

Ulf Sauerbrey  
Steffen Großkopf  
Christine Ott  
(Hrsg.)

# Empirische Ratgeberforschung

Forschungszugänge und Befunde zu Produktion,  
Angebot und Inanspruchnahme ratgeberhafter Medien

Ulf Sauerbrey  
Steffen Großkopf  
Christine Ott  
(Hrsg.)

# Empirische Ratgeberforschung

Forschungszugänge und Befunde zu Produktion,  
Angebot und Inanspruchnahme  
ratgeberhafter Medien

Verlag Julius Klinkhardt  
Bad Heilbrunn • 2024

k

*Die Open-Access-Publikationskosten für diesen Sammelband wurden  
durch die Hochschule Neubrandenburg gefördert.  
Gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) - 445185102.*

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet abrufbar über <http://dnb.d-nb.de>.

2024. Verlag Julius Klinkhardt.

Satz: Vassiliki Vakaki, Samos.

Druck und Bindung: AZ Druck und Datentechnik, Kempten.

Printed in Germany 2024. Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem alterungsbeständigem Papier.



*Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.  
Die Publikation (mit Ausnahme aller Fotos, Grafiken und Abbildungen) ist veröffentlicht unter der Creative Commons-Lizenz: CC BY-NC-ND 4.0 International  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>*

ISBN 978-3-7815-6097-0 digital

[doi.org/10.35468/6097](https://doi.org/10.35468/6097)

ISBN 978-3-7815-2642-6 print

# Inhalt

*Ulf Sauerbrey, Steffen Großkopf und Christine Ott*  
Ratgebermedien: Produktion, Produkt und Inanspruchnahme ..... 9

## I Forschungszugänge und Theorien zu Ratgebermedien

*Georg Cleppien*  
Ratgeben und Selbstoptimierung. Überlegungen  
zu einem allzu offensichtlichen Verhältnis ..... 25

*Fabian Hemmerich*  
Inhaltsanalytische Zugänge zur Untersuchung des Ratsuchens,  
Ratgebens und Ratnehmens in Online-Foren ..... 38

*Christine Ott*  
Zum Making-Of sprachlicher Wissensvermittlung:  
Verhandlungen von Ratgeberhaftigkeit in der Textproduktion..... 50

*Marc Weinhardt*  
Beratung, Rat geben und Rat nehmen im Kontext  
von Digitalität und Digitalisierung..... 60

## II Ratgebermedien zwischen Produktion und Produkt

*Tessa-Marie Menzel*  
Instagram als Ratgebermedium am Beispiel der Momfluencerinnen.  
Oder: „keiner muss sich durch Bücher wälzen“ ..... 71

*Nicole Hoffmann*  
Zu Arten des Wissens und ihrer legitimierenden Verwendung  
in einer Konstellation zeitgenössischer Ratgeberliteratur  
zum Thema ‚soziale Grenzen‘ ..... 82

*Yannick Zobel*  
Autismusratgeber als Vermittler zwischen medizinisch-psychologischem  
Wissen und pädagogischer Praxis? Zur Bezugnahme auf Theory of Mind  
in Ratgebern für Lehrkräfte ..... 94

*Markus Kluge*

Vermittlung und Nichtvermittlung des Scheiterns.  
Ratgeben im Kontext von Ungewissheit  
in buchförmigen Kinderwunschratgebern ..... 104

*Charlotte Nell und Eva Tolasch*

Eine diskursanalytische Annäherung an den gelebten (Dicken) Körper  
in Liebesratgebern: „What we are not told is that our bodies  
are perfect just the way they are.“ ..... 116

*Jens Oliver Krüger*

Unterrichtsstörungen im Spiegel der Ratgeberliteratur für Lehrkräfte.  
Oder: „In wenigen Schritten wird dein Unterricht  
frei von Störungen sein“ ..... 132

*Martin Goldfriedrich, Leandra Hauke und Hilbert Meyer*

Ratgeberliteratur für Lehramtsstudierende und Lehrpersonen.  
Zwischen Wissenschaftlichkeit und Praxisorientierung ..... 154

*Dagmar Brand*

Ratgeben und Ratnehmen beim Lernen –  
eine inhaltsanalytische Untersuchung buchförmiger Ratgebermedien  
für Kinder zum Thema Recherche ..... 171

*Alicia Göthe*

Elternbriefe von Bildungsministerien am Beginn der COVID-19-Pandemie –  
eine krisenbedingte Form von Ratgebermedien? ..... 183

### **III Ratgebermedien im Spiegel von Nutzungsmotiven und Inanspruchnahme**

*Steffen Großkopf*

Sag mir, was ich hören will. Operationalisierung einer Theorie  
der Entscheidung für einen Erziehungsratgeber ..... 199

*Ulf Sauerbrey, Liubov Andreeva und Claudia Schick*

Ratgebermediennutzung von Eltern und frühpädagogischen Fachkräften.  
Eine empirische Studie ..... 210

*Christian Zeller*

Polarisierung der Geschlechtscharaktere revisited. Eine Fallstudie zu  
Geschlechtsrollen im Kontext der Rezeption von Elternratgebern ..... 221

## IV Historische Studien zu Ratgeberliteratur

*Christine Freytag*

Rat und Ratgeben in der Volksaufklärung des 18. Jahrhunderts.

Eine Analyse der Werke Rudolph Zacharias Beckers..... 233

*Sebastian Engelmann*

Höflichkeitsbeziehungen –

Johann Heinrich Boltes Briefsteller im 18. Jahrhundert..... 246

*Janne Krumbügel*

Ratgeben als geschlechterpolitisches Stilmittel:

Satirische Literatur für werdende Väter im historischen Kontext..... 258

*Ulf Sauerbrey, Steffen Großkopf und Christine Ott*

# Ratgebermedien: Produktion, Produkt und Inanspruchnahme

## 1 Ratgeber als ‚alte‘ buchförmige und ‚neue‘ medienübergreifende Textsorte

Ratgeber sind inzwischen zu einem festen Teil der Populärkultur in modernen Gesellschaften geworden (Heimerdinger, 2015). Sie setzen an konkreten Fragen, möglichen Problemen oder Defiziten an und stellen Ratsuchenden und anderen potenziell an einem Thema Interessierten unmittelbare Hilfe und Verbesserung ihrer jeweiligen Situation in Aussicht. Als ‚informelle‘ Beratungsformen sind Ratgeber nicht selten niedrigschwellig angelegt (Minsel, 2007; Cleppien, 2017), vermitteln Wissen (Schmid, 2019; Sauerbrey, 2019) und fordern ihre Nutzer\*innen auch zum Handeln auf (Ott, 2022a). Anders als eine professionsspezifisch abgesicherte Beratung stammen Ratgeber allerdings häufig aus nicht-professionell zu bewertenden Kontexten.

Während Ratgeberbücher in der Frühen Neuzeit zunächst noch primär in der Tradition der Hausväter- und Hausmütterliteratur standen und die häusliche Ökonomie im Fokus hatten (Höffer-Mehlmer, 2003), haben sie sich ab dem 18. Jahrhundert u. a. im Hinblick auf das Thema Erziehung deutlich ausdifferenziert (Engelmann, 2022; Schmid, 2011). Längst finden sich Konkretisierungen für Lehrer\*innen, zu den Themen Kinderwunsch, Schwangerschaft und Geburt, Babypflege, Kinderschlaf, Gesundheit, Klimawandel oder Ernährung (Ramos & Youngclarke, 2006; Baader, 2008; Becker, 2008; Kennedy et al., 2009; Hoffmann, 2010; Krumbügel, 2015; Busch, 2016; Kanis et al., 2016; Krüger, 2017; Sauerbrey et al., 2018; Sauerbrey et al., 2019; Vidal, 2019; Vidal, 2021; Dinkelaaker, 2022).

Doch Ratgeber gibt es nicht nur in Printform. Sie erobern im 20. Jahrhundert ‚neue‘ Medien, wie Radio und Fernsehen. Die Omnipräsenz und Allzugänglichkeit des Internets hat mediale Erscheinungsformen des Ratgebens und Ratnehmens einmal mehr diversifiziert. Dies ist für die ohnehin schwierige Bestimmung des Gegenstandes einer Ratgeberforschung (Ott, 2022a; Großkopf, 2022; Oelkers, 1995) zusätzlich herausfordernd.

Aus diesem Grund arbeiten wir im vorliegenden Band zur empirischen Ratgeberforschung mit dem Begriff der *Ratgebermedien* bzw. der *ratgeberhaften Medien*<sup>1</sup>: Nicht nur auf dem Buchmarkt, sondern auch im Internet, in Magazinen und Zeitungen ebenso wie im Fernsehen findet sich heute ein breites Angebot populär aufbereiteten Ratgebens. Die jüngere Ratgeberforschung hat daher neben buchförmigen Ratgebern auch Ratschläge aus Blogs (Knauf, 2019), Elternforen (Berger, 2012; Eriksson & Salzman-Erikson, 2013), Apps (Knauf, 2011) und Tutorials (Ruge, 2019) und so genannte School-Hacks (Sauerbrey & Schick, 2021) in den Blick genommen. Darüber hinaus haben – wenig überraschend – digitale Ratgebermedien die Bedeutung der Printratgeber zumindest im Hinblick auf Eltern ein Stück weit ‚überholt‘: Laut der regelmäßige stattfindenden ifb-Elternbefragung des Staatsinstituts für Familienforschung an der Universität Bamberg hatten im Jahr 2006 noch 78,3% der befragten Eltern angegeben, dass sie zu Familien- und Erziehungsfragen Ratgeberbücher nutzen würden, während nur 68,4%, hierzu das Internet in Anspruch nehmen würden – vier Jahre zuvor hatten sogar nur 44,1% der Eltern das Internet präferiert (Mühling & Smolka, 2007, 36f.). Bei der letzten Erhebung 2015 hingegen gaben 75,2% der Eltern an, bei Fragen rund um Familie und Erziehung, das Internet zu präferieren, während nur noch 56,1% Eltern- und Erziehungsratgeber in Buchform nutzen würden (Neumann & Smolka, 2016, 32f.). Fernseh- und Radiosendungen spielten aus Sicht der Eltern im Falle von Erziehungsfragen eine deutlich untergeordnete Rolle (ebd., 33). Internationale Studien zeichnen ein ähnliches Bild (Duggan et al., 2015; Lebron et al., 2020; Moon et al., 2019; Lupton, 2016). Sabine Buchebner-Ferstl et al. (2020) fassen dementsprechend zusammen: „Was heute Google ist, waren bspw. vor wenigen Jahren noch die zahlreichen Erziehungsratgeber in Buchform, welche heute zwar ebenfalls noch von Bedeutung sind, jedoch als Informationsquelle hinter die Internetrecherche zurückgetreten sind“ (ebd., 8).

Im vorliegenden Band werden daher neben buchförmigen Ratgebern auch digitale Ratgebermedien aus verschiedenen Blickwinkeln thematisiert. Der Band versammelt Ergebnisse des wissenschaftlichen Netzwerks *Ratgeben und Ratnehmen zwischen Selbst- und Fremdoptimierung. Empirische Rekonstruktionen zur Produktion und Rezeption von Ratgebermedien*, das von Ulf Sauerbrey, Nicole Vidal und Steffen Großkopf 2019 beantragt wurde und das von 2021 bis 2024 von der Deutschen Forschungsgemeinschaft gefördert wurde. Entstanden ist es aus dem Arbeitszusammenhang eines früheren, primär erziehungswissenschaftlich ausgerichteten DFG-Netzwerks unter dem Titel *Annäherung an eine Theorie des Erziehungsratgebers*, das an der Universität Augsburg von Michaela Schmid ge-

1 Der Begriff *Ratgebermedien* ist vereinzelt bereits verwendet worden, in der Soziologie etwa als Oberbegriff zu „Trainingsmanualen und Erfolgsratgebern“ (Eichmann, 2018, 43). In der Kulturwissenschaft wird ähnlich über *Medien des Rates* diskutiert (Messler, 2012, 13f.). Ott & Kiesendahl (2019) sprechen alternativ von *Ratgeberartikeln*, einen medial weiten Textbegriff anlegend.

leitet wurde und in dem primär theoretisch-systematische Grundlagen für eine empirisch angelegte Erforschung von Ratgebermedien erarbeitet wurden (Schmid et al., 2019). An diese grundlegenden Vorarbeiten anknüpfend, hat das DFG-Netzwerk *Ratgeben und Ratnehmen* sich vor allem auf die empirische Erforschung von Ratgebermedien konzentriert (Schmid & Matthes, 2022; Hoffmann et al., 2023; Hoffmann, 2023). Empirie wird dabei in einem weiten Sinn verstanden: Wie sich im Titel des Netzwerks andeutet, wird der Fokus sowohl auf die Entstehung und die Angebote von Ratgebermedien (das Ratgeben) als auch auf ihre Nutzung (das Ratnehmen) gerichtet. Umfasst sind zudem Ratgebermedien in einer historischen Perspektive.

Das Netzwerk hat dabei einen transdisziplinären Zugang entwickelt, nicht zuletzt da Ratgebermedien im Kontext einer Dynamisierung populären Wissens in den vergangenen Jahrzehnten auch in der Soziologie (Scholz et al., 2013; Bröckling, 2013), der Kulturwissenschaft (Heimerdinger, 2008), der Geschichtswissenschaft (Kleiner & Suter, 2015; Gebhart, 2009), der Linguistik (Helmstetter, 2014; Niehaus & Peeters, 2014; Hennig & Niemann, 2022) sowie in der Medizin bzw. Gesundheitsforschung (Hunter et al., 2005; Gärtner, 2010) untersucht werden bzw. disziplinäre Grenzen nicht bei allen Forschungsfragen sinnvoll aufrecht erhalten werden können und sollten.

## 2 Was Ratgebermedien kennzeichnet

Markus Höffer-Mehlmer hat für die Erziehungswissenschaft vor inzwischen zwei Dekaden vorgeschlagen, Ratgeber als „technologische Sachbücher“ (Höffer-Mehlmer, 2003, 10) zu klassifizieren. Kennzeichnend für Ratgeber sind demnach nicht bloß enthaltene Kenntnisse – z. B. über Erziehung und Pflege Heranwachsender (denn dies könnte ja auch in einem prototypischen Sachbuch über Erziehung der Fall sein). Das Charakteristische sind vielmehr medial transportierte Handlungsaufforderungen – so etwa zum ‚richtigen‘ Umgang mit Heranwachsenden. Fokussiert wurde bei dieser Begriffsbestimmung ausschließlich auf das Angebot entsprechender Ratgeberbücher, allerdings mit einigen Folgeproblemen, die dann auftauchen, sobald Menschen die als Ratgeber konzipierten Werke nicht als Ratgeber, sondern etwa mit dem Motiv des Informierens oder auch des Unterhaltens rezipieren (Kost, 2019; Großkopf, 2022). Die o.g. zweifache Perspektivierung auf die beiden Seiten des Geschehens – das Ratgeben und das Ratnehmen – erweitert daher den Blickwinkel, indem ein Verweisungszusammenhang des Ratgeberangebots einerseits und seiner Inanspruchnahme durch Menschen andererseits vorausgesetzt wird. Mit Christine Ott lässt sich dementsprechend in einer „medien- und kommunikationsformübergreifende[n] Verwendung“ (Ott, 2022a, 97) des Begriffs als zentrales Merkmal von Ratgebermedien ihre *Ratgeberhaftigkeit*

feststellen: Was ein Medium zum Ratgeber macht, kann dabei in verschiedenen Formen impliziten und expliziten Ratgebens im Medium selbst gründen, sich aber auch anhand paratextueller und innertextlicher Indikatoren sowie kommunikativer Funktionen zeigen (vgl. Ott i. d. Band; Ott, 2022a). Neben all diesen Aspekten, die auf der Seite des Ratgebens, d. h. im medialen Produkt verortet werden können, spielt jedoch auch die Seite des Ratnehmens eine bedeutsame Rolle. Denn: Selbst ein auf der Produktseite als reines Informations- oder auch ein Unterhaltungsmedium konzipiertes und produziertes Artefakt kann zum Ratgebermedium werden, sobald Nutzer\*innen in seinen vermittelten Artikulationen eine Handlungsaufforderung deuten, der sie anschließend folgen. Anders formuliert: Ein Text (welcher medialer Erscheinungsform auch immer) muss nicht zwingend durch Urheber\*innen bzw. Autor\*innen zum ‚Ratgeber‘ gemacht werden, er kann auch auf der Rezipient\*innenseite als solcher konstituiert werden (z. B. Ott, 2022a, 122f.). Dies sei hier nur erwähnt, um die Komplexität der Thematik nicht zu unterschlagen.

Was eine Ratgeberforschung zu ihrem Untersuchungsgegenstand macht, ist somit detailliert zu klären, um vergleichbare Untersuchungsgegenstände zu identifizieren und um die Vergleichbarkeit von Forschungsergebnissen mit anderen Untersuchungen abwägen zu können. Hier fehlt es an empirischer Forschung, die bei der Merkmalsbestimmung von Ratgebermedien gegenüber verwandten Lernmedien Hilfe verspricht. In einer Fallstudie ergibt sich als mögliches Charakteristikum von buchförmigen Ratgebermedien im Vergleich zum Lehrbuch oder auch einem Schulbuch, dass das inkorporierte Vermitteln (Sünkel) bzw. Zeigen (Prange) zwar ebenfalls direktiv, d. h. handlungsauffordernd, realisiert ist, aber diese Handlungsaufforderungen mit vergleichsweise großem Aufwand begründet werden (Ott, 2022b, 296). Die Untersuchung legt zudem nahe, dass Handlungsaufforderungen in Ratgebermedien unterschiedliche Explizitheiten und unterschiedlichen Verpflichtungscharakter aufweisen und „zwischen ‚Handlungsoptionen aufzeigen und (implizit) zur Auswahl auffordern‘ auf der einen und ‚eine verpflichtende Handlungsaufforderung geben‘ auf der anderen Seite“ (Ott, 2022b, 296) aufgespannt sind.

Ob Praktiken des Ratgebens und Ratnehmens zeitlich nah beieinanderliegen oder stärker auseinanderfallen, wirkt sich ebenfalls auf die pädagogische Struktur von Kommunikationssituationen aus, die Ratgeberhaftigkeit für sich beanspruchen dürfen. Diese Praktiken kommen sowohl interaktional als auch medial gebunden bzw. vermittelt vor: Während im Face-to-Face-Beratungsgespräch mögliche Probleme und Optionen ihrer Lösung diskursiv-dialogisch erörtert werden (Weinhardt i. d. Band), stellen insbesondere Printratgeber ein monologisches Pendant hierzu dar, in denen sowohl Anlässe für ein Ratgesuch formuliert werden wie auch das Problem selbst samt Lösungsmöglichkeiten (Ott & Kiesendahl, 2019, 90f.). Unter den Bedingungen digital gestützter Kommunikation sind inzwischen auch

Ratgebermedien entstanden, die eher Synchronizität ermöglichen – so etwa Blogs oder auch soziale Netzwerke wie Instagram, über die eine recht unmittelbare Interaktion zwischen Ratgebenden und Ratnehmenden zumindest möglich ist. Pädagogisch gewendet, können Ratgeber (i. w. S.) als Medien verstanden werden, „in denen Gegenstand und Vermitteln in das Medium inkorporiert sind“ (Schmid & Matthes, 2022, 257; auch Schmid, 2019; Sauerbrey, 2019). Aneignungspraktiken liegen außerhalb des Mediums – anders im Beratungsgespräch, in dem Aneignungen selbst immerhin zum Gegenstand des Austauschs zwischen Ratgebenden und Beratenen oder Ratsuchenden gemacht werden können.<sup>2</sup>

Was ein Ratgebermedium ist, muss somit in Forschungskontexten anhand verschiedener Indikatoren geprüft und für empirische Zugänge jeweils eigens festgelegt werden, um sich etwa bei einer Angebotsanalyse auf Einschluss- und Ausschlusskriterien für ein Datenkorpus beziehen zu können (zur Problematik: Großkopf, 2022). Eine Schwierigkeit ist dabei, dass zur Identifikation eines Ratgebers nicht immer die Selbstbezeichnung herangezogen werden kann. Ohnehin findet sich die Selbstbezeichnung *Ratgeber* heute vorrangig aufseiten buchförmiger Medien, während für digitale Medien teils neue Kategorien entwickelt wurden, die das Ratgeberhafte verschieden, häufig aber stärker instruktiv codieren – so etwa als *Tutorial*, als *How to*-Format, als *Life-Hack* o. a. (Ott, 2022a). Vergleichbare Codierungen lassen sich auch gegenwärtig bei buchförmigen Ratgebermedien finden, wenn diese im Titel, auf dem Layout oder auf dem Klappentext etwa als *Betriebsanleitungen*, *Crashkurse* oder *Erfolgsmethoden* (Nikolai-Fröhlich, 2018) ausgewiesen werden, die eine klar instruktive, d. h. anweisende, Vertextung erwarten lassen. Insofern werden möglicherweise ältere Sorgen einiger Pädagog\*innen reaktiviert, als man vor Ratgebern warnte, weil diese technologisch angewendet werden würden (Großkopf, 2019).

### 3 Auseinandersetzung mit Ratgebermedien im vorliegenden Sammelband

Da Ratgeber nicht zuletzt im Kontext der Digitalität moderner Gesellschaften in unterschiedlichen medialen Gestalten auftreten, werden im *ersten Teil* des vorliegenden Sammelbandes zunächst verschiedene Forschungszugänge zu Ratgebermedien vorgestellt und Versuche zur Eingrenzung des Gegenstandes unternommen.

2 Beim Beratungsgespräch wäre einschränkend anzufügen, dass es möglicherweise gerade ein Charakteristikum dieser Textsorte ist, dass keine Ratschläge formuliert werden (vgl. Ott & Kiesendahl, 2019, 91). Das macht dessen Status als ratgebende Textsorte und den Status der Berater\*innen als Ratgeber\*innen vordergründig diskutabel. Hintergründig womöglich aber wiederum nicht, weil hier ein distinktives Moment zwischen gesprächsförmiger Beratung und medial vermittelten Ratgebern liegen kann, das konkrete Ratschläge *nicht* zum textsortenkonstitutiven oder -charakteristischen Bestandteil von Beratung macht.

*Georg Cleppien* arbeitet dabei heraus, inwieweit Ratgeber im Kontext theoretischer Ansätze der Selbstoptimierung gedeutet werden können und wo entsprechende Grenzen liegen. Die Potenziale qualitativ und quantitativ ausgerichteter Inhaltsanalyse beleuchtet *Fabian Hemmerich* in seinem Beitrag, in dem er Prozesse des Ratgebens und Ratnehmens in Online-Foren für Eltern beispielhaft analysiert und dabei auch das durch Foren gegenüber Ratgeberbüchern in einer neuen Qualität ermöglichte Ratsuchen thematisiert. Er arbeitet im Hinblick auf die Inhaltsanalyse heraus, inwieweit induktiv, aber auch auf der Basis von Theorie- und Forschungsstand gebildete Kategorien hilfreich sein können, verschiedene Formen von Rat schlägen in Online-Foren zu identifizieren und zeigt die besonderen Stilmittel sowie die Bedeutung von Anonymität und Asynchronität in digitalen Elternforen auf. Einen Perspektivenwechsel hin zu Buchratgebern liefert anschließend *Christine Ott*. In ihrem Werkstattbericht beleuchtet sie, welche methodischen Möglichkeiten und forschungspraktischen Herausforderungen sich ergeben, wenn man den Produktionsprozess eines Buchratgebers untersuchen möchte. Im Zentrum steht die Forschungsfrage, wie der textliche Status als ‚Ratgeber‘ von und zwischen den Akteur\*innen der Ratgeberautor\*innen und Verlagsredakteur\*innen ausgehandelt wird und das im Entstehen befindliche Buch von verwandten Textsorten wie dem Lehrbuch abgrenzbar gemacht werden soll. Den grundlagentheoretischen und auf methodische Ansätze der Ratgeberforschung fokussierten Teil des Bandes schließt *Marc Weinhardt* mit einem Beitrag ab, in dem er u. a. die Schnittstellen von Beratungs- und Ratgeberforschung beleuchtet und zugleich Fragen und Probleme dieser Forschungsfelder im Kontext von Digitalität und Digitalisierung darlegt. Im zweiten Teil des Bandes – Ratgebermedien zwischen Produktion und Produkt – stehen das Ratgeben und seine Entstehungsbedingungen im Vordergrund. Hinsichtlich der medialen Formen von Ratgebern lag ein deutlicher Schwerpunkt der bisherigen Forschung auf Büchern, obgleich Ratgeber eine Vielzahl an medialen Gestalten aufweisen (grundlegend: Kost, 2013, 475ff., Kost, 2019; Ruge, 2019). Insbesondere die ‚tiefgreifende Mediatisierung‘ (Hepp, 2018) in modernen Gesellschaften erfordert dabei auch neue empirische Forschungsansätze bzgl. der Inhalte und der Adressat\*innen, aber auch im Hinblick darauf, welche Motive eigentlich die Urheber\*innen mit der Produktion von Ratgebermedien verfolgen. *Tessa-Marie Menzel* diskutiert erstmals die Social Media-App Instagram als Ratgebermedium. Anhand der so genannten ‚Momfluencerinnen‘, die ihren Familienalltag und das Muttersein in den Fokus ihrer Social Media-Präsenz rücken, zeigt sie, dass Momfluencing als ratgeberische Praktik kategorisiert werden kann, ohne dass die Akteurinnen durchweg an der Konstruktion eines Expertinnenstatus arbeiten. Beleuchtet werden zudem Machtfragen darüber, wer durch welche Ressourcen in der Lage ist, Rat zu geben, und wie sich beim Phänomen Influencing Praktiken des Ratgebens mit Konsumempfehlungen und Entertainment verschränken. *Nicole Hoffmann* untersucht in ihrem Beitrag am Beispiel von ‚Grenzen‘ thematisieren-

den Ratgeberbüchern, wie die Autor\*innen die eigene Expertise legitimieren. Auf die Legitimationsgrundlage buchförmiger Ratgeber zum Thema Autismus fokussiert anschließend auch der Beitrag von *Yannick Zobel*. Mittels Grounded Theory und wissenssoziologischer Diskursanalyse geht er der Frage nach, wie die ‚Theory of mind‘ zur kaum hinterfragten Basis in Ratgebern für Lehrkräfte wird. *Markus Kluge* untersucht Buchratgeber zum Thema Kinderwunsch. Anhand einer Betrachtung paratextueller Elemente wird dabei herausgearbeitet, dass sich diese Ratgeber jeweils unterschiedlich zur stets gegebenen Möglichkeit des Scheiterns des Kinderwunsches positionieren. Darüber hinaus zeigt Kluge, dass in diesem Zusammenhang auch bestimmte Vorstellungen der Handlungsfähigkeit gewünschter Kinder zu einem konstitutiven Teil der Auseinandersetzung mit der Möglichkeit des Scheiterns werden. Im Rahmen einer wissenssoziologischen Diskursanalyse richten *Eva Tolasch* und *Charlotte Nell* ihren Fokus auf den ‚Leibkörper‘ und dessen Konstruktion in Ratgebern zum Thema Liebe und Mehrgewichtigkeit. Ebenso wie Yannick Zobel betrachtet *Jens Oliver Krüger* an Lehrer\*innen adressierte Ratgeberliteratur, nimmt dabei auch die Abgrenzungsproblematik bzw. die unscharfen Grenzen zwischen wissenschaftlicher und Ratgeberliteratur in den Blick. Anhand eines am Thema Unterrichtsstörungen gewählten Samples arbeitet er heraus, wie Störungen unterstellt und perspektiviert werden und welcher Rat daraus kreiert wird. Mit der Entstehung bzw. Produktion von Ratgebern für Lehrer\*innen beschäftigen sich anschließend *Martin Goldfriedrich*, *Leandra Hauke* und *Hilbert Meyer*, die in ihrem Beitrag in einer pragmatisch ausgerichteten Perspektive danach fragen, welche Voraussetzungen ein Ratgeber erfüllen sollte, um (zukünftige) Lehrer\*innen in der Schul- und Unterrichtspraxis zu unterstützen. Hierfür stellen sie Ergebnisse eines Experteninterviews vor. Die Adressat\*innengruppe Kinder betrachtet *Dagmar Brand*, die in ihrem Beitrag, in dem sie zwei buchförmige Ratgeber zum Thema ‚Recherche‘ analysiert, in Beziehung zu den Kompetenzerwartungen des Thüringer ‚Kursplan Medienkunde‘ setzt und dabei nach den didaktischen Möglichkeiten der Nutzung der Ratgeber für den Grundschulunterricht fragt. Eine von den Bildungsministerien der Länder im Rahmen der COVID-19-Pandemie genutzte Mediensorte waren Elternbriefe, die von *Alicia Göthe* untersucht werden. Sie stellt dabei die Frage, inwieweit diese Elternbriefe eine krisenbedingte Form von Ratgebermedien bildeten.

Der *dritte Teil* des Bandes umfasst Studien zu Nutzungsmotiven und zur Inanspruchnahme von Ratgebermedien. Beide Aspekte werden aufseiten von Rezipient\*innen verortet, die Ratgebermedien auswählen und verwenden oder auch ablehnen und nicht verwenden. Die Art und Weise, wie bspw. Eltern Ratgeber nutzen (Keller, 2008; Jahn, 2012), aber auch die Motive zur Auswahl bestimmter Ratgebermedien (etwa Zeller, 2018; Sauerbrey et al., 2023; Sauerbrey & Andreeva, 2022) oder gar mögliche negative Folgen der Inanspruchnahme bestimmter Ratgeber (Harries & Brown, 2017) bildeten bislang das größte Desiderat

sozialwissenschaftlicher Ratgeberforschung. Vor diesem Hintergrund informiert *Steffen Großkopf* in seinem Beitrag über ein Forschungsprojekt, welches die Motive von Eltern bei der Auswahl buchförmiger Erziehungsratgeber untersucht. Die quasi-experimentelle Studie untersucht den Zusammenhang von Auswahlmotiven und elterlichen Präferenzen von Erziehungsstilen. Im anschließenden Beitrag untersuchen *Ulf Sauerbrey*, *Liubov Andreeva* und *Claudia Schick* die Gründe der Nutzung von Ratgebermedien durch Eltern und frühpädagogische Fachkräfte. Hierfür haben sie im Rahmen von Interviews mit beiden Personengruppen neben Motiven und Bedingungen der Nutzung auch in Anspruch genommene Inhalte sowie die genutzten medialen Formate erfragt und verglichen. *Christian Zeller* arbeitet im Anschluss anhand eines Falls Strukturen und Muster der Umkehrung von Geschlechterklischees bei der Bewertung und Einordnung von Ratgebern durch ein Elternpaar heraus.

Der *vierte Teil* des Bandes versammelt historische Studien zu Ratgeberliteratur vom 18. bis ins 20. Jahrhundert. Die Beiträge eint dabei das Motiv einer geschichtlichen Vergewisserung über frühe und sich ausdifferenzierende Formen medial-literarischen Ratgebens. Sie schließen dabei an die bisherigen historischen Studien zu Ratgebern in verschiedenen Epochen an (Höffer-Mehlmer, 2003; Schmid, 2011; Eschner, 2017; Volk, 2018). *Christine Freytag* analysiert das im Rahmen der frühen Volksaufklärung veröffentlichte ‚Noth- und Hülfsbüchlein‘ Rudolph Zacharias Beckers, das in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts entstanden war und in der Folge in ca. 50 Auflagen weite Verbreitung gefunden hatte. Untersucht wird anhand des in zwei Bänden erschienenen Werkes die Frage, welche Ratgeber-elemente es enthält. Eine andere und in Bezug auf die vermittelten Fertigkeiten spezifischere Ratgebersorte beleuchtet im Anschluss *Sebastian Engelmann*, der so genannte Briefsteller und Ratgeber zum Schreibunterricht des 18. Jahrhunderts analysiert. Er untersucht dabei, wie Emotionen rund um die Kulturtechnik des Schreibens normiert und normalisiert werden. Mit einem Sprung in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts widmet sich *Janne Krumbügel* im Anschluss Ratgeberbüchern für werdende Väter. Auch sie blickt zunächst auf das Problem der Materialwahl. Anhand von als ungewöhnlich einzustufenden humoristischen Ratgebern zeigt sie die Notwendigkeit der Untersuchung historischer Kontexte und identifiziert diese Ratgeber als Indikatoren einer geschlechterpolitisch einzustufenden Reaktion auf aktuelle Entwicklungen in ihrer Entstehungszeit.

Eine disziplinübergreifende empirische Ratgeberforschung steht noch am Anfang ihrer Entwicklung. In diesem Sinne begreifen wir den vorliegenden Band nicht als abschließend und auch nicht als umfassenden Zwischenstand einer sich im Entstehen begreifenden Forschungsrichtung. Vielmehr handelt es sich um einen gebündelten Auftakt, der die weitere Ratgeberforschung in den Perspektiven des

Ratgebens und Ratnehmens anhand verschiedener forschungsmethodischer Zugänge anregen soll.<sup>3</sup>

## Literatur

- Baader, M. S. (2008). Geburtsratgeber zwischen Beruhigungs- und Risikorhetorik in kulturgeschichtlicher Perspektive. In C. Wulf (Hrsg.), *Das Imaginäre der Geburt. Praktiken, Narrationen und Bilder* (S. 122-135). Wilhelm Fink: München.
- Becker, N. (2008). Gute Gefühle = müheloses Lernen? Über eine alte Utopie und ihre Neuaufgabe in der pädagogischen Ratgeberliteratur. In R. Arnold & G. Holzapfel (Hrsg.), *Emotionen und Lernen. Die vergessenen Gefühle in der (Erwachsenen-)Pädagogik* (S. 73-89). Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.
- Berger, J. (2012). *Erziehungsdiskurs im Online-Forum. Eine qualitative Untersuchung über elterliche Forendiskussionen zum kindlichen Internetgebrauch und ihren Einfluss auf den Erziehungsalltag*. Dissertation. Erfurt: Universität Erfurt.
- Bröckling, U. (2013). *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Buchebner-Ferstl, S., Geserick, S. & Kaindl, M. (2020). *Elternbildung im digitalen Zeitalter. Chancen – Risiken – Grenzen*. Wien: Österreichisches Institut für Familienforschung an der Universität Wien. DOI: 10.25365/phaidra.227
- Busch, (2016). Über Mütterlichkeit und Ernährung: „Eine gute Mutter stillt ihr Kind“. In B. Althans & J. Bilstein (Hrsg.), *Essen – Bildung – Konsum. Pädagogisch-anthropologische Perspektiven* (S. 127-137). Wiesbaden: Springer. DOI: 10.1007/978-3-658-01543-5\_8
- Cleppien, G. (2017). Elternratgeber. In P. Bauer & C. Wiezorek (Hrsg.), *Familienbilder zwischen Kontinuität und Wandel* (S. 113-129). Weinheim u. a.: Beltz Juventa.
- Dinkelaker, J. (2022). Der Ratgeber als Format des Lernens Erwachsener. Diskutiert anhand von Beispielen aus dem Themenfeld Klimaschutz. *Bildung und Erziehung*, 75(3), 299-317. DOI: 10.13109/buer.2022.75.3.299
- Duggan, M., Lenhart, A., Lampe, C. & Ellison, N. B. (2015). *Parents and socialmedia*. New York: Pew Research Center.
- Eichmann, J. (2018). *Konsum im Spiegel der Medien. Subjektbildung am Beispiel des Dokumentenformats „Shopping Queen“*. Bielefeld: transcript.
- Engelmann, S. (2022). Es besser machen – Pädagogische Artikulationsstrategien in Ratgebern vom 18. bis ins 21. Jahrhundert. *Bildung und Erziehung*, 75(3), 263-279. DOI: 10.13109/buer.2022.75.3.263
- Eriksson, H. & Salzman-Erikson, M. (2013). Supporting a caring fatherhood in cyberspace – an analysis of communication about caring within in an online forum for fathers. *Scandinavian Journal of Caring Sciences*, 27(1), 63-69.
- Eschner, C. (2017). *Erziehungskonzepte im Wandel. Eine qualitative Inhaltsanalyse von Elternratgebern 1945 bis 2015*. Wiesbaden: Springer.

3 Wir danken allen Netzwerkmitgliedern – auch denjenigen, die aufgrund von Verpflichtungen innerhalb und außerhalb des akademischen Betriebs keine Beiträge verfasst haben – für ihre Mitarbeit an diesem thematisch und method(olog)isch offenen Projekt. Zu Dank verpflichtet sind wir darüber hinaus den Gastreferent\*innen, die durch Vorträge und Workshops wichtige Anregungen ins Netzwerk getragen haben, darunter Eva Thomm, Sylka Scholz, Nicole Hoffmann, Marc Weinhardt, Christian Zeller und Ulrich Bröckling. Schlussendlich danken wir Emily Zahn für ihre Arbeit am Lektorat der Manuskriptfassung sowie der Hochschule Neubrandenburg, dem Klinkhardt-Verlag und Vassiliki Vakaki für die Unterstützung bei der Veröffentlichung des Bandes.

- Gärtner, J. (2010). *Elternratgeber im Wandel der Zeit. Deskriptive Ratgeberanalyse am Beispiel der sogenannten klassischen Kinderkrankheiten unter Berücksichtigung der Impfdebatte*. Leipzig: WBV.
- Gebhardt, M. (2009). *Die Angst vor dem kindlichen Tyrannen. Eine Geschichte der Erziehung im 20. Jahrhundert*. München: Deutsche Verlags-Anstalt.
- Großkopf, S. (2019). Ratsuchende, orientierungslose Eltern oder Schwierigkeiten mit Autonomie? Anmerkungen aus einer existenzialistisch inspirierten Perspektive. In M. Schmid, U. Sauerbrey & S. Großkopf (Hrsg.), *Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft. Grundlagen und Reflexionen* (S. 143-161). Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Großkopf, S. (2022). Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft – Stand, Kritik und Perspektiven. Gedanken zu den Beiträgen dieses Heftes. *Bildung und Erziehung*, 75(3), 337-350 DOI: 10.13109/buer.2022.75.3.337
- Harries, V. & Brown, A. (2019). The Association between Use of Infant Parenting Books that Promote Strict Routines, and Maternal Depression, Self-efficacy, and Parenting Confidence. *Early Child Development and Care*, 189(8), 1339-1350. DOI: 10.1080/03004430.2017.1378650
- Heimerdinger, T. (2008). Der gelebte Konjunktiv. Zur Pragmatik von Ratgeberliteratur in alltagskultureller Perspektive. In A. Hahnemann & D. Oels (Hrsg.), *Sachbuch und populäres Wissen im 20. Jahrhundert* (S. 97-108). Frankfurt a. M. u. a.: Lang.
- Heimerdinger, T. (2015). Zwangloser Zwang? – Lebensratgeber-Literatur, Selbstformung und Alltagspragmatik. In R. Conrad & R. Kipke (Hrsg.), *Selbstformung. Beiträge zur Aufklärung einer menschlichen Praxis* (S. 97-113). Münster: Mentis.
- Helmstetter, R. (2014). Die Tunlichkeits-Form. Zu Grammatik, Rhetorik und Pragmatik von Ratgeberbüchern. In M. Niehaus & W. Peeters (Hrsg.), *Rat geben. Zu Theorie und Analyse des Beratungshandelns* (S. 107-132). Bielefeld: transcript.
- Hennig, M. & Niemann, R. (Hrsg.). (2022). *Ratgeben in der spätmodernen Gesellschaft. Ansätze einer linguistischen Ratgeberforschung*. Tübingen: Stauffenburg.
- Hepp, A. (2018). Von der Mediatisierung zur tiefgreifenden Mediatisierung. In J. Reichertz & R. Bettmann (Hrsg.), *Kommunikation – Medien – Konstruktion* (S. 27-45). Wiesbaden: Springer.
- Höffer-Mehlmer, M. (2003). *Elternratgeber. Zur Geschichte eines Genres*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.
- Hoffmann, N. (2010). Terraingewinn bei Identitätsverlust? Professionalität im Buchmarktsegment der ‚Lernratgeber für Erwachsene‘. In C. Hof, J. Ludwig & B. Schäffer (Hrsg.), *Professionalität zwischen Praxis, Politik und Disziplin* (S. 6-18). Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.
- Hoffmann, N. (2023). „Zwischen den Stühlen“. Spannungsfelder des Datenmanagements im Kontext multidisziplinärer Wissenschaftszweige am Beispiel der Ratgeber-Forschung. *Bausteine Forschungsdatenmanagement*, 4/2023, 1-20. DOI: 10.17192/bfdm.2023.4.8592
- Hoffmann, N., Ott, C., Hemmerich, F. & Ruge, W. (Hrsg.). (2023). Sonderheft: Implikationen des Forschungsdatenmanagements am Beispiel der Ratgeberforschung. *Bausteine Forschungsdatenmanagement* 4/2023.
- Hunter, W. M., Helou, S., Saluja, G., Runyan, C. W. & Coyne-Beasley, T. (2005). Injury prevention advice in top-selling parenting books. *Pediatrics*, 116, 1.080-1.088.
- Jahn, (2012). *Reflexionen über Erziehung in populärwissenschaftlichen Ratgebern. Eine Analyse der elterlichen Implementierung von pädagogischen Argumentationen in den Erziehungsalltag*. Dissertation. Weingarten: Pädagogische Hochschule Weingarten.
- Kanis, J., Link, V., Dippon, C., Becker, N. & Kübler, A. (2016). Schlaf, Kindlein, schlaf? Eine Inhaltsanalyse von Elternratgebern zu Schlafproblemen bei Babys. *Somnologie*, 20(4), 20, 261-274.
- Keller, N. (2008). *Pädagogische Ratgeber in Buchform – Leserschaft eines Erziehungsmediums*. Bern u. a.: Lang.
- Kennedy, H. P., Nardini, K., McLeod-Waldo, R. & Ennis, L. (2009). Top-Selling Childbirth Advice Books: A Discourse Analysis. *Birth*, 36, 318-324.
- Kleiner, S. & Suter, R. (2015). *Guter Rat. Glück und Erfolg in der Ratgeberliteratur 1900-1940*. Berlin: Neofelis.

- Knauf, D. (2011). *Eltern-APP. Ein neues Konzept der Familienbildung?* Verfügbar unter: <https://opus4.kobv.de/opus4-bamberg/frontdoor/index/index/docId/6406>
- Knauf, H. (2019). Disenchantment of the Family Mediatization of Parenthood in Family Blogs. *Medienpädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung 2019 (Occasional Papers)*, 156-173. DOI: 10.21240/mpaed/00/2019.12.03.X
- Kost, J. (2013). Erziehungsratgeber. In M. Stamm & D. Edelmann (Hrsg.), *Handbuch frühkindliche Bildungsforschung* (S. 473-484). Wiesbaden: Springer.
- Kost, J. (2019). Möglichkeiten und Grenzen, das Feld pädagogischer Ratgeber zu systematisieren. In M. Schmid, U. Sauerbrey & S. Großkopf (Hrsg.), *Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft. Grundlagen und Reflexionen* (S. 17-29). Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Krüger, J. O. (2017). Wissen, was gut ist? Zur Adressierungsproblematik in Erziehungsratgebern für Eltern. In K. Jergus, J. O. Krüger & A. Roch (Hrsg.), *Elternschaft zwischen Projekt und Projektion. Aktuelle Perspektiven der Elternforschung* (S. 201-213). Wiesbaden: Springer.
- Krumbügel, J. (2015). Der Übergang zur Elternschaft in ärztlichen Schwangerschaftsratgebern. Eine diskursanalytische Untersuchung von Mutter- und Vaterbildern. In R. Seehaus, L. Rose & M. Günther (Hrsg.), *Mutter, Vater, Kind - Geschlechterpraxen in der Elternschaft* (S. 141-156). Opladen u. a.: Barbara Budrich.
- Lebron, C. N., St George, S. M., Eckembrecher, D. G. & Alvarez, L. M. (2020). „Am I doing this wrong?“ Breastfeeding mothers’ use of an online forum. *Maternal & Child Nutrition*, Jan 16(1), 1-10. DOI: 10.1111/mcn.12890
- Lupton, D. (2016). The use and value of digital media for information about pregnancy and early motherhood: a focus group study. *BMC Pregnancy Childbirth*, 16(1), 1-10. DOI: 10.1186/s12884-016-0971-3
- Messerli, A. (2012). Eine Entwicklungsgeschichte der Medien und der Rhetorik des Rates. In D. Oels & M. Schikowski (Hrsg.), *Non Fiction: Ratgeber* (S. 13-26). Hannover: Wehrhahn.
- Minsel, B. (2007). Stichwort: Familie und Bildung. *Zeitschrift für Erziehungswissenschaft* 10(3), 299-316.
- Moon, R. Y., Mathews, A., Oden, R. & Carlin, R. (2019). Mothers’ Perceptions of the Internet and Social Media as Sources of Parenting and Health Information: Qualitative Study. *Journal of Medical Internet Research* 21(7). e14289, 1-9. DOI: 10.2196/14289
- Mühling, T & Smolka, A. (2007). *Wie informieren sich bayerische Eltern über erziehungs- und familienbezogene Themen? Ergebnisse der ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2006*. Bamberg: ifb.
- Neumann, R. & Smolka, A. (2016). *Familienbildung aus Sicht bayerischer Mütter und Väter. Ergebnisse der dritten ifb-Elternbefragung zur Familienbildung*. Bamberg: ifb.
- Niehaus, M. & Peeters, W. (Hrsg.). (2014). *Rat geben. Zu Theorie und Analyse des Beratungshandelns*. Bielefeld: transcript.
- Nikolai-Fröhlich, M. (2018). Von ‚Betriebsanleitungen‘, ‚Crashkursen‘ und ‚Erfolgsmethoden‘: Zeitgenössische Elternratgeber als Medium der Risikokommunikation und -konstruktion. In E. von Contzen, T. Huff & P. Itzen (Hrsg.), *Risikogesellschaften. Literatur- und geschichtswissenschaftliche Perspektiven* (S. 223-224). Bielefeld: transcript.
- Oelkers, J. (1995). *Pädagogische Ratgeber. Erziehungswissen in populären Medien*. Frankfurt a. M.: Diesterweg.
- Ott, C. & Kiesendahl, J. (2019). Ratgeber und RAT GEBEN. Textlinguistische Reflexionen zur Identifizierung, Typologisierung und pragmatisch-stilistischen Analyse von Ratgebern. In M. Schmid, U. Sauerbrey & S. Großkopf (Hrsg.), *Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft. Grundlagen und Reflexionen* (S. 79-115). Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Ott, C. (2022a). Wann ist ein Text ein ‚Ratgeber‘? Methodische Anmerkungen für eine medien-sensitive linguistische Ratgeberforschung. In M. Hennig & R. Niemann (Hrsg.), *Ratgeben in der spät-modernen Gesellschaft. Ansätze einer linguistischen Ratgeberforschung* (S. 97-129). Tübingen: Stauffenburg.

- Ott, C. (2022b). Wie zeigt sich Zeigen? Sprachhandlungsbasierte Annäherungen an das Pädagogische in Bildungsmedien – Ratgeber, Lehrbuch und Schulbuch kontrastiv. *Bildung und Erziehung*, 75(3), 280-298. DOI: 10.13109/buer.2022.75.3.280
- Ramos, K. & Youngclarke, D. (2006). Parenting advice books about child sleep: cosleeping and crying it out. *Sleep*, 29, 1616-1623. DOI: 10.1093/sleep/29.12.1616
- Ruge, W. B. (2019). Mögliche Beiträge der Medienpädagogik(en) zu einer Erforschung des Ratgebers. In M. Schmid, U. Sauerbrey & S. Großkopf (Hrsg.), *Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft. Grundlagen und Reflexionen* (S. 63-77). Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Sauerbrey, U. & Andreeva, L. (2022). Inanspruchnahme von Ratgebermedien durch frühpädagogische Fachkräfte – eine qualitative Explorationsstudie zu Nutzungsgründen, Inhalten und medialen Formaten. *Bildung und Erziehung*, 75(3), 317-335. DOI: 10.13109/buer.2022.75.3.318
- Sauerbrey, U. & Schick, C. (2021). Mediale Optimierung der Kindheit? An Kinder adressierte Ratgebermedien im Spiegel einer explorativen Inhaltsanalyse. *MedienPädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*, 42, 199-216. DOI: 10.21240/mpaed/42/2021.05.09.X
- Sauerbrey, U. (2019). Erziehen Ratgeber in Buchform? Annäherungen aus erziehungstheoretischer Perspektive. In M. Schmid, U. Sauerbrey & S. Großkopf (Hrsg.), *Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft. Grundlagen und Reflexionen* (S. 47-61). Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Sauerbrey, U., Petruschke, I., Schulz, S., Herklotz, K. & Vollmar, H. C. (2018). Elternratgeber zur Kindergesundheit. Ein Überblick über populärmedizinische Themen auf dem deutschen Buchmarkt. *Zeitschrift für Allgemeinmedizin*, 94(6), 269-275. DOI: <http://10.3238/zfa.2018.0269-0275>
- Sauerbrey, U., Schick, C., Wobig, S., Petruschke, I. & Schulz, (2019). Essenlernen durch ostensives Zeigen. Eine Dokumentenanalyse zu Elternratgebern über Kinderernährung. In M. Schmid, U. Sauerbrey & S. Großkopf (Hrsg.), *Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft. Grundlagen und Reflexionen* (S. 153-172). Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Sauerbrey, U., Schick, C. & Andreeva, L. (2023). Optimierte Familienerziehung? Ratgebermedien und ihre Nutzung durch Eltern. *Vierteljahrsschrift für wissenschaftliche Pädagogik*, 99(1), 62-77. DOI: 10.30965/25890581-09703079
- Schmid, M. & Matthes, E. (2022). Einleitung. *Bildung und Erziehung*, 75(3), 257-262. DOI: 10.13109/buer.2022.75.3.257
- Schmid, M. (2011). *Erziehungsratgeber und Erziehungswissenschaft. Zur Theorie-Praxis-Problematik populärpädagogischer Schriften*. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Schmid, M., Sauerbrey, U. & Großkopf, S. (Hrsg.). (2019). *Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft. Grundlagen und Reflexionen*. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Schmidt, M. (2019). Das Pädagogische von medialen Ratgebern und Überlegungen zu ihrer Artikulation. In M. Schmid, U. Sauerbrey & S. Großkopf (Hrsg.), *Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft. Grundlagen und Reflexionen* (S. 31-46). Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Scholz, S., Lenz, K. & Dreßler, S. (Hrsg.). (2013). *In Liebe verbunden Zweierbeziehungen und Elternschaft in populären Ratgebern von den 1950ern bis heute*. Bielefeld: transcript.
- Vidal, N. (2019). Eine Analyse didaktischer Ratgeberliteratur für Lehrkräfte. In M. Schmid, U. Sauerbrey & S. Großkopf (Hrsg.), *Ratgeberforschung in der Erziehungswissenschaft. Grundlagen – Theorien – Reflexionen* (S. 135-151). Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Vidal, N. (2021). „Der Lehrer ist lediglich der letzte Ausweg“. Eine Analyse von Praxisempfehlungen zum selbstgesteuerten Lernen. In D. Miller & J. Oelkers (Hrsg.), *„Selbstgesteuertes Lernen“: Interdisziplinäre Kritik eines suggestiven Konzepts* (S. 232-248). Weinheim u. a.: Beltz Juventa.
- Volk, S. (2018). *Elternratgeber der Weimarer Republik*. Wiesbaden: Springer.
- Zeller, C. (2018). *Warum Eltern Ratgeber lesen. Eine soziologische Studie*. Frankfurt a. M.: Campus.

## **Autoren und Autorin**

### **Sauerbrey, Ulf, Prof. Dr.**

Professur für Kindheit und Jugend in digitalen Bildungswelten  
Erziehungswissenschaftliche Fakultät  
Universität Erfurt  
Nordhäuser Str. 63  
99089 Erfurt  
ulf.sauerbrey@uni-erfurt.de

### **Großkopf, Steffen, Dr.**

Erziehungswissenschaftliche Fakultät  
Universität Erfurt  
Nordhäuser Str. 63  
99089 Erfurt  
steffen.grosskopf@uni-erfurt.de

### **Ott, Christine, Dr.**

Lehrstuhl für Didaktik der deutschen Sprache und Literatur  
Philosophische Fakultät  
Julius-Maximilians-Universität Würzburg  
Am Hubland  
97074 Würzburg  
christine.ott@uni-wuerzburg.de

Ratgeber eroberten im 20. Jahrhundert ‚neue‘ Medien, wie Radio und Fernsehen. Die Omnipräsenz und Allzugänglichkeit des Internets hat mediale Erscheinungsformen des Ratgebens und Ratnehmens im 21. Jahrhundert einmal mehr diversifiziert. Der Sammelband widmet sich daher Ratgebermedien aus verschiedenen sozialwissenschaftlichen Perspektiven und beleuchtet sowohl die Produktion und das Angebot als auch die Inanspruchnahme von Ratgebern für Eltern, Lehrkräfte, frühpädagogische Fachkräfte sowie für Kinder und Jugendliche. Er entstand im Arbeitszusammenhang des DFG-Netzwerks „Ratgeben und Ratnehmen zwischen Selbst- und Fremdoptimierung. Empirische Rekonstruktionen zur Produktion und Rezeption von Ratgebermedien“, das von 2021 bis 2024 existierte.

### **Die Herausgeber:innen**

**Prof. Dr. Ulf Sauerbrey**, Professur für Kindheit und Jugend in digitalen Bildungswelten, Erziehungswissenschaftliche Fakultät, Universität Erfurt.

**Dr. Steffen Großkopf**, Arbeitsbereich Sozialpädagogik, Erziehungswissenschaftliche Fakultät, Universität Erfurt.

**Dr. Christine Ott**, Lehrstuhl für Didaktik der deutschen Sprache und Literatur, Philosophische Fakultät, Julius-Maximilians-Universität Würzburg.

978-3-7815-2642-6



9 783781 526426