

Frank Elstner:

Waren das noch Zeiten: Ein einziges Programm sendete täglich wenige Stunden lang. Die Verantwortlichen brauchten weder zu befürchten, daß ihnen die Stars davonliefen, noch sich über zappende Zuschauer den Kopf zu zerbrechen. Heute, 40 Jahre später, muten diese Zustände geradezu paradiesisch an. Längst sind der Urmutter des deutschen Fernsehens die Kinder über den Kopf gewachsen, haben ihr mit harten Bandagen den Kampf angesagt. Im erbitterten Gefecht um Einschaltquoten ist alles erlaubt, was Werbekunden dingfest macht: aggressives Abwerben von Stars mit Millionen-Ködern, Streit-Shows, bei denen ungehemmt die Fetzen fliegen, schauerliche Soft-Pornos, brutales Reality-TV und ungeniertes Ausbeuten menschlicher Gefühle.

Aber war früher wirklich alles besser?

Die heutige Fernseh-Landschaft pauschal zu verteufeln, nur weil das Angebot größer geworden ist, wäre oberflächlich. 50 neue Programme sind nicht unbedingt 50 schlechtere Programme. Was ist überhaupt „gutes“ Fernsehen? Öffentlich-rechtliche Ausgewogenheit, die verantwortliche Posten immer auch nach dem Parteibuch besetzt; die von Rundfunkräten kontrolliert wird, deren Zusammensetzung noch heute die gesellschaftliche Struktur der 50er Jahre widerspiegelt? Sie ist sicherlich nicht das Ideal-Modell, als das Verächter des Privatfernsehens sie gern hinstellen.

Trotzdem betrachte ich es persönlich als großes Glück, das „Fernsehen von früher“, seine Entwicklung und seine Fortschritte hautnah miterlebt zu haben, quasi mit ihm großgeworden zu sein. Zu Beginn meiner Karriere wurde ich wie ein Pflänzchen in der Baumschule gehegt und gepflegt. Ich begann im Kinderfunk, wurde Co-Moderator im dritten Programm, bis ich für die bundesweite Prime Time und schließlich für den Samstagabend reif war. Die Möglichkeit, langsam aufgebaut zu werden, zu lernen und Erfahrungen zu sammeln, nach einer Panne nicht gefeuert, sondern in der Diskussion verbessert zu werden – diese Chance haben junge Kollegen heute kaum noch.

Das Geschäft ist schnellerbiger und härter geworden: Das Produkt steht im Vordergrund, nicht der Mensch. Der fliegt sofort, wenn das Produkt nicht den gewünschten Erfolg hat, selbst wenn das nicht seine Schuld ist. Das Interesse eiskalter Moderatorenverheizer hinter den Kulissen ist einzig und allein darauf gerichtet, die Einschaltquoten zu halten bzw. zu steigern – sonst wird schließlich der eigene Vertrag weder verlängert noch höher dotiert. In diesem rabiaten Spiel bleibt so manches Talent unerkannt bzw. vorzeitig auf der Strecke. Das Häuflein der Durchhalter ist winzig, verglichen mit der Abfallhalde der Opfer.

Letztlich schadet sich das Fernsehen mit dieser Politik vor allem selbst. Wer jungen Leuten keine anständige Ausbildung, keine vernünftigen Teststrecken bietet, dem fehlt eben irgendwann der Nachwuchs. Die Folge: Das Fernsehen nimmt sich selbst die Möglichkeit, sein Potential als das Live-Medium schlechthin voll auszuschöpfen. Es wird feige und beschränkt sich auf das Abspielen von Konserven. Damit ist dem Fernsehen viel von seinem originären

Lampenfieber, von seiner Spannung genommen. Jeder, der schon einmal ein Eishockeyspiel, eine Oscar-Verleihung, eine Abiturprüfung erlebt hat, weiß, was ich meine: den zusätzlichen Adrenalinstoß, der Leistungen hervorbringt, die in ihren Höhepunkten unerreicht sind. Wenn dieser spezielle Antrieb wegfällt, wird zwar der Durchschnittliche besser – aber es bleibt Durchschnitt.

Die Möglichkeit, in einer Unterhaltungssendung auf aktuelle politische oder gesellschaftliche Geschehnisse einzugehen, entfällt damit völlig. Was Monate vor der Ausstrahlung en bloc aufgezeichnet wurde, ist nun mal nicht aktuell. Das Unterhaltungsfernsehen läuft damit Gefahr, zum realitätsfernen Ablenkungsmechanismus ohne Bezug zum Alltag der Zuschauer zu werden.

Der Nervenkitzel des Live-Programms ist einem synthetischen Perfektionismus gewichen, der spektakuläre Pannen ebenso ausschließt wie wirkliche Höhepunkte. Die Stimmung im Studio wird aufgeheizt, bevor die Kameras zu laufen beginnen. Was spontan aussehen soll, ist einstudiert. Welcher Moderator redet im Fernsehen noch so wie im „normalen Leben“? Lockeres Geplauder wird vom Teleprompter abgelesen. Kandidaten werden in zwei Minuten „abgetalkt“ (neuester Branchen-Slang) – warum nicht gleich „abgeschossen“? Die gnadenlose Darstellung von Unglücksfällen und Katastrophen soll uns angeblich die Exzellenz unseres Rettungswesens vor Augen führen. Menschliche Regungen werden, als sentimentale Harmonie-Show getarnt, vorgeführt und ausgebeutet. Kurz: Das Fernsehen wird verlogener, weil Ehrlichkeit allein oft keine Botschaft ist. Das, was ich als natürliches Fernsehen bezeichnen möchte (und jahrzehntelang praktiziert habe), ist auf dem Rückzug.

Das Sicherheitsdenken, das Risiken minimieren und den Gewinn maximieren will, hat Produzenten und Programmverantwortliche gleichermaßen erfaßt. Um den Erfolg einer Idee, die im Ausland entwickelt und erprobt wurde, bracht man kaum zu bangen. Eine Show, die in den USA schon tausendmal gelaufen ist, wird auch bei uns ankommen. Diese Art des Programm-Machens läßt die Verantwortlichen ruhig schlafen. Wer mag schon im Kampf um Einschaltquoten und Werbemillionen Experimente mit der Kreativität im eigenen Land wagen, die im schlimmsten Fall den eigenen Kopf kosten können? Diese Haltung ist verständlich – aber sie ist eben auch nur durchschnittlich.

Was das Fernsehen heute mehr denn je braucht, sind mutige Typen, die gegen den Strom schwimmen und sich sagen: Jetzt erst recht. Viele von ihnen werden auf der Opfer-Halde landen. Aber ich habe die Hoffnung, daß einige von ihnen die Helden des Fernsehens 2000 werden.

Wolfgang Herles:

Natürlich hat auch der politische Fernsehjournalist, der ähnlich wie die meisten Politiker kein Fachmann für spezielle Themen, sondern für die Vermittlung komplexer Themen ist, sich immer mit der Frage der Konsumierbarkeit, der Verständlichkeit seiner Informationen auseinanderzusetzen. Gelingt ihm das, unterhält er seine Leser und Zuschauer. In diesem Sinne ist das, was ich an Unterhaltung zu bieten habe, das Gegenteil von Gehenlassen, keine Zerstreuung. Die reine Ablenkung hat auch ihre Berechtigung, aber sie ist nicht mein Geschäft. Die Arbeit als Talkmaster ist in gewisser Hinsicht schwieriger als herkömmliche journalistische Formen. Der Spagat zwischen Informationsanspruch und Gefallsucht ist größer geworden. Auch der Publizist politischer Schriften und der „Talkmaster“ passen weniger gut zusammen. Vielleicht zerreißt mich dieser Spagat.

Der Begriff „Talkshow“ ist inflationär, nicht das Genre selbst. Seit es Fernsehen gibt, sprechen Menschen vor Kameras in unterschiedlichsten Versuchsanordnungen miteinander. Höfers ‚Frühschoppen‘ würde man heute „Talkshow“ nennen. Auch Gespräche im Fernsehen unterliegen Trends. Formen, in denen Konsul Weyer und Nina Hagen nacheinander befragt werden, sich aber nichts zu sagen haben, sind momentan aus der Mode. Man hat gerne ein Thema. Aber unterhaltsam wird die Sendung erst, wenn Themen und Menschen gleichgewichtig sind. Das bedeutet: die eingeladenen Personen vertreten nicht als Funktionäre irgendeine Organisation, sondern verkörpern ihren Standpunkt. Schon diese einfachste Regel ist nicht leicht zu realisieren. Welcher Politiker verkörpert heutzutage noch etwas?

Über die Zielgruppe der Zuschauer sollte man sich nicht zuviele Gedanken machen, sonst macht man sich selbst zum Funktionär fremder und angenommener Interessen. Man fragt besser, was man selbst wissen möchte. Aber natürlich ist bekannt, daß zwischen 22.15 Uhr und 23.30 Uhr mehr unabhängige Leute vor dem Schirm sitzen, mit Berufen, die nicht schon im Morgengrauen zur Arbeit zwingen.

Neugier auf andere Menschen ist ein Grundbedürfnis. Talkshows sind ein zeitgemäßes Instrument, die Neugier von Zuschauern zu bedienen. Bloß welche Gäste sind bereit, sich der Neugier wirklich auszusetzen? Menschen, die sich vor der Kamera öffnen, werden immer seltener. Sie sind entweder naiv und denken über ihre Wirkung gar nicht nach, oder sie sind exhibitionistisch veranlagt. Mit diesen beiden Gruppen kann man leben. Die meisten Gäste, mit denen man es zu tun hat, sind allerdings – wie der Talkmaster selbst – Rollenspieler. Sie befriedigen die Neugier oft nur oberflächlich, lassen nicht tiefer blicken.

Die größte Gefahr besteht darin, daß die Unterhaltungen immer schneller, aber flacher werden, daß Informationsgehalt und Erkenntnisgewinn keine Chance mehr haben im Einschaltquotenkampf mit den Schreikrampfperzeugern auf den ‚heißen Stühlen‘ der Privaten. Schärfe, Frechheit, Gags sind keine Werte an sich, sie sind allenfalls Mittel, um mehr aus den Gästen herauszuholen.

Gute Talkshows gestatten den Zuschauern kurze Begegnungen mit fremden Menschen. Sie informieren über ungewöhnliche Gedanken, Lebensweisen, Einstellungen. Sie präsentieren Vielfalt. Sie sind Plädoyers für Individualismus in der Gesellschaft. Das wäre dann auch bestenfalls die politische Relevanz der Talkshow, auch und gerade in einem Klima wachsender Phobien gegen Fremdes und Andersdenkende.

Andere Genres der Fernsehunterhaltung kann und will ich nicht bewerten. Gameshows langweilen mich. Am liebsten sind mir Showmaster, die mit sich selbst und ihrem Publikum spielen. Fernsehshows sind Realsatire. Also braucht ein guter Unterhalter die Qualitäten eines Kabarettisten.

Bruno Jonas:

Worüber wollen wir uns heute, am 2. März 1993 unterhalten? Was reizt uns zum Lachen? Was haut uns vom Hocker, was macht uns betroffen? Wir werfen einen Blick in die SZ. Wir überfliegen die WELT. Wir stecken unseren klugen Kopf hinter die FAZ. Wir schauen in den SPIEGEL.

Das Ozonloch krebst sich in die Menschenhäute der Sonnenanbeter, der „SPIEGEL“ fragt, woher die Gewalt kommt, warum Kinder töten. Der Kanzler verspricht in Japan mehr Fleiß. Clinton läßt über Bosnien Lebensmittel abwerfen und Amigo Streibl stellt weiterhin seine Kraft in den Dienst des Freistaates. Ein Herr Jansen aus Schleswig-Holstein hat Herrn Pfeiffer aus reiner Nächstenliebe 40.000 Mark geschenkt. Die Welt ist in Ordnung an diesem 2. März 1993.

Sie wäre es, wäre da nicht die Gesamthochschule Kassel mit ihrer „Internationalen Zeitschrift für Kommunikation in Religion, Kirche und Gesellschaft“ mit dem aufregenden Titel „Communicatio Socialis“. Die Schriftleitung dieser Zeitschrift hat sich vorgenommen, Themen aus dem Phänomenbereich „Massenmedien“, „Informationsgesellschaft“ und „Öffentlichkeit“ anzugehen. Da sind wir doch erst einmal überrascht, um nicht zu sagen platt. Haben wir doch immer gedacht, Theologen beschäftigen sich mit Gott und Seelsorge und deren Folgen für die Menschheit, aber da müssen wir umdenken. Junge Theologen beschäftigen sich mit der Fernsehunterhaltung im Spannungsfeld von „Alltagskultur“ und „Kulturverfall“. Und da werde ich – ehemaliger Sünder, da aus der katholischen Kirche ausgetreten – um Stellungnahme gebeten. Nun denn, so will ich tun, wie mir geheißen.

Spontan denke ich erst einmal darüber nach, was Kultur wohl heißen mag. Aus dem Lateinunterricht weiß ich, daß ‚cultura‘ etwas mit pflegen und hegen zu tun haben muß. Weiter denke ich dann an Pilz- und Bakterienkulturen, an Unterhaltung denke ich zunächst nicht. Schon gar nicht an Fernsehunterhaltung. Bei Alltagskultur denke ich an gepflegtes Essen und Trinken mit Messer und Gabel, bei Kerzenlicht am fein gedeckten Tisch. Kultur ist also immer eine

Verfeinerung des Rohen. Kultur kann nie ursprünglich sein, muß immer eine Bearbeitung sein. Wenn irgendwo Kultur auftaucht, war der Mensch dran. Der Mensch ist der Kulturmacher.

Das bringt mich zu der These, daß der Mensch selber eine Verfeinerung ist, ein verfeinertes Wesen der Natur. Der Mensch ist die kulturelle Ausformung der Schöpfung, gottähnlich, nach seinem Ebenbild geformt. Gott hat mit dem Menschen ein Stück Kultur geliefert und mit dem Menschen kam Kultur ins unberührte Paradies.

Am Anfang war die Natur, dann kam die Kultur. Wie singt die Dschungelpatrouille unter Colonel Hathi: „... wir stampen froh durch das Unterholz, törö, das ist Militärkultur, das ist Militärkultur.“ Ist es nicht schön, daß man Militär und Kultur in einem Wort vereinen kann? So könnte man den Krieg als kulturelle Verfeinerung des Friedens verstehen. Ein Reifenhersteller verspricht für seine Profile höchste Laufkultur. Der Mensch verfeinert, was ihm unterkommt: Atomkraft – höchste Stromkultur! Korruption – vollendete Politikkultur! Logischerweise muß man dann Fernsehunterhaltung als Kommunikations-Kultur begreifen.

Nun wird aber gerade im Zusammenhang mit Unterhaltung im Fernsehen von „Kulturverfall“ gesprochen. Davon kann überhaupt keine Rede sein! Die Unterhaltungskultur im Fernsehen hat ungeahnte Höhen erreicht. Ausnahmen wie Peter Frankenfeld und Hans-Joachim Kulenkampff bestätigen die Regel. Die Veredelung des Menschen durch Fernsehunterhaltung schreitet unaufhaltsam fort. Alle Bereiche menschlichen Lebens sind bereits eingegangen in die Fernsehunterhaltung. Es wird geheiratet, geschieden, verziehen, vermißt, gepartnet, gesingt, gestritten, gebrüllt, diskutiert (Gesprächskultur!) und getalkt (Schwätzkultur!); nur gestorben wird noch nicht im Unterhaltungsfernsehen, obwohl sich gerade diese Station menschlichen Seins dafür anbietet. Was fehlt, ist die Letal-show mit dem live-Tod. Ich höre schon die trauer-beladene Stimme des privaten Sterbehelfers, Jörg Wontorra, diesmal mit seinem prominenten Assistenten, Bundesarbeitsminister Norbert Blüm: „Meine Damen und Herren, wir lassen die Sterbenden auf ihrem letzten Weg nicht allein. Bei uns wird niemand abgeschoben ins Sterbekammerl, nein, wir bringen die Sterbenden ins Fernsehen und begleiten sie, zusammen mit Ihnen zu Hause an den Bildschirmen, ins Jenseits. ...“

Was ist Unterhaltung? Was ist unterhaltend? Ist Unterhaltung nicht immer von demjenigen abhängig, der sich unterhält? Man kann sich mit allem Unterhalten. Wenn man sich unterhalten will, dann passiert es auch. Nachrichten, Katastrophen: nichts als Tratsch und damit Unterhaltung! Mit der Unterhaltung ist es aber schnell zu Ende, wenn man selbst betroffen ist. Ein 100 Kilometer-Stau zwischen Salzburg und München ist im Fernsehen aus der Hubschrauberperspektive durchaus unterhaltend, wenn man allerdings selber drinsteckt, ist er das weniger. Es soll allerdings Zyniker geben, die über selbsterfahrenes Leid lachen können (müssen?). Und damit sind wir endlich beim Kabarett angelangt.

Kabarettisten machen ihrem Publikum in ihren Programmen klar, daß die Lage im allgemeinen und im besonderen eher schlecht ist. Sie erheitern die Menschen mit so lustigen Themen wie Krieg in Bosnien, Hunger in Somalia, Armut in Deutschland, Arbeitslosigkeit, Gift in Lebensmitteln, Gift im Trinkwasser, DDT in der Muttermilch – alles ungeheuer witzig.

Natürlich gibt es darüber eigentlich gar nichts zu lachen, denn das Publikum ist ja selber betroffen. Um es einmal zuzuspitzen: Der Kabarettist animiert ein in den Selbstmord rennendes Publikum zum Lachen über das bevorstehende Ableben. Als nach Tschernobyl der Supergau kabarettistisch aufgearbeitet wurde, haben wir doch wahnsinnig gelacht. Das Restleben im Restrisiko war nie wieder so lustig und unterhaltsam wie nach Tschernobyl. Ist die Situation noch so grausam, für das Kabarett bleibt ein Restlachen! Der Gipfel der Frechheit: Der Kabarettist möchte für seine Pointenarbeit auch noch gelobt und beklatscht werden. Wo gibt es das sonst noch, daß man fürs Verarschen Applaus erwartet? Ich kann daher nur eindringlich vor dem Kabarett warnen! Das Kabarett verdirbt den Zuschauer. Es fordert zum Mitdenken auf und verlangt ständige Aufmerksamkeit. Der so verrohte Kabarett-Zuschauer kann dann nie die auf den Gipfel getriebene kulturelle Veredelung einer Linda de Mol, eines Rudi Carrell und anderer kultureller Gipfelstürmer erfahren. Der auf diese Weise verdorbene Zuschauer wird sauer und ist ein für allemal für die Veredelung durch Fernsehkultur verloren.

Es ist also einiges nicht ganz unproblematisch zwischen Kabarett und Fernsehunterhaltung. Wenn Fernsehen die Veredelung von Kommunikationskultur ist, dann kann Kabarett nur eine Perversion von menschlicher Kommunikation sein.

Kabarett ist schon ein absurdes Spiel. Es hat was vom „Mensch-ärgere-dich nicht“. Drum ist Spiel schon das richtige Wort. Ein kluger Mensch hat einmal gesagt, Kabarett sei Spiel mit dem Wissenszusammenhang des Publikums. Wenn nun Kabarett ein Spiel mit dem Wissen des Publikums ist, nach welchen Regel wird dann gespielt? Es wird meistens abends gespielt, auf Brettl in Kneipen. Es wird im Kopf gespielt, durch Mitdenken. Ich behaupte: Kabarett ist ein Quiz, ein Abfragen über Lachen. Dieses Quiz wird mitunter aufgelockert durch Betroffenheitseinlagen und Gesinnungsstatements. Der Kabarettist spielt auf einen Zusammenhang an, der in den Köpfen der Zuschauer präsent, weil gerade aktuell ist: „... unserem Streibl wird ja momentan grob mitgespielt ...“, danach macht der Kabarettist eine bedeutungsvolle Pause, das Publikum checkt blitzschnell, auf was mit dieser Bemerkung angespielt wurde, lacht, und gibt damit dem Kabarettisten zu erkennen: wir haben verstanden. Um lachen zu können, setzt der Kabarettist beim Publikum einiges voraus. Man muß wissen, wer Streibl ist, wer Grob ist und warum Grob grob ist, und man muß die Ironie der Formulierung decodieren können, nämlich nicht Streibl wurde mitgespielt, sondern er selbst spielt mit bei einem Spiel, das nicht nur in Bayern gern gespielt wird, nämlich: „Eine Hand wäscht die andere“. Der Kabarettist lädt das Publikum zum Bade im Schmutzwasser. Wenn man aber nun der Meinung ist, daß Streibl tatsächlich grob mitgespielt wurde, kann man nicht lachen. Das heißt, im

Kabarett wird der Zuschauer auch noch über das Lachen zu einer gemeinsamen Position gezwungen. Falls er nicht bereit ist, die Pointe im Sinne des Kabarettisten anzunehmen, lacht er nicht; dann ist der Kabarettist mit seiner Pointe gescheitert. Es hat nicht funktioniert, er ist nicht angekommen, immer vorausgesetzt, der Zuschauer hat die Anspielung überhaupt verstanden.

So sind die Bedingungen fürs Brett. Im Fernsehen schaut's anders aus. Für die paar Zuschauer im Studio – meist 150 bis 200 – gelten in etwa die gleichen Bedingungen wie bei der KabarettDarbietung im Theater, wenn man auch berücksichtigen muß, daß die Studioatmosphäre mit Kameras und Licht etc. für die Kommunikation zwischen Publikum und Kabarettisten störend ist. Das Publikum wohnt lediglich einer Kabarettveranstaltung im Fernsehen bei und hat die Rolle des Publikums zu spielen. Beide, Kabarettist und Studiopublikum, spielen für die Zuschauer zu Hause an den Geräten. Vor der Sendung wird das Publikum mit einem „warming up“ auf die Sendung vorbereitet, man kann auch übersetzen „heißgemacht“. Es wird den Leuten gesagt, daß sie im Bild zu sehen sind. Logischerweise spielt das Publikum dann die Reaktionen. Ob man beim Lachen durch die Kamera beobachtet wird, oder ob man in einem Theater als Teil eines Publikums über eine Kabarettpointe lacht, macht einen großen Unterschied.

Wie reagiert nun der Zuschauer zu Hause auf Kabarett? Kabarett, ein Spiel, das auf Publikumsreaktionen baut, muß zwangsläufig verlieren, wenn die mögliche Reaktion nicht zurückkommt. Selbst wenn sich einer zu Hause schief lacht, kriegt der Kabarettist davon nichts mit. Ebenso, wenn einer gar nicht reagiert, wenn einer aufsteht und weggeht. Und wenn einer „falsch“ lacht, bleibt er allein doof. Der Kabarettist hat keine Kontrolle über die Reaktionen. Kabarett im Fernsehen ist also einerseits öffentlich, andererseits anonym. Kabarett im Theater ist dagegen eine öffentliche Verabredung.

Im übrigen glaube ich, daß das Fernsehen die Inhalte des Kabarett schwächt, vielleicht sogar verhindert. Ich schließe das aus der Tatsache, daß der Bundeskanzler nach wie vor bei breiten Schichten der Bevölkerung gut ankommt. Offensichtlich ist es nämlich so, daß es gar nicht so sehr darauf ankommt, was der Bundeskanzler sagt, sondern wie er im Fernsehen rüberkommt. Und er kommt gut, sonst würden ihn nicht so viele als Bundeskanzler „irgendwie“ gut finden.

Der Inhalt seiner Aussagen kann also keine große Rolle spielen. Ausschlaggebend muß daher der Typ an sich sein, genauer: sein telegenisches Rüberkommen. Es geht also nicht um das Sein (Gott) oder das Nichts (Sartre) oder das Noch-Nicht (Bloch), sondern um das Was an sich (vielleicht Kant) in seiner postmodernen Entwicklung zum Was-Noch (!) bzw. Noch-Was (?), was letztlich auf's Gleiche rauskommt.

Es gibt Leute, die haben die Fähigkeit, Stammtische zu unterhalten. Läßt man die gleichen Leute im Fernsehen die gleichen Fähigkeiten entfalten, so müssen sie, um anzukommen, „rüberkommen“. Beim Fernsehen sagen sie, er

hat's oder er hat's nicht. Kein Mensch weiß, was er hat. Sicher ist nur, der Bundeskanzler hat's. Wo er's hat, weiß man nicht. Nun könnte man vermuten, vielleicht hat er's gar nicht. Vielleicht bilden wir uns nur ein, daß er was hat? Es ist irgendetwas, was bei den Zuschauern ankommt. Dann hätten die Zuschauer was. Vielleicht bilden wir uns das alles aber auch nur ein? Vielleicht gibt es auch noch ein Noch und ein Was, wovon wie Noch gar Nichts wissen: Das Noch-Was-Nichts. Aber wir wollen nicht länger im philosophischen Brachland zwischen Popper und Ratzinger umherstolpern. Wir wollen der Frage nachgehen, wie Fernsehbilder wirken.

Was ist das für eine Wirkung, die wir uns im wahrsten Sinne des Wortes einbilden, wenn wir fernsehen? Ganz einfach. Bilder sind stärker als Worte. Bilder werden im Unterbewußtsein empfangen, Worte im Bewußtsein. Man könnte sagen, Fernsehen macht bewußtlos. Worte erfordern Aufmerksamkeit. Bilder erfordern nichts. Nur Hinschauen. Fernsehen ist kontemplativ! Vielleicht ist Fernsehen sogar eine Meditation?

20.00 Uhr. Tagesschau. Die Nation schaut in eine Richtung. Eine knappe Viertelstunde Tagesschau und wir sind informiert. Ein Mercedes fährt vor das Bundeskanzleramt. Schnitt. Ein schwarzer Staatsgast reicht dem Bundeskanzler die Hand. Schnitt. Grinsen. Schnitt. Blitzlichtgewitter. Schnitt. Der Bundeskanzler (halbnah) arbeitet. Schnitt. Er läutet die Kabinettsrunde ein. Schnitt. Jan Hofer – halbnah – schaut gleichgültig ernst. Er liest kühl eine Nachricht. Wir hören Chemiestörfall. Wo? Schnitt. Verträumte Industrielandschaft. Schnitt. Was sagt der Sprecher? Schnitt. Inhalt im Off. Jan Hofer. Schnitt. Das Wetter. Schnitt.

Was sind das für Bilder? Vorwiegend halbnahе Einstellungen. Fernsehen ist halbnah. Köpfe werden nah und groß gezeigt. Aber den Bundeskanzler habe ich noch nie groß gesehen. Warum? Es könnte ihm schaden. Wenn man nur den Kopf allein zeigt, im Fernsehen, sieht man vom Rest nichts! Das hat Vorteile.

Der Zuschauer hat es aber in der Hand: die Fernbedienung als Rettung. Der Drücker ist seine kleine Freiheit, die er sich Abend für Abend nimmt. Umschalten. Abschalten. Mal im Ernst: Es wäre natürlich schon schön, wenn einer durch Kabarett im Fernsehen geistig umschalten würde, wenn er sich überzeugen ließe, wenn er anfangen würde nachzudenken, umzudenken, kurz: wenn er sich verändern würde im Kopf. Das wäre schön. Aber: Ich glaube nicht daran. Solche Veränderung setzt immer Unzufriedenheit voraus. Kein Mensch fängt an, bei sich was zu ändern, wenn er zufrieden ist! Das Kabarett müßte also Unzufriedenheit schüren beim Publikum. Macht es das? Eher nicht. Wenn ein Kabarettpublikum unzufrieden ist, dann ist es mit dem Kabarett unzufrieden, weil es zu wenig unterhaltsam, zu wenig scharf oder zu wenig witzig war. Aber ich habe noch keinen erlebt, der aus dem Kabarett rausgegangen und in die CSU eingetreten ist. Es war aber auch noch keiner dabei, der nach einem Kabarettabend in die SPD eingetreten ist.

Nun spricht das meiner Meinung nach für das Kabarett. Es war bestimmt schon mal einer bei mir im Kabarett, der CSU-Mitglied war und den Abend nicht

gut bzw. „zu polemisch“ fand. Es gab aber auch schon welche, die den Abend toll fanden und trotzdem in der CSU geblieben sind. ... Wie auch immer, Kabarett zielt darauf ab, die Leute zu unterhalten. Kabarett ventiliert dabei Ressentiments und Unmutsgefühle, die die Leute eh' schon haben. Kabarett läßt also Luft ab. Selbst wenn einer mit Wut im Bauch kommt, wird er nach einem Kabarettbesuch eher heiter im Kopf gehen.

Obwohl dies so ist, wird Kabarett immer noch zensiert, verboten und – wie beim „Scheibenwischer“ passiert – abgeschaltet. Wie kommt das? Ich denke, das liegt an der Dummheit der Zensoren und Abschalter. Sie sprechen dem Kabarett eine gefährlichere Wirkung zu, als es tatsächlich hat. Das ist einerseits erfreulich, weil ein Verbot immer lustig ist, andererseits zeigt es, wie wenig Menschen mit dieser Form umzugehen verstehen.

Ich weiß schon, Kabarett darf alles. Eines darf Kabarett aber nicht: nämlich fragen, ob Kabarett alles darf! Es darf gedurft werden. Vor allem beim Fernsehen wird gern öffentlich genotdurft. Und das, obwohl manche Redakteurshose schon zum Überlaufen voll ist.

Und da werde ich gefragt, ob ich Fernsehunterhaltung generell für politisch irrelevant halte?! Warum wohl sendet der Bayerische Rundfunk so gern den „Musikantenstadl“? Weil damit eine lebendige politische Kultur nicht nur in Bayern unterstützt wird! Warum kommt eigentlich kein Redakteur auf die Idee, eine multikulturelle Sendung mit Türken, Indern, Griechen, Sinti und Roma zu machen? Moderation: Daniel Cohn-Bendit! Millionen saßen bei ausländerfreundlichem Kerzenlicht vor dem Fernseher! Eine Vision?

Könnte sein, daß der Stoiber was dagegen hat? Dann schon lieber Jürgen von der Lippe mit „Geld oder Liebe“ oder ein Heirats-Quiz mit Rudi Carrell oder eine Seelenmüll-Show mit Frau Kock am Brink! Oder vielleicht die öffentlich-rechtliche Entsorgung von Psychomüll mit Rainer Holbe als Psychodompteur und Penny McLean als Transzendenz-Model. Stargast der ersten Sendung: Kardinal Ratzinger. „Ich bekenne: Ich habe unkeusch gehandelt. Ich nehme seit Jahren die Pille.“

Wie sich das in Zukunft entwickeln wird, ist schwer einzuschätzen. Ich glaube, daß Kabarettisten immer gesuchte Leute beim Fernsehen sein werden. Die rohe, ungeschliffene, meist plump-ironische Art des Kabarett braucht das Fernsehen. Erst durch das Fernsehen wird Kabarett verfeinert und veredelt. Gott sei Dank gibt es immer wieder mutige Fernsehredakteure, die bereit sind, dem Kabarett eine Bearbeitung angedeihen zu lassen. Dabei setzen sich manche selbstlos bis zur Selbstaufgabe ein. Sie setzen ihre Existenz auf's Spiel, was oft nicht viel ist, und doch tun sie es, wenn sie Kabarett fürs Fernsehen auf- und zubereiten. Mit gestochenen Argumenten rücken sie den Texten zu Leibe, machen sie „rund“, „knapp“, „prägnant“ und „flott“. Dabei denken sie immer an den Zuschauer, der wahnsinnig schnell mißversteht, gar nichts versteht, oder überfordert ist. Redakteure definieren fürs Fernsehen Satire neu. Dafür muß ich an dieser Stelle danken. Hallo Redakteure beim Fernsehen! Danke für Eure aufrei-

bende Arbeit! Danke auch dafür, daß ihr uns manche Pointe gestrichen habt, wer weiß, vielleicht wäre sie verstanden worden! Ein Redakteur des Bayerischen Rundfunks, der wegen seiner mutigen und unerschrockenen Art heute bei derselben Anstalt Intendant des Studio Nürnberg ist, meinte einmal zu mir: „Die Satire lebe von der Reduktion auf das Wesentliche“, worauf ich meinen Beitrag und mich selbst total reduzierte und meinem Auftritt in der Sendung absagte. Vielleicht lebt in Zukunft das Fernsehen von der Reduktion des Zuschauers auf das Wesentliche: Abschalten!

Willy Millowitsch:

Die Zeiten, in denen es „die Fernsehunterhaltung“ gab, sind m. E. vorbei, seit Peter Frankenfeld fliegende Untertassen ins Publikum schoß. Damals gab es sie noch, wie man an den Einschaltquoten sehen kann, die früher erzielt wurden. Werte von über 50 % waren auch für meine Sendungen keine Seltenheit. Solche Resultate zu erreichen war nicht besonders schwer, denn es gab ja nichts anderes als die ARD; und das neue Medium war ja so interessant. Heute werden solche Daten nur noch von Fußballspielen oder anderen Sportveranstaltungen erreicht.

Ich halte es auch für vermessen zu glauben, daß man eine Sendung machen kann, die sowohl dem Enkelkind als auch der Oma gefällt. Dafür ist das Angebot an Sendungen zu vielfältig geworden. Meine Übertragungen sind auch sicher nicht Jedermanns Sache, aber da ich mit meinem Theater schon seit dem 12. Oktober 1953 dabei bin und sich meine Einschaltquoten bei einem bestimmten Wert stabilisiert haben, scheine ich mit meinem Konzept der Unterhaltung nicht daneben zu liegen. Vor allem, wenn man bedenkt, was in den letzten 40 Jahren an Fernsehunterhaltung gekommen und gegangen ist. Ich erinnere nur an die unzähligen Quizsendungen.

Da ich in meinen Fernsehsendungen nichts Wesentliches anders mache als in meinen Theatervorstellungen, scheint es ein „Grundbedürfnis“ an Unterhaltung auch im Fernsehen zu geben. Und dieses „Grundbedürfnis“ besteht nicht erst seitdem es das Fernsehen gibt, sondern seit Aristophanes und Plautus. Im Augenblick macht es allerdings den Eindruck, als würde sich das, was im Fernsehen als Unterhaltung angeboten wird, wieder in Richtung „Römischer Zirkus“ bewegen, nach dem Motto: „Je brutaler, desto besser“. Ich halte das aber nur für eine vorübergehende Erscheinung – Geburtswehen des jungen Mediums, ebenso wie „Tutti Frutti“ und dergleichen. Denn was sind die 40 Jahre, in denen das Fernsehen als Massenmedium existiert, im Vergleich zu den mehr als vierhundert Jahren, seit es die Buchdruckerkunst gibt?

Der Vergleich hinkt natürlich, denn wie wir alle wissen: „Das Medium ist die Botschaft“. Es lassen sich im Fernsehen sicher andere Inhalte anders vermitteln als in einem Buch. Aber man kann auch viel Mist drucken. Vom Fernsehen als Unterhaltungsmedium geht sicher eine größere Gefahr aus als vom Buch.

Denn was „Unterhaltung“ bewirken kann, beweist gerade eindrucksvoll die Ufa-Ausstellung in Berlin.

Diese Wirkung der Unterhaltung, die den Namen dann nicht mehr verdient, wird im Moment meiner Meinung nach zu wenig genutzt, um gegen die rechten Kräfte, die wieder erstarken, anzugehen.

Aber Halt!! Ich begeben mich da auf ein gefährliches Parkett. „Wenn es mir in den Kram paßt, darf Unterhaltung manipulieren; andernfalls bin ich dagegen.“ So geht es ja auch nicht.

Da kehre ich lieber in mein Theater zurück. Da weiß ich um die Mechanismen und Wirkungen. Die funktionieren mehr oder weniger unverändert, und das schon seit sechs Generationen, und ich bin sicher, daß sie noch bei meinem Sohn und der nachfolgenden Generation funktionieren werden.

Christian Quadflieg:

Horaz hielt denjenigen Dichter für vollkommen, „der teils geschickte Lehren, und teils was Liebliches durch seinen Vers besingt, zum Teil dem Leser nützt, zum Teil Ergetzung bringt“. Ersetzt man das Wort „Leser“ durch das Wort „Seher“, könnte Horaz damit eine Definition der Fernsehunterhaltung gegeben haben, wäre er ein heutiger Dichter. Ein heutiger Dichter, nämlich Heinrich Böll hat gesagt: „Der Begriff Unterhaltung ist noch gar nicht definiert“. Und solchermaßen „entschuldigt“ fällt es mir leichter, trotzdem einen Versuch zu wagen, diesen Begriff, zwar etwas salopp, aber dennoch auf für mich schlüssige Weise zu umreißen: Unterhaltung ist alles, was mich nicht langweilt.

So gesehen gehört das gesamte Medium Fernsehen zur Unterhaltung. Mein Sujet ist das Fernsehspiel, die Fernsehserie. Um möglichst schnell zu meinem eigentlichen Thema kommen zu können, streife ich daher die anderen Sparten nur mit kurzen Anmerkungen.

Zum großen Bereich der Informationssendungen wäre zu sagen, daß auch hier der Trend zum Entertainment zu einer neuen Sendeform geführt hat, zum „Infotainment“, vielleicht aus der Erkenntnis heraus, daß der Mensch schon immer aufnahmebereiter war, wenn ihm Inhalte in spielerischer Form nahegebracht wurden.

Auf der anderen Seite des Programmangebots finden wir all das, was unter dem Sammelbegriff „Game-Show“ firmiert. Hier kann nicht mehr von „spielerisch“ die Rede sein, hier wird es meist einfach albern. Auf diese Art von Programm trifft für mich am ehesten die düstere Prognose eines Neil Postman zu: „Wir amüsieren uns zu Tode!“ Da werden Sendungen produziert ohne jeglichen Inhaltsanspruch über den Entstehungsmoment hinaus. Und immer wieder

erstaunlich ist für mich dabei das Maß an Infantilität, auf das sich erwachsene Menschen zurückschrauben lassen. Das gilt für Produzenten wie Konsumenten.

Ambitionierter geben sich in diesem Bereich die Quizsendungen. Inwiefern diese Programme tatsächlich zur Weiterbildung des Zuschauers beitragen können, weiß ich nicht. Sicher ist nur, daß in diesem Zusammenhang der „Bildungsauftrag“ des öffentlich-rechtlichen Fernsehens zur Rechtfertigung solcher Programminhalte immer gern ins Feld geführt wird.

In der Sparte Fernsehspiel ist die Erfüllung dieses „Bildungsauftrags“ unbestritten das angestrebte Ziel; womit ich glücklich bei meinem Thema angekommen wäre.

Ja, warum nicht, auch mir geht es bei dem, was ich tue, durchaus darum „zu bilden“. Das gilt für das Theater wie für das Fernsehen. Und solange ich meine Ansprüche an Inhalt und Machart der TV-Produktionen, an denen ich mitwirke, nicht nivellieren muß, wird das Fernsehen – der größeren Plattform wegen – auch stets Vorrang in meiner Arbeit haben. Natürlich erhebt sich jetzt die Frage, was ich unter „bilden“ verstehe. Ich meine damit eben nicht großartige „Belehrung“, trockene Leitsätze, erhobenen Zeigefinger. Ich spreche eher von den kleinen, klug gestreuten „Denkanstößen“ in spielerischer Form. Um das Gemeinte an einem kurzen Beispiel festzumachen: Wenn die Titelfigur einer beliebten Serie, ein „Sympathie-Träger“, einen somalischen Gastarbeiter ganz selbstverständlich an seinen Mittagstisch bittet, dann bewirkt eine so vorgelebte Verhaltensweise wahrscheinlich mehr im Bewußtsein der ewig Gestrigen als ein 90minütiges Fernsehspiel zum Thema „Ausländerfeindlichkeit“, weil sich gerade die, die es angeht, dort erst gar nicht einschalten.

Fazit: Ich glaube, daß nach der Devise „Steter Tropfen höhlt den Stein“ ein erhebliches Maß an Einflußnahme im positivem Sinn in die deutsche Wohnstube flimmern könnte; da werden noch längst nicht alle Möglichkeiten ausgeschöpft.

Die Taktik mit dem „steten Tropfen“ funktioniert natürlich umso besser, je stärker der Betrachter sich mit seinen TV-Helden identifiziert, ja quasi ein „Vertrauensverhältnis“ zu ihnen herstellt. Und wenn das Drehbuch jene Qualität aufweist, die ein Autor einmal so formulierte: „Gerade bei Serien sollte man ein Früchtchen vom Baum der Erkenntnis den Zuschauern mit reinwürgen“; dann halte ich die TV-Serie für eine legitime Erzählform des Fernsehens bis ins Jahr 2000 hinein.

Noch ein Wort zur allgemeinen Beliebtheit von Serien: Ich glaube, es gibt drei maßgebliche Gründe: Von der Möglichkeit zur Identifikation habe ich oben schon gesprochen. Der zweite Grund ist meiner Meinung nach der folgende: In dem ungeheuer großen (und immer größer werdenden) Angebot des Fernsehens sucht der Konsument nach einem ihm vertrauten Platz. Und wenn er weiß, an diesem bestimmten Tag, um diese bestimmte Zeit finde ich diese besondere Serie und dort kenne ich mich aus, dann vermittelt ihm das ein gewisses Gefühl

der Sicherheit. Der dritte Faktor ist der gesellschaftliche: Über das, was ich gestern auf dem Bildschirm erlebt habe, kann ich am nächsten Tag mit dem Kollegen, mit der Kollegin sprechen; und wenn nicht heute, dann spätestens nach Ausstrahlung der nächsten Folge. Und so von Folge zu Folge.

Genau dieses „feedback“ begründet auch das wachsende Interesse der TV-Produzenten an der Erzählform ‚Serie‘: Die Einschaltquote einer Serie läßt sich durch Presse und Mundpropaganda von Sendung zu Sendung stetig steigern, die Quote eines einzelnen Fernsehspiels ist nach 24 Stunden schon „Schnee vom vergangenen Abend“.

Damit ist das nächste Stichwort gefallen: Die Einschaltquote. Das Schielen der Unterhaltungsgestalter nach der Einschaltquote birgt gewiß die Gefahr in sich, dem Geschmack der Mehrheit um jeden Preis zu huldigen, und dabei der Vergnügungssucht des Publikums so weit entgegenzukommen, daß dessen Ansprüche immer weiter sinken, so daß aus dem „Bildungsbürger“ schließlich nur noch ein „Durchschnittskonsument“ geworden ist.

Diesen Demokratisierungsprozeß, die Abstimmung über das Programm per Fernbedienung, mag man gutheißen oder nicht; er ist jedenfalls Ausdruck einer Umverteilung der Macht innerhalb des Kulturbetriebes: Nicht mehr eine sich elitär wöhnende Minderheit schreibt vor, was das Publikum als „Bildungsgut“ zu akzeptieren hat, sondern die Mehrheit meldet vehement ihre Wünsche an.

Natürlich hoffe ich, trotzdem auch in der Zukunft hin und wieder Filme von besonderem künstlerischen Rang drehen zu dürfen; aber leider hat derlei schon immer nur eine Minderheit interessiert. Anzunehmen, daß diese Minderheit eines Tages zur Mehrheit wird, ist wahrscheinlich utopisch, was mich aber nicht daran hindern wird, weiterhin Versuche mit dieser Zielsetzung zu wagen.

Das geht in letzter Konsequenz sicher nur mit Hilfe eines nicht kommerziell ausgerichteten Fernsehens, also dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk, für dessen Erhaltung – auch über das Jahr 2000 hinaus – ich bei dieser Gelegenheit mit allem Nachdruck plädiere.

Es gilt also eine Brücke zu schlagen, zwischen intellektuellem Anspruch und der Lust auf Amüsement. Dieser Herausforderung sollten sich alle an der Produktion von Fernsehunterhaltung Beteiligten stellen.

Werner Schneyder hat einmal gesagt: „Das gestörte Verhältnis der deutschen Intelligenz zur Unterhaltung mag es wohl geben, das gestörte Verhältnis der deutschen Unterhaltung zur Intelligenz ist Programmbestandteil.“ Auch ich glaube nicht, daß man geistig „in die Knie“ gehen muß, um einem breiten Publikum zu gefallen! So leicht kann man sich nicht aus der Verantwortung stehlen. Gerade weil dem Fernsehen ein so hoher gesellschaftlicher und damit politischer Rang zukommt, sollte man nicht resigniert das Feld räumen und den allgemeinen „Kulturverfall“ beklagen. Nein, man muß dieses Medium dann als das nehmen, was es ist und als Bestandteil unserer Kultur nutzen.

Ich für meinen Teil glaube weiter an den Weg der kleinen Schritte: Weder „Volksverdummung“ hier noch „Volkserziehung“ dort. Dazwischen hat immer noch ganz bescheiden die gut gemachte Geschichte Platz, die ein gesellschaftlich relevantes Thema klug erzählt und den Ansprüchen genügt, die der römische Dichter Horaz formuliert hat.

Holger Weinert:

Ich wußte nicht ganz, was ich tat, im Februar 1991. Bis dahin war das Leben so einfach, die Rolle so klar, das Lob durch die Frankfurter Rundschau noch druckfrisch: ein Regional-Fernsehmann, von dem das private Konkurrenzprodukt nur träumen könne. Und die Dokumentation über das Sterben eines AIDS-Kranken, „Ulis letzter Sommer“, hätte auch als schlechterer Film gut abgeschnitten. Er enttäuschte die sozialpädagogische Journalistenfraktion nicht.

Und plötzlich „Holgers Waschsalon“. Alberne Spiele mit Prominenten und Mandatsträgern. Ein Journalist, der seine Rolle verläßt und hampelt. „Eher eine Toilette“, kotzte sich dieselbe Rundschau aus, und die mutmaßliche Sauberkeitserziehung des Kritikers jagte mir Schauer über den Rücken.

Schwere Irritationen, ja fast Intrigen bei manchen Kollegen im Hessischen Rundfunk. Eine Anstalt reagiert auf ein ihr fremdes Produkt. Keine Apfelweinharmlosigkeit hätte so provoziert. Und Politik und Unterhaltung, unvereinbar.

Doch es war verwirrend. Die Schrillsendung – bunt und mit Zoten von Lotti Huber garniert – war eigentlich eine Polit-Sendung und hatte Intention. Sie war von politischen Redakteuren gemacht, die richtig recherchierten. Ich im bunten Hemd tat arglos und war das gar nicht, setzte mich mit Momper in eine Badewanne und stellte trotzdem unangenehme Fragen.

Beim Publikum „brummte“ die Sendung von Anbeginn. Dennoch durfte sie nicht wie geplant ins Erste. „Sowas lieber im Dritten.“ Kurz darauf entwickelte ausgerechnet der Waschsalon die ARD-Kampagne „Ausländerhaß nicht mit uns“, und kaum einer wußte, daß die Fernsehspots und einhunderttausend Plakate vom Winter 91/92 aus dieser Sendung stammten.

Es hätte ein Mehrheitsprogramm werden können. Mit mehr Power und besserer finanzieller Ausstattung und mit dem geplanten Donnerstagabend in der ARD. Es wäre eine Chance gewesen, wie sie ‚Grellpastell‘ in der Schweiz genutzt hat: journalistische Unterhaltung und eine Live-Sendung mit Ereignis-Charakter zum Renner zu machen.

Ich bin nicht immer gut und die Sendung ist über die Jahre schlapper geworden. Aber eins möchte ich mir und ihr zugutehalten: Sie ist authentisch. Der Moderator war, wie er ist, es gab keinen Kitsch und keine Verdummung, höchstens Dummheiten, viel Wagnis und ein paar kleine Sensationen, was Gäste spontan so machen – nein, nicht nur, was sie mitmachen. Das war ein Trend, viele Elemente wurden woanders kopiert. Die Privaten setzten mit „Schreinemakers live“ einen Renner. Unterhaltung als Ereignis.

Unterhaltung als Kitsch verkauft sich am besten. Ganze Familienclans schluchzen für gierig aufgestellte Kameras und sorgen für Quotenrekorde. Doch keiner fragt bei Trauñhochzeit nach der Wirklichkeit, nach dem Gezänk hinter den Kulissen, dem dummen kleinen Verwandtschaftsehrgeiz und den Peinlichkeiten des Standesbeamten: „und jetzt hat Linda noch eine Überraschung“.

Nie werde ich den Besuch von Ulla Kock am Brink im Waschsalon vergessen. Ihre „Verzeih mir“-Heularie macht klar, worum es zur Zeit geht – ein Produkt im Marktsegment Tränendrüse und unbewältigte Lebenswirklichkeit, die Moderatorin selbst ein Produkt, etabliert von heute auf morgen und auf Abruf, und während der ganzen Sendung angestrengt darum bemüht, ihre eigene Intelligenz und Schlagfertigkeit nicht durchblicken zu lassen. Hier überschreitet das Kommerzfernsehen, daß mit Hella von Sinnen fast gesellschaftspolitisch losstartete, in der Tat Grenzen.

Der Markt ist klar. Immer weniger aufgeklärte Leute gucken fern, die Dümmeren ständig. Dumme Sendungen also sind mehrheitsfähig, sie bringen die Quotenspitzen. RTL, ein Ruhrpottprogramm für alle, mit einigen besseren Akzenten. Die Ungleichzeitigkeit ist groß: Es laufen Sachen im TV, die für mindestens 40 % der Bevölkerung unzumutbar sind.

Die Volksmusik. Nichts ist zu blöde, um nicht öffentlich gezeigt zu werden. Harmlos? Unterschätzt? Es bleibt Kitsch und führt wie weiland die 50er und 60er auf Knopfdruck ein gefühlsunmündiges Publikum vor. Zu Herzen geht die Trivialität der Inszenierung. Die Öffentlich-Rechtlichen ziehen da jetzt wieder nach. Sie hatten sich von mancherlei Schwachsinn ehrenhaft getrennt, aber die Privaten haben die Lücken gefüllt. Warum diesen Markt abgeben? Aber Einspruch oder Schreinemakers live gibt es bei ARD und ZDF nicht.

Es wäre gar nicht so schlecht, wenn aufgeklärte Fernsehverantwortliche noch uneingeschränkt Trends durchsetzen könnten. Hape und Harald sind Gegenbeispiele, und „Drei nach neun“ seit 20 Jahren. Unterhaltung ist nicht nur Jahrmarkt-Eskapismus. Es müssen auch keine Gladiatorenkämpfe ausgetragen werden. Um das Leben sollte es gehen, um Freude, Sex, Lachen, Musik und Kunst, um Menschen und Erfahrungen, Kontroversen und Realsatire.

Loriot, ein Bildungspolitiker. Didi Hallervorden, ein Polit-Agitator. Hape – Clown und Subversiver. Dame Edna, ein Schrilltransvestit mitten im Establishment. Das sind Prozesse. Unterhaltung ist dann ein Schimpfwort, wenn sie keinen Sinn hat – nur ein Antidepressivum für frustrierte Menschen ist, die

ansonsten ihre Vorgärten betonieren und frische Triebe kappen. Kitsch ist Ersatz für vergessene Träume.

Noch ist unklar, wie trivial das Fernsehen wird. Ein Problem, das immer mehr dem Markt überlassen wird. Selbst „Verzeih mir“ wäre ein ernstzunehmendes Ding – wäre Substanz erlaubt. Schade, daß die Öffentlich-Rechtlichen dieses Genre „Lebensbewältigung“ nicht einfach besser machen.

Unterhaltung könnte alles sein: modernes Feuilleton, Unfug, Revolution. Gerade die Privaten haben zuerst enorme Anstöße geliefert und eine Anti-Figur wie Hella von Sinnen zum Star gemacht. Nun scheinen die Zeiten von Linda de Mol gekommen. Wohl bekomms, geteiltes Fernsehvolk.

Philip Gassmann:

„Drauf und Dran“ ist eine Blind Date Show nach amerikanischem Vorbild mit zwei männlichen und drei weiblichen Teilnehmern, die sich vorher noch nie gesehen haben. Vor der Show geht jeder Mann mit jeder Frau einen Abend aus, wobei es beiden völlig freisteht, was sie an diesem Abend unternehmen. Am darauffolgenden Tag werden Mann und Frau unabhängig voneinander von unserer Redaktion nach ihren Eindrücken und Erlebnissen befragt.

In der Show werden die Männer mit den interessantesten und natürlich auch pikantesten Aussagen der Frauen konfrontiert und müssen erraten, von welcher Frau sie jeweils stammen. Für jede richtige Antwort gibt es einen Punkt und für jeden Punkt einen Reisetag auf einer Yacht, wenn Frau und Mann sich schließlich zu einer gemeinsamen Reise entschließen. „Drauf und Dran“ ist eine Unterhaltungsshow, die vom Reiz einer freien, ungezwungenen Begegnung zwischen zwei wildfremden Menschen lebt. Sie richtet sich natürlich in erster Linie an ein jüngeres Publikum (18-35 Jahre).

Die Sendung ist kein „massenmedialer Ausdruck ursprünglicher Bedürfnisse“, sondern Initiator von Begegnungen, die sonst nie stattfinden würden. Beispielsweise zwischen verschiedenen Kulturen, Schichten, Szenen usw.

Eine „Verdummung, Entfremdung oder Ausbeutung niederer Instinkte“ findet nicht statt, da wir die Teilnehmer an unserer Sendung völlig frei agieren lassen, authentische und von den Teilnehmern zusätzlich nochmals autorisierte Zitate heranziehen, uns für den Menschen als Ganzes interessieren, und allem anderen voran, Mut zur Begegnung und den Abbau von Vorurteilen vermitteln wollen.

„Drauf und Dran“ gehört aufgrund seiner zutiefst menschlichen Thematik und der ehrlichen und zugleich spielerischen, humorvollen Auseinandersetzung mit dem anderen Geschlecht, mit Sicherheit zu den Prototypen der zukünftigen Fernsehunterhaltung.

Statt den Zuschauer mit immer stärkeren und häufig auch brutalen Reizen zu überschütten (Reality TV) und zu dem allgemeinen Klima von Vereinsamung, Haß, Entfremdung und Realitätsverlust beizutragen, sind wir der Meinung, daß Fernsehunterhaltung die Neugier, Phantasie, Offenheit und nicht zuletzt die Menschlichkeit des Zuschauers beflügeln sollte. Einen solchen Trend möchten wir gerne richtungsweisend initiieren. Der Ruf nach Menschen, Individuen, wird immer stärker und spiegelt sich in der Entscheidung der Programmverantwortlichen für unsere Sendung wider.

Der gesamte Bereich der Fernsehunterhaltung befindet sich derzeit in einer massiven Umbruchphase. Das allgemeine Einschaltquotenrennen verleitet natürlich häufig zu allzu simplen Rückschlüssen und Entscheidungen hinsichtlich der Art der Unterhaltung und deren Aufmachung. Verzweifelt bemüht man sich um die idealen Ingredienzen der idealen Sendung für den idealen Zuschauer, der dann auch noch möglichst millionenfach vertreten sein sollte. Das Ergebnis ist eine hoffnungslos gesplante Situation im Spannungsfeld zwischen Sex- und Gewaltproduktionen und „ernster“ Unterhaltung, die häufig in elitären Selbstgefälligkeitsritualen zu ersticken droht. Dazwischen bemüht man sich um „Infotainment“ und Unterhaltung im klassischen Sinne bis hin zum mittlerweile wieder beliebten Rückgriff auf das Bewährte, um nicht ganz in der Ratlosigkeit zu ertrinken.

Zu wünschen wäre – und erste Ansätze sind durchaus sichtbar – daß die verschiedenen, allzu eingefahrenen und plakativen Fronten durchlässiger werden, daß es wieder verstärkt zu einem Dialog, einem kreativen Miteinander der verschiedenen Genres und Richtungen kommt, daß man die verschiedenen Felder nicht den sowieso Eingeweihten und Überzeugten überläßt, sondern auch den Theologen über Sex und den Sexfreund über Theologie reden läßt. Nur so läßt sich die „Alltagskultur“ und die „Kultur“ überhaupt vor dem „Kulturverfall“ retten.

Über die politisch-gesellschaftliche Funktion von Unterhaltung wurde schon vielfach gestritten, generell kann man jedoch deren Bedeutung nicht hoch genug einschätzen. Fernsehunterhaltung ist Projektions- und Identifikationsfläche par excellence und somit maßgeblich am Aufkommen und an der Entwicklung von Trends, Moden, Urteilen und Vorurteilen beteiligt. Die Frage nach der politischen Relevanz beantwortet sich folglich von selbst. Eine politische Kultur kann Fernsehunterhaltung gleichermaßen unterstützen oder verhindern. Wünschenswert wäre, daß sie ersteres tut, allerdings nicht im Vorzeichen parteipolitischer Kleinkriege und Rechtfertigungsarien, sondern als eine offene Debatte zu konkreten Fragen mit dem Ziel, konkret und direkt zu deren Lösung beizutragen.

Bei der Konzeptionierung der Sendung „Drauf und Dran“ haben wir sehr viel Wert darauf gelegt, möglichst viele Kulturen in unserer Sendung zu haben, um deren Begegnung und Dialog zu fördern und ausländerfeindlichen Tendenzen entgegenzutreten. Wir sind der Meinung, daß gerade diese „normale“ Begegnung zwischen zwei Menschen im Zeichen von Sehnsucht, Sympathie, viel-

leicht sogar Liebe, wesentlich mehr zur Verständigung zwischen verschiedenen Kulturkreisen und zum Abbau von Vorurteilen beiträgt als wohlgemeinte Vernunftappelle und moralisches Zeigefingerheben.

Rainer Holbe:

Programmphilosophie der „Phantastischen Phänomene“

Nach der ersten Sendung von „Phantastische Phänomene“ war der Jubel groß. Die Einschaltquote stimmte, Zuschauer schrieben begeisterte Briefe; nur die Damen und Herren in den Redaktionen der großen Zeitungen rümpften die Nase. So monierte die „Frankfurter Rundschau“ Wüschelrutengänger, Feuerläufer und Hypnose als „kollektiven Aberglauben“. Pikanterweise hatte der Kritiker übersehen, daß seine Zeitung in ihrem wissenschaftlichen Teil einige Wochen vorher einen Artikel unter der Überschrift „Der Entwicklungshelfer mit der Rute – Selbst Skeptiker sind beeindruckt“ veröffentlicht hatte, in dem von der Arbeit eines Wasserbauingenieurs in der Dritten Welt berichtet wurde. Dieser Mann war bei einer wissenschaftlichen Untersuchung des Rutengehens zwei Münchener Physikern aufgefallen. Inzwischen hat sich herausgestellt, daß er mit 95-%iger Sicherheit in Ländern wie Namibia und Kenia den Standort eines Wasserreservoirs bestimmen kann.

Rutengänger „fühlen“ das Wasser. Ihr Instrument ist nur ein Werkzeug, der verlängerte Arm. Das alles ist keine Zauberei, aber wissenschaftlich noch nicht erklärt. Man spekuliert gerade über das Phänomen. Ähnlich unklar ist, warum sich Feuerläufer bei ihrem Gang über glühende Kohlen nicht die Füße verbrennen, oder warum ein Experiment funktioniert, bei dem ein Mann mit den Augen eines anderen Menschen sehen kann: ASW – außersinnliche Wahrnehmung.

Phantastische Phänomene sind kein Wunder, denn sie stehen nicht „im Gegensatz zur Natur“, sondern nur zu dem, „was wir von der Natur wissen“. Schon der Kirchenlehrer Augustinus hat darüber spekuliert. Inzwischen wissen wir mehr. Unsere Astronomen dringen mit immer besseren Instrumenten in die Tiefen des Universums vor, entdecken fast jeden Tag ferne Sonnen, Pulsare und Quasare, schwarze Löcher und riesige Galaxien, Millionen Lichtjahre von uns entfernt. Gleichzeitig forschen unsere Physiker nach den Geheimnissen des Mikrokosmos, stoßen auf die winzig kleinen Bausteine der Materie, die sie Quanten nennen, der Grundstoff, aus dem das gesamte Universum besteht. Geradezu revolutionär ist die Erkenntnis, daß sich Quanten nur dann als Teilchen manifestieren, wenn wir sie „beobachten“. Sind wir Schöpfer und Geschöpfe gleichzeitig?

In diesen aufregenden Zeiten gewinnt der Satz der alten griechischen Philosophen, die ihre Schriften unter dem Namen des Weisheitsgottes Hermes

Trismegistos niederlegten, eine neue Dimension: „So wie im Großen, so im Kleinen“. Erst die Menschen unserer Zeit können beobachten, daß die Strukturen im Universum – beispielsweise die Funktion unseres Sonnensystems – ihre Entsprechung haben in der Welt des Unsichtbaren – beispielsweise dem Atom-Modell. Einstein verblüffte mit der Aussage, Raum und Zeit seien keine selbständigen Einheiten, sondern miteinander verbunden und Teile eines größeren Ganzen, das er „Raum-Zeit-Kontinuum“ nennt.

Die in dieser Sendereihe geschilderten „Phantastischen Phänomene“ sind also keine Wunder, keine Ausnahmereignisse der Natur. Sie sind weder „paranormal“ noch als „übersinnlich“ einzustufen, sondern lediglich Hinweise auf ein bisher unerschlossenes Geheimnis. Der Physiker David Bohm und der Gehirnforscher Karl Pribram erklären Phänomene wie Gedankenübertragung, außersinnliche Wahrnehmung, Selbstheilung, Wiedergeburt und Hellsehen wissenschaftlich mit Hilfe der holographischen Weltbild-Theorie: Das Universum ist ein riesiges Hologramm, in dem alles miteinander verbunden und in jedem Teilstück das Ganze enthalten ist. Im Daumennagel unserer rechten Hand müßte also ein Abbild der Struktur des Andromeda-Nebels enthalten sein, jener riesigen, uns benachbarten Galaxie im Weltall.

Bemerkenswert auch die Idee des englischen Biologen Rupert Sheldrake von der Natur „morphogenetischer Felder“, die als eine Art Erdgedächtnis die gesammelten Informationen sowohl der menschlichen Geschichte als auch der gesamten Evolution enthalten. Sheldrakes Rezept der „morphologischen Resonanz“ besagt, daß einander ähnliche Strukturen mittels ihrer „morphogenetischen Felder“ über Zeit und Raum hinweg miteinander kommunizieren.

Um seine Idee zu erläutern, benutzt Sheldrake gerne den Vergleich mit einem Fernsehapparat. Der Nachrichtensprecher sitzt nicht in dem Gerät, sondern verbreitet seine Informationen aus einem weit entfernten Studio. Ähnlich müßten wir uns die Funktionsweise unseres Gehirns vorstellen. Es sei lediglich ein Apparat, der uns Informationen aus nichträumlichen „morphogenetischen Feldern“ vermittelt. Sheldrake stellt die ketzerische Frage, ob nicht vielleicht die Idee, daß das Gehirn unser Gedächtnis enthält, ein Irrtum sein könnte. Es wäre eher mit dem Fernsehapparat als mit dem Programm vergleichbar. Anders gesagt: Unsere Persönlichkeit – also unser „Ich“ – ist ebensowenig in unserem Kopf zu finden wie der Nachrichtensprecher im Fernsehgerät. „Wenn so etwas möglich ist“, schreibt die „Zeit“, „dann gäbe es keinen Grund, warum Gedankenübertragung nicht existieren könnte, keinen Grund, warum Gebete nicht wirksam sein sollten, und nichts spräche mehr gegen jederlei religiöse oder gar mystische, also höchst unwissenschaftliche Überzeugungen“. Wirklich radikal an Sheldrakes Theorie ist die Vorstellung, daß unsere Ideen und Naturgesetze nicht zeitlos und unwandelbar sind, sondern sich ständig verändern und weiterentwickeln. Was wir „Naturgesetze“ nennen, sind vielleicht nur „Gewohnheiten“.

Im Moment verdoppelt sich das Wissen auf der Erde alle fünf Jahre. Niemand von uns ist in der Lage, sämtliche neuen Ideen, Erfindungen, Entdek-

kungen und Philosophien zu kennen, geschweige denn zu verinnerlichen. Es gibt kein Weltbild, sondern nur ein Bild, das wir uns von der Welt machen. Wir sollten also ständig bereit sein, unseren Standpunkt zu korrigieren, wenn wir neue Informationen und Eindrücke erhalten.

In dieser TV-Reihe sind nicht nur viele „Phantastische Phänomene“ beschrieben und analysiert, sondern auch Übungen für die Zuschauer enthalten, wie man neue Erkenntnisse für sich selbst anwendet. Wenn es überhaupt eine Botschaft gibt, dann die von der Grenzenlosigkeit unseres Geistes. Die Redaktion folgt dem Rat des englischen Philosophen Francis Bacon und macht aus einfachen Dingen keine Wunder, sondern reduziert Wunder zu einfachen Dingen.

Zukunftsansichten

Das Vertrauen in die Weltreligionen schwindet. „Phantastische Phänomene“ wollen keinen Ersatz liefern, sondern die Aufmerksamkeit auf neue naturwissenschaftliche Erkenntnisse, das Ganzheits-Modell und aktuelle Bewusstseinsforschung lenken. Denkbar ist eine neue Wissenschaft, die zwischen Physik und Paraphysik angesiedelt ist. Ein Paradigmenwechsel zur bevorstehenden Jahrtausendwende und die Beschäftigung damit geben Sendungen dieses Genres reelle Zukunftschancen. Ziel: intelligente Unterhaltung.

Das Umfeld

Fernsehen ist grundsätzlich ein Unterhaltungsmedium. Auch Sendungen mit dokumentarischem Charakter (Nachrichten, Magazine) erfüllen erst einmal voyeuristische Bedürfnisse. Der Trend geht offensichtlich zu Spartenprogrammen. Sex- und Gewaltdarstellungen werden zunehmend verschwinden. Chancen haben intelligente Komödien im Stil der guten alten Hollywood-Schmonzette.

Natürlich hat das Fernsehen eine politische Funktion, auch wenn es sich als ein Dienstleistungsgewerbe versteht, das kommerzielle Interessen verfolgt. Auch das Fernsehen der Zukunft ist mit Sicherheit keine moralische Instanz.

Ulrich Meyer:

1. Woher – wohin?

EINSPRUCH ist eine Fernsehkonfrontation. Diesen Begriff haben wir selbst gewählt, denn der Begriff „Talkshow“ ist im Zusammenhang mit unserem Konzept nichtssagend.

Zwei Seiten streiten gegeneinander, jeweils zu dritt vertreten in einem Studio, das mit etwa 200 Zuschauern, die eine intensive Beziehung zum Thema haben, gefüllt ist. Die Unruhe des Publikums wirkt auf die Diskutanten in der Arena, die auf der einen Seite Volkes Stimme zum Ausdruck bringen und auf der anderen Seite die Position der Mächtigen, der Verantwortlichen, derjenigen, die die Regeln machen, innehaben.

SAT 1 beabsichtigte damit, eine konfrontative Sendeform ins Programm zu heben, die im Fernsehen der Bundesrepublik Deutschland außergewöhnlich selten ist. Die bisherigen „traditionellen“ Talkshows haben mit dieser Form der aggressiven Konfrontation seit dem Jahr 1989 – Beginn der Sendereihe ‚Der Heiße Stuhl‘ bei RTL, die ich über Jahre moderiert habe – eine neue Dimension erfahren.

Der Stellenwert dieser Programme ist im eigenen Sender sehr hoch: Eine der meist diskutierten, wenn nicht die meist diskutierte, sicher aber eine der umstrittensten Sendungen des Hauses.

Das „Setzen“ von Themen – eine mutige Redaktion wendet sich den unterschiedlichsten Themen zu, von denen nicht wenige Kritiker sagen, diese dürfe man im Fernsehen so nicht behandeln – hat zum nachhaltigen Erfolg der Sendung EINSPRUCH beigetragen.

Die Programmidee ist in Deutschland entwickelt worden. Eine Runde von sechs Journalistinnen und Journalisten haben diese Form für EINSPRUCH ersonnen.

Es gibt keine amerikanische, italienische oder französische Mutter, auf die man EINSPRUCH zurückführen kann.

Wie bei allen Programmen der privaten Rundfunkanstalten obligatorisch, muß sich eine solche Sendung an eine möglichst große Zielgruppe richten. Die demographics von EINSPRUCH sagen sehr deutlich, daß wir mit unserer erreichten Zielgruppe ein ziemlich genaues Abbild der Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland in den Parametern Alter, Geschlecht, Bildung erreichen.

Die Gründe für die Popularität sind sicherlich vielfältig: Sie liegen unter anderem an dem deutlich gestiegenen Interesse der Zuschauer an verbaler Auseinandersetzung, am Deutlichmachen von Positionen, am Sichaussprechen können, mal Luftablassen können, denen da oben mal bedeuten, was man selber mag und was man selber nicht mag.

Daraus folgt, daß die Sendung EINSPRUCH ursprüngliche Bedürfnisse und Artikulationsformen der Menschen aufgreift, die ansonsten vielleicht in Bürgerversammlungen o. ä. Möglichkeiten zur Aussprache finden, aber in den Massenmedien viel zu selten vertreten sind.

Die Geschichte, die EINSPRUCH hinter sich hat, macht auch deutlich, daß der Zuschauer zunehmend weniger die mit Prominenten besetzte und überbesetzte Sendung goutiert, sondern eher jener zuneigt, in der er selber oder seinesgleichen deutlich zu Wort kommt und in denen er mit Menschen zusammentreffen kann, die er normalerweise nicht antrifft. Insofern haben wir eine zutiefst demokratische Situation im Studio, die sehr wohl auf ursprüngliche Bedürfnisse zurückgeht.

Das Fremde an der Idee war zunächst einmal die Schroffheit der Auseinandersetzung, die für das deutsche Fernsehen neu war. Aber im Laufe der Jahre – die Tradition solcher Sendungen beginnt in Deutschland im Jahre 1989 – hat der Zuschauer sich nicht nur daran gewöhnt, sondern reagiert mit zunehmendem Konsum dieser Diskussionsform.

Ich gehe noch einen Schritt weiter:

Die Redaktion beobachtet, daß die nichtprominenten Diskutanten zunehmend Freude an dieser Form der Auseinandersetzung finden.

Auch Journalisten anderer Medien-/Anstalten haben von dieser Pionierentwicklung profitiert.

Natürlich kommen die allfälligen Vorwürfe, vor allen Dingen von seiten der Kritik: Man dürfe komplexe Themen nicht so abhandeln, man müsse eher Spezialisten und Experten zu Wort kommen lassen.

Dazu ist sehr deutlich zu sagen, daß vor dem Hintergrund der Vielzahl von Sendungen aus dem Talkgenre die unterschiedlichsten Diskussionstiefen erreicht werden können. Insofern ist die Kritik, die u. a. auf Unfairnaß abzielt, auf Schlagwörter wie „Brüll-TV“ u. ä., mit Sicherheit zu kurz gegriffen. Die „niederen Instinkte“ spielen vielleicht peripher eine Rolle, können aber die Positiva keineswegs überschatten.

2. Stellenwert – Zukunftsfähigkeit

Die Sendung EINSPRUCH ist mit Sicherheit nach wie vor stilprägend. Das hängt nicht nur mit der ausgefeilten Optik des Studios zusammen, sondern auch mit der Themenauswahl, die von Woche zu Woche sich außerordentlich unterschiedlichen Feldern zuwendet. Die Kontroverse um die Sendung ist auch Teil des Erfolges. Nicht wenige Sendungen haben im nachhinein erhebliches Presseecho ausgelöst. Dies wurde auch dadurch getragen, daß die beiden wesentlichen Sendungen dieses Genres in Deutschland „Der Heiße Stuhl“ und „EINSPRUCH“ auf fast identischem Sendeplatz laufen.

Trotz schwankender Einschaltquoten, die mit Sicherheit auf das vielfältige Programmangebot zurückzuführen sind, halte ich diese Sendung und diese Sendeform für außerordentlich zukunftsfähig. Es gibt keine logische Abnutzung, da die Sendung natürlich über die behandelten Themen lebt. Eine Ver-

drängung dieses Genres kann ich mir deshalb mittelfristig nicht vorstellen, schon gar nicht aus programmwirtschaftlichen Gründen (verhältnismäßig preisgünstig). Das Format wird von anderen Sendungen dieses Genres ergänzt werden, wird sich aber mit Sicherheit auf dem Schirm behaupten können.

Es ist, was Vorgaben, Einschränkungen, Empfehlen der Programmverantwortlichen angeht, seit einiger Zeit zu beobachten, daß die privaten Fernsehanstalten in Deutschland zunehmend Redaktionen auslagern und in die Form von selbständigen Produktionsfirmen kleiden. So ist es auch bei EINSPRUCH, die in Berlin von META productions GmbH produziert wird, im Auftrag von SAT.1. Die Vorgaben bestehen in einem einzigen Satz: „Produzieren Sie uns eine kontroverse aggressive Talksendung mit Erkenntnisgewinn.“

Weitergehende Empfehlungen der Programmverantwortlichen gibt es nicht – sehr wohl ist aber die Redaktion in der Lage, nach einem Jahr Sendeerfahrung zu erkennen, wie ein Thema aufgerissen werden muß, um auch, trotz schwieriger Thematik, ein Publikumserfolg zu werden. Dies ließ sich u. a. an einer Diskussion ablesen zur Frage, ob die deutsche Justiz auf dem rechten Auge blind sei.

Hier gilt natürlich immer wieder, daß eine solche Sendeform permanent weiterentwickelt werden muß. Wenn man aktuelle Sendungen mit den Sendungen der Startphase vergleicht, ist dieses von der Optik her, vom Ablauf her, von der Position des Moderators her, eindeutig erkennbar.

3. Die „anderen“ Programme im Fernsehen

Im ausgehenden Jahr 1992 und im Programmjahr 1993 beobachten wir mit großem Erstaunen, daß sich eigentlich alle Anstalten, egal ob privat oder öffentlich-rechtlich auf die gleichen Genres stürzen: Emotional verfangende Programme, die sich an den in den Augen der Macher möglicherweise gefühlsmäßig verarmten Zuschauer wenden. Sendungen, in denen Menschen sich kennenlernen, in denen Menschen heiraten, in denen Menschen geschieden werden, in denen Menschen ihr Innerstes nach außen kehren – es ist sehr deutlich zu beobachten, daß die Psyche des Einzelnen, die Erlebniswelt, die Gefühlswelt des Einzelnen ein außerordentlich starkes Moment von Fernsehunterhaltung gewonnen hat. Bemerkenswert an diesem Umfang ist, daß sich fast alle Sender diesem Feld gewidmet haben.

So ist z. B. die Sendung, die sich mit dem Suchen von Verschwundenen befaßt, in fast allen deutschen Programmen, egal ob öffentlich-rechtlich oder privat, vertreten – durchgehend mit ähnlich hohem Erfolg.

Dieses ist darauf zurückzuführen, daß man in Zeiten enorm scharfer Konkurrenz auf jene Formen setzt, die sich offensichtlich bewährt haben, namentlich im Ausland. Damit verbindet sich jedoch mittelfristig eine große Gefahr, da Sendeformen solange von den Programmverantwortlichen strapaziert werden,

bis sie beim Zuschauer nicht mehr fruchten und ankommen. Es ist derzeit außerordentlich schwierig, revolutionäre neue Programmformen zu entwickeln und ins Programm zu heben. Alle Verantwortlichen sind dabei, auf Dinge zu setzen, die „gehen“.

Dies gilt nicht zuletzt für die Kennenlern- und Hochzeitsshow in den verschiedenen Programmen, die mit steter Wiederholung ein und derselben Glückssituation („Der schönste Tag des Lebens“) deutlich mehr Zuschauer anlocken als etwa Rambo, Teil 2.

Dieser „Schmalz“ im Fernsehen hat für mein Gefühl längst den Vorwurf ad absurdum geführt, im Fernsehen sei zu viel Gewalt zu sehen. Ich will die Gewaltdiskussion nicht verharmlosen, aber an den Einschaltquoten läßt sich absehen, in welch viel größerem Umfang die Schmalzsendungen erfolgreich sind im Vergleich zu schieren Gewaltsendungen.

Kulturverfall findet nicht statt. Allenfalls verfällt der Alleinvertretungsanspruch der Hoch-Kultur. Ich will hier nicht die Diskussion um einen elitären Kulturbegriff beginnen; aber ich glaube, daß sich die Alltagskultur in allen ihren unterschiedlichen Ausprägungen, wie sie sich auch im Printzeitschriftenbereich zeigen, in Zukunft noch viel stärker im Privatfernsehen niederschlägt und vom Privat-TV getragen wird.

Dieser Eindruck wird dadurch gestützt, daß namentlich im Privatfernsehen um die Jahreswende 1992/93 so viele journalistische Angebote zu finden waren wie niemals zuvor. Insofern ist der Journalist als tagesbegleitender Chronist mit Sicherheit ein Vertreter der Alltagskultur. Der Kulturverfall, der in einigen Sendeformen zu beobachten ist, relativiert sich ziemlich schnell dadurch, daß der Zuschauer für mein Gefühl ein sehr gesundes Empfinden hat, was ihm nun gefällt und was nicht.

Die umfangreiche Diskussion über Reality-TV macht ja schon deutlich, daß, auch wenn die Verantwortlichen auf eine ganz bestimmte Sparte gesetzt haben, der Zuschauer längst den Eindruck gewonnen hat, dieses werde zuviel, hier werde überzeichnet: Die Quoten sinken generell.

Ebenso generell muß man sagen, daß die Fernsehunterhaltung durchaus platter geworden ist. Sie wird einfacher, wobei dieses nicht ausschließlich auf die Privaten zurückzuführen ist. Auch die öffentlich-rechtlichen Programme haben ihr Niveau deutlich nach unten geschraubt, ohne dadurch den erhofften Zuschauerzuwachs erhalten zu haben. Angesichts der deutlichen Aufteilung der Fernsehmärkte ist es allenfalls möglich Zuschauer zu halten, keineswegs aber durch Nivellierung des Niveaus nach unten neue hinzu zu gewinnen. Darunter leiden TV-Darbietungen der Hoch-Kultur wie Opernsendungen oder Kultur-Magazine natürlich besonders.

4. Relevanz der Fernsehunterhaltung

Selbstverständlich ist Fernsehunterhaltung politisch relevant – das erkennt man nicht nur daran, daß Bundesminister in Unterhaltungssendungen auftauchen.

Unterhaltung muß Bestandteil einer jeden Sendung sein: Dieses bedeutet nicht, daß ich damit dem Schlagersternchen in der Politdiskussion das Wort rede. Es geht darum, daß angesichts der großen Vielzahl von Sendern und Programmangeboten jede Sendung in sich konsumierbar sein muß. Diese Konsumierbarkeit wird durch deutliches Beachten von Unterhaltungselementen deutlich erhöht. Insofern ist Fernsehunterhaltung keineswegs einer politisch-gesellschaftlichen Funktion des Genres abträglich. Im Gegenteil: Weil Programm-macher auch schwierigste Themen mit einem Zuckerguß der Konsumierbarkeit (Dragée-Taktik) versehen, ist es gelungen, auch sehr problematische Themen großen Zuschauerzahlen nahezubringen.

Gerade Sendungen wie EINSPRUCH, die einem Durchschnittszuschauer die Möglichkeit geben, sich mit den auf dem Bildschirm auftretenden Diskutanten zu identifizieren, haben eine deutliche politische Ausprägung, die sich natürlich von den althergebrachten Formen deutlich unterscheiden. Dies mag sich auch darin niederschlagen, daß verantwortliche Politiker bisweilen sagen, sie wollten in Sendungen dieser Art nicht erscheinen, weil sie, und dies ist der sehr starke Eindruck der Redaktion, in diesen Sendungen ganz anders und viel stärker gefordert werden als in den normalerweise von ihnen präferierten Sendungen.

Insofern kann Fernsehunterhaltung, wenn denn EINSPRUCH zur Unterhaltung gehört, eine lebendige politische Kultur unterstützen. Sie kann deutlich machen, wie Normalbürger politische Situationen empfinden, wie ihre Argumentationslage beschaffen ist, wo sie die Herrschenden unterstützen bzw. gegen sie vorgehen.

Insofern ist es durchaus möglich, durch eine Ventilbildung für die Beteiligten politische Tendenzen zu konterkarieren. Im italienischen Fernsehen etwa ist die leidenschaftliche Debatte schon lange ein großer Erfolg – in Inhalt und Resonanz.

Da die Fernsehunterhaltung keineswegs mehr wie zu Ende der 60er Jahre aus Schlagersternchen und den allfälligen Nummerrevueen besteht, sondern sehr viel differenzierter agiert (siehe Lindenstraße oder andere Realserien) bis hin zu solchen Sendungen wie EINSPRUCH eben, ist eher eine allgemeine Politisierung des Fernsehens zu erkennen, auch wenn sich dies keineswegs niederschlägt in hochintellektuellen Gesprächen, die in der Vergangenheit wohl stattfanden (Günther Gaus, etc.), die aber angesichts der Programmviefalt heutzutage keine signifikante Chance auf großen Zuschauererfolg mehr haben.

In Zukunft wird das Fernsehen noch sehr viel deutlicher auf Interaktion setzen müssen: Es wird nicht mehr reichen, Zuschauer einfach an Sendungen zu beteiligen. Die Fernsehanstalten werden sich überlegen müssen, in welchem Umfang sie das Einwirken von Zuschauern auf Sendungen, Abstimmungsverhalten etc. verbessern können. Hier ist die Interaktion mit Sicherheit eines der wesentlichen Merkmale der Fernseh Zukunft.

Die Themenauswahl wird weiterhin eine Zweiteilung erfahren: Die Ungeheuerlichkeit auf der einen Seite, durch deren Reiz möglicherweise Reality-TV mittelfristig noch möglich ist. Auf der anderen Seite das fortschreitende Beachten normaler Menschen und normaler Themen, wie sie z. B. auch im Auftauchen amerikanisch orientierter Talkshows im Tagesprogramm der privaten Anstalten deutlich werden, mit Themenbereichen, die sich etwa mit den Wechseljahren befassen, mit Erziehungsfragen u. ä.

5. Die Kritik

Das Ganze wird von einer professionellen Fernsehkritik beobachtet, die sich offensichtlich mit immer kürzeren Formen begnügen muß. Fernsehkritik wird immer kürzer, immer harscher. Dies ist nicht nur Ausdruck eines generellen Unzufriedenseins, sondern spiegelt wohl auch das schwierige Verhältnis von Print- und elektronischen Medien und den verschiedenen Machern zueinander wider. Bedeutungsvoll ist sicherlich auch die Tatsache, daß kaum eine deutsche Tageszeitung bisher auf das Vorhandensein des Fernsehens mit seinen verschiedenen, sehr intensiven Informationsmöglichkeiten rund um die Uhr ausreichend reagiert hat. Schlagzeilen von Tageszeitungen spiegeln im Regelfall den Kenntnisstand von 20.00 Uhr des Vorabends wider. Dieses ist für die kommenden Jahre nicht mehr konkurrenzfähig.

Insofern wird es einen großen Unterschied geben zwischen veröffentlichter Meinung in den Printmedien und der Auffassung der Fernsehzuschauer von „ihrem“ Programm. Mit der Fernbedienung in der Hand ist der Zuschauer sofort in der Lage, seinen Kabeltuner bzw. seinen Satellitenreceiver so zu nutzen, daß er sich ein befriedigenderes Programm selbst zusammenstellen kann.

Die Schlagzeile „TV-Programm immer mieser“ wird ausschließlich von Printmedien so hochgehalten, die immer noch in den Zeiten von drei, vier oder fünf Programmen leben und nicht erkennen, daß zwei Drittel der Deutschen mittlerweile über mehrere Dutzend Programme verfügen können.

Werner Schulze-Erdel:

Seit 1987 mache ich im deutschen Fernsehen tägliche Game-Shows, solange – in aller Bescheidenheit – wie kein anderer deutscher Moderator. Allein 1032 RUCK ZUCK-Sendungen („Eine Kultsendung“, wie die Süddeutsche Zeitung am 10.07.1991 schrieb) und bisher 250 FAMILIENDUELL-Sendungen sprechen für sich (Stand: Februar 1993).

Schon 30 Jahre gehören tägliche Game-Shows zum Erscheinungsbild des amerikanischen Fernsehens. FAMILY FEUD (FAMILIENDUELL), THE PRICE IS RIGHT (DER PREISS IST HEISS) und WHEEL OF FORTUNE (GLÜCKSRAD) erfreuen sich auch nach Jahrzehnten ungebrochener Popularität.

Warum sind Game-Shows so erfolgreich? Ich denke, sie sprechen ein Grundbedürfnis des Menschen an: Die Geborgenheit, die das Altvertraute, das Immergleiche mit sich bringt. Tägliche Game-Shows gehören zum täglichen Leben vieler Menschen. Jeden Wochentag zur gleichen Zeit wird der Zuschauer von „seinem“ Moderator begrüßt. Der Zuschauer ist in den Spielregeln zuhause und – was für eine gute Game-Show Voraussetzung ist – er kann mitraten. Dadurch tritt er in Kontakt mit dem Medium und in Konkurrenz zu den mitspielenden Kandidaten („Mann, sind die blöd, das hätte ich aber auf jeden Fall gewußt“).

Alte Menschen schreiben mir, daß das FAMILIENDUELL sie geistig am Leben erhält. Ihre Augen sind schlecht, so daß sie nicht mehr lesen können. Game-Shows wie das FAMILIENDUELL sind ein Zeichen dafür, daß das Fernsehen nicht verdummt.

Game-Shows haben Zukunft, da sie ein Grundbedürfnis der Menschen ansprechen. Und ich mache solange Unterhaltung, wie Unterhaltung schräg angesehen wird.

Viele Menschen sagen, daß das Fernsehen „entfremdet“. Wovon sollen die Zuschauer entfremdet werden?

- Von ihrem gewohnten Leben des Jagens und Sammelns in der Vorzeit?
- Von ihrem Dasein als Analphabeten im Mittelalter?
- Von einem Leben als allesverschlingende Bücherwürmer, das nicht nur Gottfried Keller im 19. Jahrhundert geißelt hat?

Die Menschen werden nicht von irgend etwas entfremdet, weil das Fernsehen zum Leben des Menschen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts gehört.

Fernsehen ist nicht böse, Fernsehen vermittelt nicht die falschen Werte. Oder wäre es besser, wenn das Fernsehen – wie einige selbsternannte Fernseh-Moralapostel meinen – nur das „Richtige“ senden würde?

Fernsehen ist ein Medium wie das Buch auch eines ist. Genauso wie das Buch die mündliche Überlieferung ablöste, wird eines fernen Tages das Fernsehen das Buch ablösen. Im Moment befinden wir uns in einer Übergangsphase: Das Medium Buch präsentiert sich als noch jung, und kann in seinen Schriften über das Medium Fernsehen herziehen. Dieses kann oder will sich nicht – innerhalb seines Mediums – wehren. Auch ich kommuniziere ja im Moment eigentlich im „falschen“ Medium.

Ich halte es für dumm, so zu tun, als handle es sich beim Fernsehen um etwas, das man mit meistens schlechten und manchmal guten Argumenten verdammen und abschaffen kann!

Die Warner vor dem Fernsehen, allen voran Herr Postman, erinnern mich an die einsamen Mönche in der Wüste, die wehklagten, daß der Buchdruck vom Teufel sei. Und aus ihrer Position heraus war dies auch richtig – der Buchdruck machte sie arbeits- und nutzlos.

Genauso sind die Warnungen vor dem Einfluß des Fernsehens natürlich nicht unberechtigt – aber sie sind überflüssig, weil sinnlos. Der Kampf mit den Windmühlen ist realistischer zu gewinnen als ein Kampf gegen das Medium Fernsehen, egal von wem und mit welchen Argumenten er geführt wird. Wir alle – und damit meine ich auch die Fernsehleute selbst – müssen uns mit dem neuen Medium auseinandersetzen und es ernstnehmen.

Sie fragen mich, ob ich denke, daß das Fernsehen zu einem „Kulturverfall“ führt. Ich weiß zwar nicht, was Sie unter „Kultur“ verstehen, ich verstehe darunter inzwischen gar nichts mehr und weigere mich, dieses Wort zu benutzen. „Kultur“ meint alles und nichts. Zwischen Kulturbeutel, Kulturabend, Skat-Kultur und Untergrund-Kultur gibt es keinen Platz für eine Diskussion über Kultur oder deren Zerfall. Da also heutzutage alles Kultur ist oder als solches bezeichnet werden darf, ist es müßig, über einen „Kulturverfall“ zu reden.

Fernsehen ist nicht unpolitisch. Wir sollten uns nicht zu wichtig nehmen, aber auch unserer Rolle bewußt sein. Ich lasse meine Meinung, die vielen nicht paßt (von Rechtsradikalen habe ich schon Schmähbriefe und Morddrohungen erhalten) in meine Sendungen einfließen. Ich bin mir bewußt, daß das, was ich sage, von den Zuschauern ernstgenommen wird. Daher kann ich gerade im Unterhaltungsbereich positiv vorleben, was anderswo zum Thema negativer Schlagzeilen wird.

Im Klartext: Ich begrüße im FAMILIENDUELL Familien aus dem Iran, Libanon, Türkei, Italien, Schwarzafrika, die in Deutschland seit vielen Jahren wohnen, und spiele mit ihnen und deutschen Familien. Dabei verfahren wir nicht nach dem Motto: „Guckt mal unsere Vorzeigeausländer!“ Die ausländischen Familien werden im FAMILIENDUELL so behandelt wie es sein sollte: Als selbstverständlicher Teil unseres (Zusammen-)Lebens.

Während in den Nachrichten noch über Auswirkungen und Ursachen des Ausländerhasses berichtet und geforscht wird, wird im FAMILIENDUELL Leben mit Ausländern demonstriert.

Fernsehen bringt uns die Welt draußen näher. Wo es eine fiktive Welt zeigt, wie beim FAMILIENDUELL, kann es den Traum von einem unkomplizierteren Zusammensein vermitteln.

Wenn alle Unterhaltungssendungen und Serienproduktionen diesen Weg einschlagen würden, wäre schon viel im Kampf gegen Ausländerfeindlichkeit gewonnen. Noch mehr gewonnen wäre, wenn alle Nachrichtenmagazine darauf verzichten würden, sich zur Abspielstätte von rechtsradikalen Meinungen zu machen. Der Nazi vor der Videokamera freut sich, wenn er seine tumben Meinungen im Massenmedium vervielfältigt sieht. Wie wäre es zum Beispiel mit einer verlesenen Meldung vor Schwarzblende? Ziemlich unpopulär bestimmt, aber auch sehr radikal und in eine neue Richtung weisend.

Denn das Fernsehen sollte seinerseits nicht in glotzendem Erstaunen vor den Vorwürfen seiner Kritiker dastehen, sondern etwas mit der Macht seines Mediums machen. Denn das Fernsehen ist zwar nicht so einfach zu personifizieren wie ein Buch und sein Autor, aber es sind doch immer Menschen, die dem Fernsehprogramm mit ihren Ideen und Utopien ihren Stempel aufdrücken (könnten).