungen gab es bei den Figuren, die man am wenigsten mag:

Viermal wurde Toni Maldini genannt, da sie nicht gut schauspielern kann, ihre Rolle ein lebender Blondinenwitz ist, sie viel zu naiv ist, sich nicht entsprechend einer 18-Jährigen verhält und wegen ihres Dauergrinsens einfach nur nervt. Hier sieht man also, dass zuviel „Blondheit“ auch nicht förderlich ist und die Zuschauer wohl eher nervt.

Zweimal genannt wurde Valerie Kniebe, weil sie aufgesetzt wirkt, eine hinterhältige Stimme hat, arrogant ist und glaubt, besser zu sein.

Hier spielt auch wieder der Faktor Intrigen eine große Rolle. Gar nicht gern gesehen wird es, wenn eine Figur viele Intrigen spinnt und sie wird dementsprechend auch nicht gemocht. Auch zweimal genannt wurde Justus Hofmann, da er noch relativ neu ist und deswegen nicht dazu passt und auch unsympathisch wirkt.

Weiterhin wurden noch je einmal genannt: Jenny Deile, da sie unsympathisch ist und eine blöde Stimme hat; Dino Maldini wegen seiner ständigen Pseudojugendsprache wie „Hey Alter, was geht?“; Michi Derflinger, weil er ständig nur grinst, sowie Stefano Maldini ohne Angabe von Gründen.

Im Nachhinein kann man sehen, dass manche Schauspieler sowohl bei den Lieblingsschauspielern wie auch bei den weniger Beliebten vorkommen. Und dabei kann man erkennen, dass viele der Zuschauer die Darsteller ziemlich unterschiedlich und individuell sehen.

Auch wird wieder deutlich, dass für manche der eine oder andere Darsteller doch eine Vorbildfunktion einnimmt, indem man sich mit ihm gut identifizieren kann oder sich auch gut vorstellen kann, so zu sein wie er. Dabei wirkt der gesamte Schauspieler faszinierend, seine Kleidung, seine Verhaltensweise und auch seine Meinungen sind für manche Zuschauer von großer Bedeutung. Denn viele halten die Serienfiguren für „cool“ und schauen deswegen zu ihnen auf. Und dadurch lässt sich bestätigen, dass Schauspieler in *Daily Soaps* oft eine Vorbildfunktion einnehmen.

Bei der nächsten Frage geht es darum, ob man sich vorstellen kann, dass sich manche in die Stars verlieben könnten und warum dies so ist. Hier wurde vor allem deutlich, dass viele der Befragten die Altersgruppe der 12- bis 16-Jährigen angesprochen haben, die sich doch ziemlich schnell in einen Star verlieben können. Man sieht ihn jeden Tag, er sieht gut aus, könnte nebenan wohnen, ist nett, aber dies ist sehr oft doch nur eine Schwärmerei. Denn im Grunde kennen sie die Person auch nicht und dann wäre eine große Liebe eher nicht möglich.

Das Aussehen ist aber heute nun mal für viele Fans sehr wichtig und es wird sehr stark auf bestehende Schönheitsideale geachtet, was wiederum sehr schnell zu einer Verliebtheit führen kann und sich manch einer sogar hineinsteigern kann. Auch waren deutlich die Meinungen vertreten, dass sich viele Fans nur in die Rolle verlieben, dabei nicht von der Realität unterscheiden und das Gute der Serienfigur auch auf den Schauspieler projizieren, obwohl der Schauspieler im wahren Leben ganz anders sein kann, also sich emotional mit der Rolle identifizieren und auch in sie hineinversetzen. Und dann gerät in Vergessenheit, dass es nur Fiktion ist und nicht der Realität entspricht<sup>99</sup>. Aber gerade die Rollen sind für viele so faszinierend, da sie für manche auch einen idealen Partner darstellen können, bestimmte gute Eigenschaften vermitteln und eben dafür eine große Projektionsfläche bieten.

An sich konnten sich die Befragten für sich so etwas weniger vorstellen, vielleicht auch aufgrund ihres Alters. Aber gerade im Alter von 12 – 16 ist es bestimmt sehr häufig und viele der Fans sehen die Stars auch als Vorbild. Gerade deswegen, weil man sie oft sieht, sie eine ideale Person verkörpern, der man sehr gerne nacheifern möchte. Und daraus entwickeln sich auch sehr oft langfristige Fan-Beziehungen zu bestimmten Figuren. Eine wirkliche Liebe wird sich wohl weniger entwickeln, eher Jugendschwärmereien und -verliebtheiten.

---

<sup>99</sup> Göttlich, Udo; Krotz, Friedrich; Paus-Haase, Ingrid (Hrsg.): Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen, Opladen, 2001, S.81

Bei der nächsten Frage geht es darum, ob die Serienfiguren und Stars aus der Serie Vorbilder sein können.

Allgemein ist zu einem Vorbild zu sagen, dass dies eine Person ist, die einem Jugendlichen in seiner Verhaltensorientierung mit seinen jeweiligen Eigenschaften hilft<sup>100</sup>.

Ob als ein Idol, in das man sich reindenken kann und Orientierung sucht, oder um in der „Traumwelt Marienhof“ zu leben und sich in einer Rolle wiederzuerkennen und sich damit zu identifizieren, kann dies bei manchem durchaus etwas Positives auslösen. Viele waren auch der Meinung, durch diese vorhandene Vorbildfunktion könnten viele die Probleme wie in der Serie versuchen zu lösen und sich dabei etwas abgucken. Dabei wurde gleichzeitig auch erwähnt, dass sich die Probleme in der Serie meist schneller als im normalen Leben lösen und dies kein Vergleichsmaßstab sein dürfte. Nicht vergessen dürfte man dabei, dass es auch eine Vielzahl von negativen Vorbildern gibt, die genauso Einfluss auf die Zuschauer ausüben. Auch kann man aus den Fehlern, die in der Serie gemacht werden, lernen und es selbst besser machen.

Ein kleiner Teil war eher der Meinung, dass auch die Jüngsten schon erkennen sollten, dass dies nur zur Unterhaltung gemacht wird und nicht der Realität entspricht. Eine weitere Meinung war, dass vieles aus der Serie nur ein schlechtes Beispiel darstelle und nicht als Vorbild aufgegriffen werden sollte. Man sieht also, der größte Teil der Befragten spricht sich doch einheitlich dafür aus, dass Serienfiguren ein Vorbild darstellen können.

Die Lebensumstände des Vorbildes, sein ganzes Verhalten wird vom Jugendlichen bewundert. Die Fans orientieren sich an ihnen, um ihren Alltag zu strukturieren und überschaubarer zu machen, also zu den Figuren mit der Zeit eine parasoziale Beziehung aufzubauen<sup>101</sup>. Dabei hegen viele den Wunsch, am liebsten so zu sein wie sie, ihre Probleme genauso zu lösen oder genauso zu sprechen. Es entsteht dabei oft auch eine ge-

---

<sup>100</sup> Fahr, Andreas; Zubayr, Camille: Fernsehbeziehungen: Vorbilder oder Trugbilder für Jugendliche? München, 1999, S. 41

<sup>101</sup> Göttlich, Udo; Krotz, Friedrich; Paus-Haase, Ingrid (Hrsg.): Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen, Opladen, 2001, S. 320

borgene Vertrautheit und man fühlt sich dazugehörend. Entweder gehört man selbst in die Serie oder die Serienfiguren werden in den eigenen Alltag miteinbezogen<sup>102</sup>. Dabei ist es normal, zu den Serienfiguren zu gehören und sie auch gut zu kennen. Für viele spielt auch das Äußerliche eine wichtige Rolle. An der Kleidung, der Frisur oder dem gesamten Erscheinungsbild des Stars versuchen sich manche zu orientieren und auch so zu werden.

Begründen kann man dies auch damit, dass sie sich emotional mit der Rolle identifizieren und sich auch in sie hineinversetzen können, sogar außerhalb der Serie<sup>103</sup>. Dabei vergisst vielleicht auch der eine oder andere, dass die Serie nur Fiktion ist und die Realität etwas ganz anderes ist, die Grenzen also oft verwischt werden.

Auch richten sich die Inhalte der Serien gerade an eine junge Zielgruppe<sup>104</sup>, die oft Vorbilder in den Serien suchen. Es werden z.B. in den *Soaps* Beziehungen dargestellt, da man weiß, es sitzt auch gerade jemand vor dem Fernseher, der sich eine Beziehung wünscht. Oder werden Teenager angesprochen, die in der Serie mitspielen.

- **Geschichten des „Marienhofs“:**

**Fragen:** Welche Geschichten man am meisten und am wenigsten mag.

Bei der Frage nach den guten Geschichten war hier die Meinung, dass es solche Geschichten sind, die realistisch wirken, witzig, romantisch oder lustig sind. Als Beispiele dafür wurden unter anderem die Liebesgeschichte rund um Elena und Michi angesprochen. Dieses Beispiel war absoluter Spitzenreiter und wurde sechsmal angesprochen. Weiter wurden die Geschichten über Töppers und seine Frau Annalena angesprochen, Problemgeschichten, das Alkoholproblem von Inge Busch, Ge-

---

<sup>102</sup> Götz, Maya: Mädchen und Fernsehen: Facetten der Medienaneignung in der weiblichen Adoleszenz, München, 1999, S.288

<sup>103</sup> Göttlich, Udo; Krotz, Friedrich; Paus-Haase, Ingrid (Hrsg.): Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen, Opladen, 2001, S. 81

<sup>104</sup> Fahr, Andreas; Zubayr, Camille: Fernsehbeziehungen: Vorbilder oder Trugbilder für Jugendliche, München, 1999, S. 20

schichten um HIV und die Toni-Maldini-Geschichten. Alles rund um das blonde, naive Mädchen, das mit ihrer „Blondheit“ schon manchen zur Raserei gebracht hat. Und einmal das Missverständnis, dass Dino und Marlon schwul wären.

Bei den weniger guten Geschichten wurden auch die unrealistischen angesprochen, wie wenn Partnerschaften aufgrund von Missverständnissen auseinandergehen. Auch zu lange Liebesgeschichten, die nie enden, unrealistische Geschichten rund um die Familie Maldini, Intrigen oder wenn die sexuelle Neigung einer Figur ständig wechselt.

Allgemein ist zu erkennen, dass gerade Geschichten rund um Liebe die meist angesprochenen sind, sowohl bei den guten wie auch bei den weniger guten. Wahrscheinlich auch deswegen, da allgemein das Thema Liebe und Partnerschaft, aber auch Freundschaft in diesen Serien sehr häufig dargestellt wird. Natürlich wird dies von den Konsumenten auch sehr stark angenommen.

Vielleicht auch ein Grund, warum manche Geschichten so beliebt sind, sind Träumereien der Fans, sie könnten selbst auch einmal dabei mitspielen<sup>105</sup>. Viele stellen sich vor, in den Handlungen mit integriert zu sein und vor allem in der Nähe der bewunderten Stars sein zu können.

Ein weiterer Grund, der besonders für manche Geschichten spricht, ist die Verbundenheit, die manche Zuschauer dadurch zu den Stars fühlen. Diese parasozialen Beziehungen sind vor allem bei den jüngeren Zuschauern noch intensiver vertreten, da dort die Realitätsnähe der Serie noch viel stärker angesehen ist wie bei älteren Zuschauern<sup>106</sup>. Für die jüngeren Zuschauer ist es auch selbstverständlich, dass alle Geschichten realistisch ablaufen und sie die Stars auch fast persönlich kennen.

---

<sup>105</sup> Götz, Maya: Alles Seifenblasen? Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen, München, 2002, S. 295

<sup>106</sup> Götz, Maya: Alles Seifenblasen? Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen, München, 2002, S. 25

- **Bücher zur Serie:**

**Fragen:** Lesen die Fans die Bücher zur Serie; was an den „Marienhof“-Büchern anders als im Fernsehen ist; sind die Geschichten in den Büchern genauso umgesetzt wie im Fernsehen; was man an den Büchern verbessern könnte; würden die Fans die Bücher jemandem empfehlen, der die Serie nicht kennt?

Bei der Frage, ob die Bücher überhaupt gelesen werden, gab es ein sehr eindeutiges Ergebnis. Von den Befragten haben bis auf zwei alle mit nein geantwortet. Die anderen sagten, es würden die Gefühle nicht übermittelt werden, sie wären zu teuer, auch wäre es wichtiger, die Serie im Fernsehen anzuschauen. Weiter wurde viermal genannt es wäre schon aus dem Fernsehen bekannt. Drei der Befragten gaben an, dass sie bisher nichts von Büchern wussten, aber gerne welche davon lesen würden. Weitere Angaben waren auch noch, dass die Bücher zu alt wären, es keine Zeit dafür gäbe oder keine Interesse vorliegt.

Alles in allem nehmen die Bücher zur Serie keinen hohen Stellenwert ein. Ändern wird sich diese Lage vielleicht ab Ende September, wenn zur 2.000. Folge ein Buch herauskommt.

Auch bei den folgenden drei Fragen, was im Buch anders ist als im Fernsehen, ob die Geschichten im Buch genauso umgesetzt sind wie im Fernsehen, was am Buch noch verbessert werden könnte und ob man das Buch an jemand weiterempfehlen würde, der den „Marienhof“ nicht kennt, gab es also nur von den zwei Befragten eine Antwort. Dementsprechend kurz fällt der Rest hier aus.

Bei der Frage, was im Buch anders ist als im Fernsehen, wurde je einmal geantwortet, dass alles genauso beschrieben ist und das man sich im Buch alles vorstellen muss und seine Phantasie einsetzen muss.

Zur Frage, ob es im Buch gleich umgesetzt ist wie im Fernsehen, gab es einmal die Antwort „ja“.

Bei der Frage nach der Verbesserung der Bücher gab es den Vorschlag, ob man nicht ein Stück des Drehbuchs veröffentlichen könnte.

Die Frage, ob man die Bücher weiterempfehlen würde, wurde sowohl mit ja wie mit nein beantwortet. Nein, weil die Serie besser ist und derjenige auch kein Hintergrundwissen hat. Und einmal einfach mit „ja“.

Bei der Umfrage konnte ich deutlich erkennen, dass es oft wiederkehrende Aspekte gibt, die ein mehr oder weniger einheitliches Muster erkennen lassen. Für alle Fans ist der „Marienhof“ eine einmalige Serie, die sie täglich konsumieren und die auch zur Unterhaltung beiträgt. Dabei sieht man auch, dass die Fans, so einheitlich wie sie auch sind, jeder für sich doch individuell ist und für sich selbst Gründe hat, warum der „Marienhof“ einmalig ist.

Viele der Fans können sich in die Geschichten hineinversetzen, oder in den Figuren eine Vorbildfunktion sehen. Deshalb, da man sieht, wie die Figur sich verhält, ob im Alltag oder in Problemsituationen und daraufhin für sich selbst Wege und auch Lösungen für eigenen Probleme finden kann. Die Serienfigur also als einen Ratgeber oder auch „Tröster“ zu sehen. Genauso sind die dabei entstehenden Freundschaften, ob virtuell oder wirklich, sehr wichtig für die Zuschauer, denn sie geben vielen Rückhalt und bieten auch eine Integrationsmöglichkeit. Dabei sollte man immer im Hinterkopf behalten, dass alles nur Unterhaltung ist und doch nicht ganz der Wirklichkeit entspricht.

Auch können sich viele sehr gut mit der Serie und manchen Stars identifizieren. Bei der einen oder anderen Antwort konnte ich, wenn auch nur in Ansätzen, erkennen, dass manche sich sehr gut vorstellen können, genauso wie eine bestimmte Serienfigur zu sein und in ihr auch oft eigene Verhaltensweisen wieder erkennen.

Ein wichtiger Aspekt, den man auch immer wieder erkennen konnte, ist die Realitätsnähe der Serie, die die Fans als sehr wichtig ansehen. Also eine wirklichkeitsgetreue und lebensnahe *Daily Soap*, die man täglich anschaut. Denn nur durch wirkliche und reale Geschichten kann man sich heimisch fühlen und ganz individuell angesprochen werden.

## Nachwort

Ich wollte mit dieser Arbeit versuchen herauszufinden, was für die Zuschauer das Besondere am „Marienhof“ ist. Dabei war klar zu erkennen, dass die Serie erst sehenswert ist, wenn dabei eine Realitäts- und Lebensnähe wiedergespiegelt wird. Dies war immer wieder ein wichtiger und zentraler Punkt. Dadurch können Parallelen zum eigenen Leben erkannt werden und viele finden die Serie erst dann „menschlich“. Somit ist es auch möglich, sich selbst mit der Serie zu identifizieren, da man durch sie angesprochen wird. Das normale, bodenständige und nachbarschaftliche Leben zu sehen ist hier doch ansprechender als ein gekünsteltes Leben.

Auch die Themenvielfalt bei einer *Daily Soap* ist für Zuschauer äußerst wichtig. Gerade durch aktuelle und abwechslungsreiche Themen werden die Zuschauer angesprochen und es wird nicht langweilig. Viele finden in den behandelten Themen auch einen Ratgeber für das eigene Leben.

Natürlich sind die Schauspieler und ihr Aussehen nicht zu vergessen und machen einen großen Teil der Begeisterung der Fangemeinden aus. Dies konnte ich auch bei der Umfrage ganz klar erkennen. Dadurch lässt sich auch oft eine Vorbildfunktion ableiten, die auf viele der Schauspieler zutrifft. Dabei werden Beziehungen zu den Serienstars aufgebaut, um sich damit als Teil der Marienhof-Familie zu fühlen. Auch das darauf aufbauende Gespräch im Freundeskreis ist ein sehr wichtiger Faktor, den man bei der Daily Soap-Begeisterung sehr oft findet.

Auf alle Fälle ist die jugendspezifische Art des „Marienhof“ ein sehr wichtiger Garant dafür, dass die Jugendlichen überhaupt zuschauen. Sie werden durch die gesamten Kulissen, Kleider und Charakter der Schauspieler angesprochen und finden somit ihren eigenen, individuellen Zugang zu ihrer Lieblingssoap „Marienhof“.

Auch die tägliche und selbstverständliche Nutzung des „Marienhofs“ trägt im Grunde etwas zu der Begeisterung bei. Denn heute ist der Fernseher und die ganze Medienvielfalt um uns herum selbstverständlich und genauso nutzen wir sie auch.

---

Und nicht zu vergessen natürlich die Vermarktung im Medienverbund, die den „Marienhof“ erst optimal vermarktet und an die Konsumenten heranbringt.

## Anhang A: Fragebogen

1. Wie lange schaut du schon „Marienhof“?
  - Erzähl doch mal, wie du dazu gekommen bist, die Serie überhaupt zu schauen
2. Warum schaust du überhaupt „Marienhof“?
  - Was findest du besonders interessant, spannend und wichtig an der Serie?
3. Schaust du noch andere *Daily Soaps*?
  - Wenn ja, welche und warum auch diese?
4. Was ist denn beim „Marienhof“ anders als bei „GZSZ“ oder bei „Unter Uns“?
5. Was gefällt dir besonders gut am „Marienhof“ und warum?
6. Was gefällt dir weniger gut am „Marienhof“ und warum?
7. Wer ist deine Lieblingsfigur, wer ist dein Lieblingsdarsteller und warum?
8. Welchen Star, welche Figur magst du am wenigsten und warum?
9. Könntest du dir vorstellen, dass sich jemand in einen Star aus dem „Marienhof“ verlieben könnte und wenn ja, warum sind die Stars zum Verlieben?
10. Glaubst du, dass die Stars oder die Serienfiguren auch Vorbild für die Zuschauer sein können, besonders wenn es darum geht, Probleme im Alltag zu lösen?
11. Welche Geschichten findest du am besten im „Marienhof“?
  - Bitte ein kurzes Beispiel
12. Welche Geschichten gefallen dir am wenigsten?
  - Bitte auch ein kurzes Beispiel
13. Findest du den „Marienhof“ überhaupt realistisch und lebensnah? Könnte so etwas auch in unserer Umgebung stattfinden oder ist alles viel zu klischeehaft?
14. Liest du die Bücher zur Serie „Marienhof“?
  - Wenn ja, warum?
  - Wenn nein, warum nicht?

15. Was ist an den „Marienhof“-Büchern anders als in der Fernsehserie?
16. Findest du, das die Geschichten in den Büchern genauso umgesetzt sind wie man sie im Fernsehen sieht?
17. Was könnte an den „Marienhof“-Büchern noch verbessert werden
18. Würdest du die Bücher jemandem empfehlen, der die Serie noch nicht kennt?
19. Kaufst du dir auch noch andere „Marienhof“-Fanartikel?
  - Wenn ja, welche und warum?
20. Versuche mir doch bitte einmal spontan in einem Satz zu sagen, um was es im „Marienhof“ geht.
21. Wie findest du die Themen, um die es im „Marienhof“ geht?  
(Freundschaft, Liebe...aber auch „brisantere“ Themen wie z.B. Drogen, Behinderte...)

## Anhang B: Einschaltquoten 1999 - 2002

	Zuschauer gesamt			Erw. 14-29 J.	
	Mio	MA in %	Anz. Sdg.	Mio	MA in %
<b><u>MARIENHOF</u></b>					
<b><u>Zusammenfassung</u></b>					
<b><u>01.01.1999 - 31.12.1999</u></b>	2,94	16,6	241	0,60	26,3
<b><u>Zusammenfassung</u></b>					
<b><u>01.01.2000 - 31.12.2000</u></b>	2,79	15,5	239	0,50	22,2
<b><u>Zusammenfassung</u></b>					
<b><u>01.01.2001 - 31.12.2001</u></b>	2,65	14,9	233	0,53	25,7
<b><u>Zusammenfassung</u></b>					
<b><u>01.01.2002 - 30.06.2002</u></b>	2,73	14,8	113	0,50	24,2
<b><u>VERBOTENE LIEBE</u></b>					
<b><u>Zusammenfassung</u></b>					
<b><u>01.01.1999 - 31.12.1999</u></b>	2,84	18,9	242	0,54	26,4
<b><u>Zusammenfassung</u></b>					
<b><u>01.01.2000 - 31.12.2000</u></b>	2,82	18,3	237	0,49	23,6
<b><u>Zusammenfassung</u></b>					
<b><u>01.01.2001 - 31.12.2001</u></b>	2,70	17,6	233	0,46	24,7
<b><u>Zusammenfassung</u></b>					
<b><u>01.01.2002 - 30.06.2002</u></b>	2,73	17,3	114	0,43	22,8

Einschaltquoten der Daily Soaps „Verbotene Liebe“ und „Marienhof“ von den Jahren 1999 – 2002

## Quellenverzeichnisse

### Literaturverzeichnis

#### Primärliteratur Marienhof:

**Andersen, Julia:** Es wird viel passieren, Bindlach, 1996

**Andersen, Julia:** Umwege ins Glück, Bindlach, 1996

**Becker, Rolf A.:** Mitten ins Herz, München, 1993

**Becker, Rolf A.:** Marienhof, Tübingen, 1997

**Mathiessen, Ulrich:** Verbrechen und Liebe, Nürnberg, 1997

**Mathiessen, Ulrich:** Wahre Freunde, falsche Freunde, Nürnberg, 1997

#### Sekundärliteratur:

**Eberle, Thomas:** Motivation des Fernsehverhaltens Jugendlicher: Grundlagen, Verhaltensanalyse, Selbstauskünfte und Beurteilung des Reality-TV, Bad Heilbrunn, 2000.

**Evermann, Jovan:** Das Lexikon der deutschen Soaps, Berlin, 2000, S. 16 ff.

**Fahr, Andreas und Zubayr, Camille:** Fernsehbeziehungen: Vorbilder oder Trugbilder für Jugendliche?, München, 1999, S. 20, 34, 39, 40 – 41, 94.

**Folge 1939** vom 25.06.02

**Folge 1957** vom 22.07.02

**Göttlich, Udo und Krotz, Friedrich und Paus-Haase, Ingrid (Hrsg.):** Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen. Eine Studie im Auftrag der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen und der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz, Opladen, 2001, S. 37, 38, 48 – 51, 55, 81, 320.

**Götz, Maya:** Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen, München, 2002, S. 16, 18 – 20, 25 – 28, 140, 241, 254, 295.

**Götz, Maya:** Mädchen und Fernsehen: Facetten der Medienaneignung in der weiblichen Adoleszenz, München, 1999, S. 288, 293.

**Heidtmann, Horst:** Kindermedien, Stuttgart, 1992, S. 176 ff.

**Koukoulli, Anastasia:** Jugendkonzepte in Vorabendserien: Lebensweltliche Inszenierung in den Daily Soaps „Unter Uns“ und „Verbotene Liebe“, Berlin, 1998, S. 26, 33 – 34, 37, 49, 51, 54, 68, 70 – 71, 73, 98.

**Krützen, Michaela:** Daily Soaps. Ein Arbeitsheft zur Analyse von Soap Operas, Köln, 1998, S. 4, 9, 49.

**Moorstedt, Tobias:** Das Gefängnis der Charaktere, aus: „die Tageszeitung“ vom 29.07.2002.

**PONS:** Wörterbuch für Schule und Studium, Stuttgart, 3. Auflage 1998.

**Pressemappe Marienhof:** Pressestelle MARIENHOF I., S. 3, 12.

**Internetquellen:**

[www.ard.de](http://www.ard.de)

[www.bavaria-film.de](http://www.bavaria-film.de)

[www.bavaria-film.de/aktuelles/pressemitteilungen](http://www.bavaria-film.de/aktuelles/pressemitteilungen)

[www.bavaria-sonor.de](http://www.bavaria-sonor.de)

[http://boerse.welt.de/aktien/aktien\\_profil\\_detail.asp?AktieNr=1038](http://boerse.welt.de/aktien/aktien_profil_detail.asp?AktieNr=1038)

[www.brockhaus.de](http://www.brockhaus.de)

[www.das-erste.de/marie](http://www.das-erste.de/marie)

[www.das-erste.de/marie/archiv.asp](http://www.das-erste.de/marie/archiv.asp)

[www.das-erste.de/marie/fakten.asp](http://www.das-erste.de/marie/fakten.asp)

[www.das-erste.de/marie/fantastisch.asp](http://www.das-erste.de/marie/fantastisch.asp)

[www.das-erste.de/marie/vorschau.asp](http://www.das-erste.de/marie/vorschau.asp)

[www.das-erste.de/marie/zahlen.asp](http://www.das-erste.de/marie/zahlen.asp)

[www.encarta.msn.de](http://www.encarta.msn.de)

[www.langenscheidt.de](http://www.langenscheidt.de)

[www.makz.de](http://www.makz.de)

[www.marienhof.de.tf](http://www.marienhof.de.tf)

[www.marienhof.tk](http://www.marienhof.tk)

[www.wissen.de](http://www.wissen.de)

## Fragebogenverzeichnis<sup>107</sup>

Carolin (16)	per e-mail
Martina (17)	per e-mail
Anja (19)	per e-mail
Thomas (29)	per e-mail
Sabine (15)	per e-mail
Isabelle (20)	per e-mail
Anna (33)	per e-mail
Jennifer (20)	per e-mail

---

<sup>107</sup> Hier nur die Fragebögen, aus denen Zitate für die Arbeit verwendet wurden

## Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbständig angefertigt habe. Es wurden nur die in der Arbeit ausdrücklich benannten Quellen und Hilfsmittel benutzt. Wörtlich oder sinngemäß übernommenes Gedankengut habe ich als solches kenntlich gemacht.

---

Ort, Datum

---

Unterschrift