

Tilmann P. Gangloff

Lebenshilfe gehört zum Fernsehen wie Quizshows und die Nachrichten. Nie aber hat es so viele Formate gegeben wie heutzutage: Allabendlich wetteifern die Programme mit Beratungssendungen um die Gunst des Publikums. Gerade in ihren „Dritten“ tummelt sich auch die ARD in diesem Genre, das so gut wie keinen Lebensbereich ausspart. Doch während früher die praktische Hilfe im Vordergrund stand, geht es mittlerweile vor allem um Emotionen. Längst sind die Experten zu Stars geworden – oder Stars zu Experten. Und getreu dem allgemeinen Hang zur Harmonie ist das Happy End garantiert.

Lebenshilfe mit Herz

Warum Coachingformate im Fernsehen so erfolgreich sind

Von außen machen die Häuser einen passablen Eindruck, aber öffnet man die Haustür, verschlägt es einem den Atem: Die Familien führen ein Leben im Chaos und sind offensichtlich dringend auf Hilfe angewiesen. Selbst die Kinderzimmer sind vollgestopft mit Gerümpel, von dem sich die Eltern einfach nicht trennen können. Sinnbild für das Chaos: Wenn einer der Söhne lesen will, muss er dafür auf seinen Kleiderschrank klettern. Man kann sich lebhaft vorstellen, wie sie bei RTL leuchtende Augen bekämen: Dieses Szenario wäre wie geschaf-

fen für eine der vielen Helferinnen mit Herz. Susan Akel (*Familienhilfe mit Herz*) würde der Familie mit mütterlichem Rat zur Seite stehen, die rustikale Vera Int-Veen (*Helfer mit Herz*) würde die Ärmel aufkrepeln und das Haus kräftig entrümpeln. Tine Wittler (*Einsatz in vier Wänden*) würde es dann neu einrichten.

WDR und NDR hatten zu Beginn des Jahres die ungewöhnliche Idee, diese drei Formate zu einem Konzept zu komprimieren (*Räum dein Leben auf*). Das ist ziemlich clever, denn auf diese Weise lassen sich auch unterschied-

liche Zuschauermotive kombinieren: Wer ein eher praktisches Interesse hat, konnte sich an der Arbeit von Innenausatterin Jessica Kroll erfreuen, wer das Chaos für eine Kopfsache hält, durfte sich durch Michael Thiel bestätigt fühlen. Der Mann ist Diplom-Psychologe, was man nie wieder vergessen wird, weil es immer wieder erwähnt wurde; mit Betonung auf „Diplom“; schließlich hat sich Susan Akel der Psychologie erst auf dem dritten Bildungsweg verschrieben. Entscheidender Unterschied zur kommerziellen Konkurrenz aber war laut WDR



DER GROSSE
FINANZ-CHECK



DER GROSSE
GESUNDHEITS-CHECK





Vera Int-Veen als
Helfer mit Herz

die Kombination aus „sichtbarer und unsichtbarer Ebene“: Frau Kroll schafft Platz im Haus, Herr Thiel macht die Köpfe frei. Sechs Folgen haben die beiden Sender herstellen lassen, drei in Norddeutschland, drei in Nordrhein-Westfalen. Produktionsfirma war die Kölner Together Productions, die im Auftrag des WDR, der unter den ARD-Sendern dem sogenannten Coachinggenre ohnehin am aufgeschlossenen gegenübersteht, schon einige Erfahrung auf diesem Gebiet sammeln durfte (*Der große Finanz-Check*, *Der große Gesundheits-Check*).

Nun ist es ja längst keine Überraschung mehr, wenn sich ein öffentlich-rechtlicher Sender an einen Trend anhängt, dem die kommerzielle Konkurrenz zu neuer Blüte verholfen hat. Tatsächlich wirkten die WDR/NDR-Ausgaben auch weniger spekulativ, aber der Musikeinsatz z. B. sorgte für ähnliche emotionale Verstärkung. Vor allem beschleicht den neutralen Zuschauer angesichts solcher Sendungen eine dringende Sorge: Man kann sich des Eindrucks nicht erwehren, dass der Mensch den Anforderungen des 21. Jahrhunderts einfach nicht gewachsen ist. Diese Beobachtung gilt ja keineswegs exklusiv für Deutschland; nicht nur das benachbarte Ausland, auch andere entwickelte Nationen erweisen sich als in jeder Hinsicht komplett unfähig. Offenbar hat der Homo sapiens seinen Zenit überschritten: Er kann weder bauen noch renovieren, kochen ist eine echte Herausforderung, Kindererziehung ein Buch mit sieben Siegeln, vom gewissenhaften Wirtschaften ganz zu schweigen. Selbst die schlichte Aufgabe, den Alltag zu bewältigen, führt schon zu Überforderung. All das gilt allerdings nur, wenn man das Geschehen auf dem Bildschirm als Spiegel der Gesellschaft versteht.

Uralter Hut

Es wäre ohne Frage interessant, diesem Phänomen sozialpsychologisch nachzuspüren. Schon allein die Tatsache, dass viele Familien ihr Eigenheim völlig Fremden überlassen, die es dann nach eigenem Gutdünken neu einrichten, ist eigentlich befremdlich. Aber auch eine schlichte Programmbeobachtung ist recht aufschlussreich. Allabendlich begegnen einem sogenannte Coachingformate (Sammelbegriff: „Helptainment“), die Rat und Tat versprechen. Natürlich ist die vermeintliche Programminnovation ein uralter Hut. Ratgebersendungen waren bereits fester Bestandteil des Programms, als die Fernsehbilder in Deutschland laufen lernten. Und wenn das ZDF in der rührseligen Reihe *37 Grad* von bewegenden Schicksalen berichtet, geht es nicht nur um Verständnis für Minderheiten, sondern auch um Lebenshilfe pur.

Mit den diversen neuen Formaten aber erreicht das Genre einen vorläufigen Höhepunkt. Auf geradezu klassische Weise reflektieren die verschiedenen Sendungen die gesellschaftliche Entwicklung. Ohnehin reagiert das Fernsehen ja mit beinahe seismografischer Sensibilität auf das Bedürfnis seines Publikums nach Orientierung. Auch Rankingshows (*Die 10 ...*, RTL; *Unsere Besten*, ZDF) oder Talentsuchen (*Deutschland sucht den Superstar*, RTL; *Germany's Next Topmodel*, ProSieben) stehen für diese Sehnsucht, alles in eine wie auch immer geartete Ordnung zu bringen. Parallel dazu gibt es die Vorliebe zur Personalisierung, so dass *DSDS* und Dieter Bohlen ebenso in denselben Atemzug gehören wie *Topmodel* und Heidi Klum. Gerd Hallenberger erkennt diese Manie auch bei den Lebenshilfesendungen:



37 Grad



Tine Wittler in
Einsatz in vier Wänden



„Deutschland sucht den Superratgeber!“ Für den Marburger Medienwissenschaftler spiegelt die Entwicklung den Wechsel von der Leistungs- zur Erfolgsgesellschaft: „Früher musste man gut sein, heute genügt es, der Beste zu sein.“ Deshalb ist die Fachfrau für Erziehungsfragen eine „Super Nanny“, deshalb wurden die „Super-Mamas“ entdeckt.

Einen unübersehbaren Unterschied zur Vergangenheit aber gibt es doch: Im Zentrum der klassischen Magazine stand stets die Sache; heute ist der Experte der Star. Manchmal wird auch der Star zum Experten. Gleich mehrere Frauen versuchten sich als Innendekorateurin oder Umzugshilfe, und beim Wettbewerb um den Titel „Helferin mit Herz“ tummelte sich mit Verona Pooth, Bärbel Schäfer und Vera Int-Veen die geballte Nächstenliebe. „Was früher Hilfe war“, kalauert Hallenberger, „kommt heute als Helfer“. Tatsächlich packt die Prominenz auch mit an: Wenn Vera Int-Veen, auf dem Bildschirm ohnehin ein bodenständiger Typ, gebeutelten Schicksalen wieder auf die Füße hilft, versteht es sich von selbst, dass sie nicht bloß modert. Interessanterweise ist die mittlerweile wieder abgesetzte Susan Akel (als Familientherapeutin aber immerhin vom Fach) ein ganz ähnlicher Typ: Als guter Geist der RTL-Nachmittagseinrichtung *Familienhilfe mit Herz* – mit den Bereichen Erziehung, Schule und Partnerschaft fast ein Superformat – griff die Psychologin auch schon mal zur Bohrmaschine. Die beiden Damen entsprechen ähnlich wie Tine Wittler so gar nicht dem jugendlichen Schönheitsideal, das doch gerade die Privatsender jahrelang gepredigt haben. Auch Schuldnerberater Peter Zwegat ist alles andere als ein jugendlicher Draufgänger; noch ein Indiz dafür, wie sehr das wahre Leben Einzug ins Fernsehen gehalten hat.

Alles wird gut

Das RTL-Personal eint eine konzeptionelle Besonderheit, die höchstwahrscheinlich in direktem Zusammenhang mit dem Erfolg ihrer Sendungen steht: Am Ende wird alles gut. Das mag als Botschaft schlicht, weltfremd und vielleicht verlogen erscheinen, hat aber Methode. Wie auch bei der *Super Nanny*, entspricht der Ablauf der Sendungen dem klassischen Dreiaakter, mit dem Unterschied, dass Tragödien tunlichst vermieden werden – Einführung, Konflikt, Happy End. Unverzichtbare Voraussetzung: Die gezeigten Probleme sind nie unlösbar, und die Lösungen sind immer machbar. Manchmal mögen sie mit Aufwand verbunden sein, doch in der Regel haben die Protagonisten der jeweiligen Formate ihre Herausforderung in spätestens 60 Minuten bestanden; länger dauern die Sendungen nun einmal nicht. Der gern eingesetzte Zeitraffer legt zudem nahe, dass alles nur eine Frage der Zeit sei. Die Botschaft lautet: Alles ist möglich – wenn man nur daran glaubt.

Gerade weil das Publikum weiß, dass die Schicksale dank der Experten am Ende zum Guten gewendet werden, ist es bereit, sich den Sendungen vorbehaltlos hinzugeben. Das Fernsehen hat sich ohnehin längst zum Gefühlskraftwerk entwickelt, weil Emotionen Quoten bedeuten. Deshalb ist es auch ganz wichtig, dass den Betroffenen mindestens einmal pro Sendung die Tränen kommen. Am besten zweimal: anfangs aus lauter Verzweiflung, am Ende aus Rührung. Die Kameraleute reagieren regelmäßig reflexartig mit einem Zoom in die Nahaufnahme, fast so, als bekämen sie einen Tränenbonus. Das Kalkül ist klar: Wer mitheult, schaltet wieder ein.



DSDS und Helfer mit Herz

Für öffentlich-rechtliche Formate gilt das übrigens nicht minder. Wenn im *Großen Gesundheits-Check* (WDR) eine Familie mit „einem gewichtigen Problem“ vorgestellt wird, gibt es natürlich den Moment, in dem sich die enorm korpulente Mutter tränenreich schuldig fühlt, weil ihre beiden Töchter nicht minder voluminös sind. Die Augen fließen ein zweites Mal über, als Thomas Kurscheid (Mediziner, Gesundheitsexperte) und Silke Brand (Psychologin) die Familie mit einer vom Computer erstellten Prognose konfrontieren. Die schockierenden Bilder zeigen die Töchter mit Ende 30; sie sehen aus wie alte Frauen. Diesmal heult auch der Vater. Aber die beiden Berater wollen ja nicht frustrieren, sondern motivieren. Weitere Aufnahmen stellen dar, wie die Töchter aussehen würden, wenn sie ihren Lebensstil auf der Stelle änderten: zwei hübsche, schlanke Frauen. Jetzt weinen alle. Ähnlichkeiten mit dem RTL II-Format *Liebling, wir bringen die Kinder um!* waren übrigens kein Zufall, denn beide Sendungen haben sich vom gleichen BBC-Vorbild „inspirieren“ lassen.

Natürlich ist die Binnendramaturgie bei den öffentlich-rechtlichen Beiträgen zu diesem Genre eine andere. Für RTL z. B. müssen die einzelnen Folgen so konzipiert werden, dass eine Spannung über den jeweiligen Werbeblock hinaus entsteht; schon allein aus diesem Grund wirken die öffentlich-rechtlichen Produktionen seriöser. Dem Erfolg steht das offenbar nicht im Weg: Der WDR erreicht mit seinen Coachingformaten regelmäßig ein Publikum, das jünger ist als der Durchschnittszuschauer. Deshalb darf auch der Unterschied nicht allzu groß sein: Kroll und Thiel z. B. wurden zwar nicht als Superhelfer inszeniert und haben sich auch nicht so ran-geschmissen wie die Helferinnen mit Herz, ga-

ben aber ganz ähnliche Binsenweisheiten aus dem Abreißkalender für Psychologen von sich („Dauerhafte Veränderungen sind nur dann möglich, wenn es auch im Kopf ‚klick‘ macht“). Auch der Kommentar setzte unverblümt auf Plakativität. Angesichts des Chaos in den Häusern waren bei *Räum dein Leben auf* angeblich „selbst die Profis geschockt“. Immerhin gab es gelegentlich ein bisschen Ironie („hier kann man nicht mal in Ruhe aneinander vorbeileben“). Amüsant waren auch die süffisanten Seitenhiebe auf die Konkurrenz: Um dieses Leben zu ändern, „bedarf es mehr als schicker Möbel und einer Tine Wittler“.

Moralisten werden diese Art von Fernsehen zynisch finden und einwenden, dass die Menschen bloß benutzt werden. Es gibt in der Tat Klagen, dass die Wogen, kaum waren die Experten wieder aus dem Haus, einmal mehr über den Betroffenen zusammenschlugen; wie weiland das Rote Meer über den Ägyptern, nachdem Moses es trockenen Fußes durchquert hatte. Dabei legten die Abschiede regelmäßig nahe, dass hier dicke Freundschaften entstanden waren, wenn die Frauen, denen Vera Int-Veen oder Susan Akel geholfen hatten, ihre Helferinnen mit Herz gar nicht mehr lassen wollten.

Wundersame Rettungen

Wer dieses Muster kritisiert, hat die Mission der Sender falsch verstanden: RTL geht es ja nicht um die wenigen, denen die Akels und Zwegats vorübergehend zur Seite stehen, sondern um die vielen, die daheim Zeuge einer wundersamen Rettung werden sollen. Damit das auch funktioniert, müssen die Probleme der Betroffenen existenzieller Art sein; zumindest aus sub-

jektiver Sicht. Natürlich sind sie das nicht, sonst wären die Helfer gar nicht in der Lage, sie scheinbar über Nacht zu lösen. Fallhöhe ist zwar selbstredend immer eine individuelle Frage, aber richtig „dreckig“ geht es den gezeigten Menschen selten; unlösbare Fälle wird auch Herr Zwegat dem Sozialamt überlassen.

Dass die Formate trotzdem funktionieren, liegt vor allem am hohen Identifikationsgrad. Selbst wenn der eigene Nachwuchs sie vermutlich nicht geschlagen hat, so wird sogar Ursula von der Leyen ihre zahlreichen Kinder nicht ohne den einen oder anderen Konflikt großgezogen haben. Deshalb sind die Lebenshilfeformate garantiert gewinnbringend. Für die produzierenden Firmen und die ausstrahlenden Sender sowieso, aber auch für die Zuschauer: Mit ihrer Happy-End-Garantie erfüllen die Formate den gleichen Zweck wie die rührseligen Freitagsromanzen der Degeto oder der Sonntagstermin im ZDF. Da gerade die Klienten von Krisencoach Zwegat Herausforderungen bewältigen müssen, die ungleich größer sind als die kleinen Ärgernisse des Alltags, hat seine Sendung beim Publikum einen stimulierenden Effekt: Wenn die das schaffen, schaff' ich das auch.

Es gibt in diesem Zusammenhang eine verblüffende Parallele zwischen den Coachingformaten und den Renovierungsshows („Make Over“ in der Fachsprache): Beide Genres leben vom Vorher-Nachher-Effekt. Aus exakt diesem Grund ist Michael Requardt gescheitert. RTL II gab dem Anwalt und Schuldnerberater Mitte September vorigen Jahres eine eigene Sendung, die den eigentlich reizvollen, weil etwas rätselhaften Titel *Der Requardt* trug. Rasch aber wurde deutlich, was ein Requardt vor allem nicht ist: ein Mutmacher. Das jedoch ist un-



Die Super Nanny



Räum dein Leben auf



abdingbare Voraussetzung für den Erfolg. Ein Berater, der seinen Klienten nahelegt, sich zu trennen, mag zwar die richtige Entscheidung treffen, ist aber kein Heilsbringer. Die Konsequenz: Requardt musste wieder gehen.

Nicht viel mehr Glück hatte RTL II auch mit dem *Club der Ex-Frauen*, einem völlig zu Recht geflopten und alsbald wieder eingestellten Gruselformat, in dem drei sitzen gelassene Grazien (Claudia Effenberg, Maja von Hohenzollern und Giulia Siegel) Leidensgenossinnen zu neuem Lebensmut verhelfen sollten. Der Ansatz war allerdings durch und durch negativ („Gabis Leben ist so leer wie der Stuhl, auf dem er immer saß“) und gipfelte in gemeinsamer Sprengung eines Ehebetts oder dem Überrollen eines Eherings mit einer Dampfwalze – auch nicht eben ein Mutmacher.

Immerhin ist das Genre selbst bei RTL II nicht mehr ganz so schlüssellöcherig wie noch vor Jahren, als ein Format wie *Frauentausch* (RTL II) mitunter an Elendstourismus grenzte. So etwas will das Publikum nicht mehr sehen, hat man bei dem Sender erkannt, der sich in der Vergangenheit frohgemut über Schamgrenzen aller Art hinweggesetzt hat, wenn es galt, die Untiefen des schlechten Geschmacks auszuloten. RTL II strahlt wochentags fast allabendlich Dokusoaps mit Lebenshilfe aus, sei es nun aus dem renovierungsbedürftigen Eigenheim, vom Herd, aus dem Ausland oder einem fremden Haushalt; der Elendstourismus ist einem Emotionsvoyeurismus gewichen. Das gehöre dazu, räumt Programmdirektor Axel Kühn ein, schließlich sei die Zielgruppe der jeweils Betroffenen ein bisschen klein; also gelte es, die Aufmerksamkeit all jener zu wecken, denen die behandelten Probleme im Grunde genommen egal sind. Auch sie aber bekom-

men ihren Erkenntnisgewinn, wie er glaubt: „Wenn man sieht, dass es anderen viel schlechter geht, wiegt das eigene Leid nicht mehr so schwer.“ Analysen des Programms hätten zudem ergeben, „dass die Sendungen viel besser funktionieren, wenn die Protagonisten ihr Schicksal meistern und Lebensfreude versprühen; dann ist die Quote deutlich höher als bei Elendsschilderungen. Deshalb gibt es den Trend zu leichteren, unterhaltsamen Formaten, weg vom großen Drama“. RTL II will schwere Probleme daher „leichter verpacken und mit einem Augenzwinkern versehen: als Umkehr zum Aufbruch“.

Erhörte Stoßgebete

In diesem Konzept war für einen Konfrontierer wie Requardt kein Platz mehr. Peter Zwegat z. B. (*Raus aus den Schulden*, RTL), ohnehin ein väterlicher Typ, ist da aus ganz anderem Holz geschnitzt. Bei ihm weiß man die Menschen sofort in guten Händen: Einerseits tritt er wie ein Buchhalter auf, andererseits könnte er der Vater von Wigald Boning sein. Seine Begrüßung: „Sie haben gerufen, ich hab's gehört“ gibt dem Format eine fast schon religiöse Anmutung – ein Stoßgebet ist erhört worden. Im Vergleich zu seinen komplexen Fällen waren die Eheprobleme, denen sich Requardt widmete, kleine Fische: Fehlendes Geld ist im Leben der Menschen, die um Zwegats Hilfe ersuchen, oft noch das kleinste Problem. Wenn ein Mädchen einen tennisballgroßen Tumor im Kopf hat, verbietet sich jeder ironische Reflex. Die vermeintlich 25.000 Euro Schulden der Mutter sind dann fast nebensächlich, und tatsächlich gelingt es Zwegat mit taktischem Geschick, den Schuldenberg weitgehend abzubauen. Mit dem Ver-

zicht auf den regelmäßigen Besuch einer Sonnenbank hat die Frau ihren Teil dazu beigetragen. Wie sehr sie den Überblick verloren hatte, zeigt die tatsächliche Höhe ihrer Schulden (12.000 Euro).

Getrost darf man im Übrigen unterstellen, dass sich das Entgegenkommen der Gläubiger ohne Zwegat und die Kamera in weitaus engeren Grenzen gehalten hätte. Auch dem Schuldnerberater aber fallen die Lösungen nicht in den Schoß. Ob inszeniert oder nicht, es macht ihn unglaublich sympathisch, wenn er ein Firmengebäude verlässt, erst mal kräftig durchschnauft, sich erleichtert das Jackett öffnet und am Ende nach getaner Arbeit feststellt: „Ich bin mit mir sehr zufrieden.“ Bei ihm klingt das überhaupt nicht eitel, ganz im Gegensatz zu Michael Requardt, der sich im Trailer zur Sendung als großer Problemlöser feierte („Ich kann das!“).

Zu Zwegats Repertoire gehören zwei ebenso einfache wie wirkungsvolle Handlungen: Als Erstes stellt er ein Flipchart auf, um den Stand der Schulden zu berechnen. Das Signal ist klar: Was man aufgeschrieben und damit fixiert hat, ist auch lösbar. Dann krempelt er die Ärmel auf – auch dies eine unmissverständliche Geste. Vera Int-Veen und Susan Akel arbeiten mit ähnlichen Mitteln. Teilweise erbarmungslos unorigineller Stimmungsverstärker ist außerdem die in beinahe allen Formaten dieser Art permanent präsente Popmusik: Wenn Int-Veen mit einem Bauleiter im halb fertigen Haus einer alleinerziehenden Mutter (die Mütter sind in diesen Sendungen fast immer alleinerziehend) erscheint, erklingt *We can work it out* von den Beatles, beim Telefonat mit einer Freundin *Call me* von Blondie. Der Sohn dieser Frau hat übrigens Leukämie, und man möchte sich lieber



Frauentausch

Peter Zwegat in
Raus aus den Schulden



nicht vorstellen, wie in den Produktionsfirmen darüber diskutiert wird, welche der in Frage kommenden Familien das größere Tränendrüsenpotenzial besitzt. Für die Sender ist das Engagement übrigens nicht ganz billig: Wenn Vera Int-Veen mit einem Bautrupp anrückt und eine Ruine in ein heimeliges Heim verwandelt, kostet das natürlich eine Kleinigkeit. Auch Peter Zwegat gibt es nicht umsonst. Im richtigen Leben arbeitet er zwar für eine gemeinnützige Einrichtung in Berlin, aber die Produktionsfirma probono muss ihn natürlich bezahlen.

RTL hat also ganz offensichtlich verstanden, wie das Genre funktioniert. Unterhaltungs-Chef Tom Sängler sieht das Fernsehen generell auf dem Weg zu mehr Lebensnähe: Gefragt seien jetzt vor allem gesellschaftlich relevante Themen. Gerade am Nachmittag setzt der Sender seit Anfang Mai 2008 verstärkt auf „große Alltagsnähe, verbunden mit Unterhaltung, wertvoller Information und konkreten Problemlösungen“. Das der erfolgreichen ProSieben-Reihe *We Are Family! – So lebt Deutschland* überraschend verwandte neue Format *Mitten im Leben!* befasst sich auf harmonisierende Weise mit alltäglichen Herausforderungen; das Spektrum reicht von typischen Pubertätsproblemen bis zu den Reaktionen der Umwelt auf ungewöhnliche Lebensgemeinschaften. Generell rechnet Sängler mit einem „neuen Altruismus“, der sich schon jetzt in solchen Formaten widerspiegelt.

Diese „radikale Veralltäglichung“ des Fernsehens (Hallenberger), die Berücksichtigung ganz normaler Probleme also, weist andererseits aber auch auf eine Entwicklung hin, die Stefan Aufenanger (Universität Mainz) für bedenklich hält. Gerade ein Format wie *Super Nanny* zeige doch, dass „viele Eltern offenbar

keine Ressourcen mehr haben, um Erziehungsprobleme selbst zu lösen“. Der Erziehungswissenschaftler spricht daher von der „hilflosen Elternschaft“. Angesichts der hohen Erwartungen an Familien erwiesen sich viele Mütter und Väter als erziehungsunfähig: „Die pädagogischen Ratgeber stellen Ansprüche an Erziehung und setzen Normen bezüglich der Entwicklung von Kindern, die nicht alle Eltern einlösen können und die deshalb zu einer Verunsicherung führen“ – beste Voraussetzungen für eine Ratgebersendung.



We are Family – So lebt Deutschland



Tilmann P. Gangloff lebt und arbeitet als freiberuflicher Medienfachjournalist in Allensbach am Bodensee.

