



Mit dem Ersten sieht man (doch) besser!

Eine Umfrage zur Vierschanzentournee zeigt aber auch die geringe Bekanntheit von TV-Berichterstatlern



picture-alliance / Rolf Kosecki, Fotograf: Rolf Kosecki

Skispringen hat sich schon lange zum Medienereignis gemauert

Zusammenfassung

Der Kampf um Quoten und Marktanteile wird im Fernsehen vor allem über den Kauf attraktiver Sendelizenzen geführt. Daneben geht es auch um die bestmögliche Präsentation des erworbenen Events.

Bezogen auf den Sport bedeutet dies: Neben dem „Inhalt“, also der Sportart, muss auch die „Verpackung“, also die Berichterstattung, stimmen. Hierfür sind primär die Moderatoren, Kommentatoren und Experten

zuständig. Doch aus der Perspektive des Publikums kommt den „Präsentatoren“ höchstens flankierende Bedeutung für die Rezeption einer Sportart zu. Dies bestätigt – nach der Studie zur Fußball-EURO 2008 (siehe Fachjournalist, Nr. 4/2008) – nun erneut eine Umfrage zum Skispringen, die am Lehrstuhl für Sport, Medien und Kommunikation der TU München durchgeführt wurde. Über eine gewisse Bedeutungslosigkeit der Berichtersteller hinaus wird am Beispiel der Vierschanzentournee deutlich, dass den Zuschauern die ARD-Übertragungen besser gefallen haben als die des ZDF. Im direkten Vergleich der jeweiligen Moderatoren, Kommentatoren und Experten liegt das Erste stets vor dem Zweiten.

Bezogen auf die Qualität lassen sich aber aus der Sicht des Publikums doch einige recht markante Unterschiede zwischen den beiden öffentlich-rechtlichen Sendern feststellen.

Seit mittlerweile zehn Jahren werben Moderatoren, Journalisten, Schauspieler und Sportstars in Anzeigen und TV-Spots für das ZDF mit der typischen Geste von zwei vor einem Auge zusammengelegten Fingern und verkünden dabei den Slogan: „Mit dem Zweiten sieht man besser“. Wenn man im Reklame-Jargon bleiben möchte, müsste man in leichter Abwandlung einer anderen Werbebotschaft jedoch sagen: „Nicht immer! Und ob immer öfter ...“ ist fraglich. Zumindest beim Rückblick auf die Übertragungen der Vierschanzentournee in der Saison 2008/2009 verliert der ZDF-Slogan einiges an Überzeugungskraft. Denn für die Zuschauer lag das Erste dieses Mal vor dem Zweiten.

Natürlich handelt es sich bei den hier exklusiv präsentierten Daten um die Wiedergabe subjektiver Bewertungen und keineswegs um die Reflektion objektiver Beurteilungen. Die erhobenen Werte sagen also nichts darüber aus, ob die ARD-

Mitarbeiter tatsächlich immer „besser“ waren als das ZDF-Personal, sondern nur, dass die ARD-Journalisten im direkten Vergleich zu ihren ZDF-Kollegen als „besser“ empfunden wurden. In solchen Umfragen kann

es nie um „Wahrheiten“ gehen, sondern nur um „Wahrnehmungen“! Aber gerade die können im Fernseh-Geschäft von enormem Einfluss sein.

Skispringen: Formel 1 des Winters

Auch wenn Martin Schmitt am Ende der Tournee als Vierter der Gesamtwertung das Siegetreppchen – nur knapp – verpasste, so entwickelte sich dieses Event wieder einmal zum „absoluten Premium-Produkt“ in Sachen Publikumszuspruch, wie nicht nur Jörg Ullmann, Geschäftsführer des Instituts für Medienanalysen (IFM), konstatiert.¹ Weit über 100.000 Besucher an den vier Wettkampforten und ein Millionen-Publikum vor den Bildschirmen dokumentieren dies eindrucksvoll.



Natürlich ist man immer noch weit von den Traumeinschaltquoten der Saison 2001/2002 entfernt, bei denen im Schnitt pro Springen sogar 8,81 Mio. Menschen via Fernsehen dabei waren. Für die damaligen und bis heute bestehenden Rekordzahlen war seinerzeit insbesondere Sven Hannawald verantwortlich, dem es als Erstem in der Geschichte der Tour überhaupt gelang, alle vier Springen zu gewinnen. Allein sein finaler Sprung in Bischofshofen begeisterte am 6. Januar 2002 mehr als 14,89 Mio. TV-Zuschauer.²

Dem sportlichen Absturz der „DSV-Adler“ folgte der sukzessive Quoteneinbruch für das Fernsehen. Dies veranlasste RTL nach sieben Jahren, auf weitere Übertragungen von der Vierschanzentournee zu verzichten. Seit 2007 heißt es daher für Ski-sprung-Interessierte wieder: „Bei ARD und ZDF sitzen Sie in der ersten Reihe“.

Die beiden öffentlich-rechtlichen Anstalten durchbrachen in der vergangenen Saison 2008/2009 im Schnitt wieder die 6-Mio.-Zuschauer-Grenze. Bei den Events in Garmisch und in Innsbruck schauten sogar mehr als jeweils 6,5 Mio. Menschen zu, was den Sendern Marktanteile von über 30 Prozent bescherte. Der Spitzenwert lag in Innsbruck sogar bei 7,1 Mio. Fans und einem Marktanteil von 35,4 Prozent.⁴ Zum Vergleich: Die ARD-Sportschau mit

Die ARD-Berichterstatter werden immer positiver bewertet als die ZDF-Kollegen.

sich aber aus der Sicht des Publikums doch einige recht markante Unterschiede zwischen den beiden öffentlich-rechtlichen Sendern feststellen. Im direkten Vergleich

sowohl der Sender als auch der jeweiligen Moderatoren, Kommentatoren und Experten wurde das Erste immer besser bewertet als das Zweite.

Datum	Ort	TV-Zuschauer in Mio.	Sender
29.12.2008	Oberstdorf	5,1	ZDF
01.01.2009	Garmisch	6,5	ARD
04.01.2009	Innsbruck	6,5	ZDF
06.01.2009	Bischofshofen	6,2	ARD

Tab. 2: Einschaltquoten der Live-Übertragungen von der Vierschanzentournee 2008–2009

Bundesliga-Fußball verfolgten in der vergangenen Saison im Schnitt „nur“ 5,49 Mio. Zuschauer, und beim „Großen Preis von Deutschland“ am Hockenheimring im letzten Jahr saßen lediglich 6,02 Mio. Menschen vor den Bildschirmen. Schon diese beiden Beispiele exemplifizieren, dass die Vierschanzentournee quotentechnisch „langsam, aber sicher“ wieder zur „Formel 1 des Winters“ avanciert.

Explorative Fallstudie

Unter der Überschrift „Wahrnehmung, Erinnerung und Akzeptanz von Moderatoren, Kommentatoren und Experten bei der Vierschanzentournee 2008–2009“ wurde am Lehrstuhl für Sport, Medien und Kommunikation der Technischen Universität (TU) München diese Fallstudie durchgeführt. Zwei Tage nach dem letzten Springen in Bischofshofen sind hierfür insgesamt 203 Personen an verschiedenen Plätzen der Münchener Innenstadt mündlich befragt worden. Der standardisierte Fragebogen umfasste einschließlich soziodemografischer Angaben 14 Fragen. Die Interviewzeit lag zwischen 15 und 20 Minuten. Die Stichprobenziehung erfolgte mittels Quotaverfahren nach Alter und Geschlecht. 56 Prozent der Befragten waren männlich, 44 Prozent weiblich. Die Verteilung über die sieben gebildeten Altersklassen zwischen 14 und 79 Jahren konnte bei fünf Altersklas-

Jahr	TV-Zuschauer in Mio.	Sender
2008/2009	6,08	ARD/ZDF
2007/2008	6,25	ARD/ZDF
2006/2007	4,77	RTL
2005/2006	4,94	RTL
2004/2005	5,06	RTL
2003/2004	6,80	RTL
2002/2003	7,98	RTL
2001/2002	8,81	RTL
2000/2001	6,84	RTL
1999/2000	5,88	ZDF/RTL

Tab. 1: Einschaltquoten der Live-Übertragungen von der Vierschanzentournee in den letzten zehn Jahren (ohne Qualifikationsspringen)³



sen mit Werten zwischen 10 und 16 Prozent annähernd gleich gehalten werden. Dagegen waren die Gruppe der 20- bis 29-Jährigen mit 24 Prozent etwas über- und die Gruppe der über 70-Jährigen mit 7 Prozent ein wenig unterrepräsentiert. Es wird trotzdem angenommen, dass dadurch keine nennenswerten geschlechts- bzw. altersbedingten Verzerrungen auftraten. Um überhaupt vergleichende Einschätzungen zu den Sendern eruiieren zu können, wurden nur Personen befragt, die zum einen mindestens zwei der vier Springen gesehen hatten und zum anderen mindestens ein Springen auf jedem Kanal verfolgen konnten. Im Durchschnitt sahen die 203 Befragten sogar drei der vier Springen, was für einen adäquaten Eindruck über die Qualität der Berichterstattung und der Berichterstatte ausreichend erscheint. Natürlich kann und will eine derartige Bevölkerungsumfrage keinen Anspruch auf Repräsentativität erheben. Sie lässt trotzdem einige bemerkenswerte Trendaussagen zu, von denen die wichtigsten hier zusammenfassend präsentiert werden.

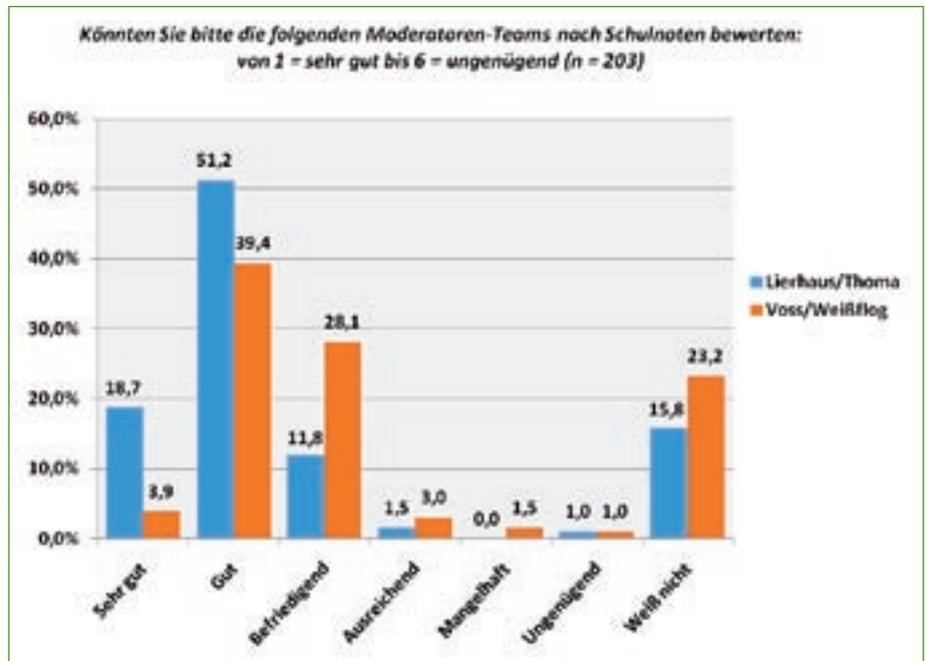


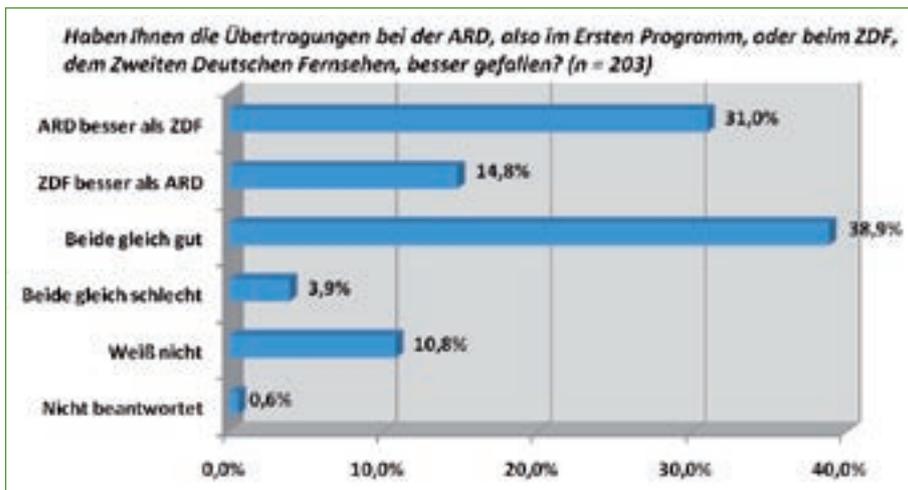
Abb. 2: Bewertung der Moderatoren-Experten-Teams nach Schulnoten (n = 203)

Positiver Gesamteindruck

Die befragten TV-Zuschauer schienen mit der Berichterstattung der Vierschanzentournee insgesamt recht zufrieden zu sein. Auf die Frage „Haben Ihnen die Übertragungen bei der ARD oder beim ZDF besser gefallen?“ sagten 38,9 Prozent, dass beide Sender „gleich gut“ waren, während nur 3,9 Prozent das Angebot als „gleich schlecht“ einstufen. Bemerkenswert ist darüber hinaus, dass mit 31 Prozent mehr als doppelt so viele der Befragten meinten, dass ihnen die Sendungen bei der ARD

besser gefallen haben als beim ZDF. Das Zweite wurde im Vergleich zum Ersten nur von 14,8 Prozent als der bessere Kanal eingestuft. 10,8 Prozent wollten bzw. konnten sich bei dieser Frage nicht festlegen.

Der Unterschied in der Gesamtbewertung manifestiert sich in den Auswertungen zu einzelnen Moderatoren, Kommentatoren und Experten. Die ARD-Berichter-



Einschätzungen zur Qualität der Gesamtübertragungen (n = 203)



Funktion	ARD	Note	ZDF	Note
Moderator	Monica Lierhaus	2,31	Sven Voss	2,54
Kommentator	Tom Bartels	2,36	Stefan Bier	2,65
Experte	Dieter Thoma	1,92	Jens Weißflog	2,46

Tab. 3: Funktionsträger im direkten Vergleich – Durchschnittsnoten

statter werden immer positiver bewertet als die ZDF-Kollegen.

Bessere Noten für das Erste

Dass den Zuschauern die ARD-Übertragungen besser gefielen als die ZDF-Berichterstattung, kann zunächst auf die Präsentatoren-Duos zurückgeführt werden: Die Zuschauer bewerteten die Arbeit von Monica Lierhaus und Dieter Thoma von der ARD im Durchschnitt mit dem Prädikat 2,0, wogegen die ZDF-Kollegen Sven Voss und Jens Weißflog mit 2,5 um eine halbe Note schlechter abschnitten. Diese Werte rekurrieren weniger darauf, dass die Zwei vom Zweiten sehr viel häufiger als „mangelhaft“ oder „ungenügend“ eingestuft wurden, sondern kommen vor allem zustande, weil es im positiven Notenbereich so markante Unterschiede gibt. Die Prädikate „sehr gut“ und „gut“ bekamen Lierhaus/Thoma von 70 Prozent der Befragten, Voss/Weißflog hingegen „nur“ von rund 43 Prozent.

Auch beim einzelnen Personen- und Funktionsvergleich stellt die ARD für die Vierschanzentournee auf den drei Ebenen jeweils den (klaren) Sieger. Die Durchschnittsnoten zeigen: Monica Lierhaus wird für ihre Moderationen höher bewertet als Sven Voss; Tom Bartels liegt beim Kommentieren vor Stefan Bier; Dieter Thoma überzeugte als Experte mehr als Jens Weißflog.

Um diese Schulnoten-Bewertungen weiter zu konkretisieren, sollten die Befragten zusätzlich noch die Berichterstatte charakterisieren

und sagen, ob sie den TV-Mitarbeitern bestimmte Eigenschaften zuschreiben oder nicht zuschreiben. Um eine Vergleichbarkeit zwischen den einzelnen Personen und Positionen herzustellen, wurden sieben Attribute so gewählt, dass sie für die unterschiedlichen Berufsrollen eine gewisse übereinstimmende Relevanz besitzen. Die Auswertungen dokumentieren ebenfalls deutliche Unterschiede zwischen den abgefragten Protagonisten. Über die jeweiligen Differenzen zeichnen sich hier interessante Imageprofile ab.

Monica Lierhaus bekam gegenüber Sven Voss höhere Zustimmungsquoten in Sachen Sprachgewandtheit und Verständlichkeit und erhielt außerdem klar bessere Sympathie- und Unterhaltungswerte. Darüber hinaus wirkte sie bei ihren Moderationen auf die meisten Zuschauer sehr souverän. Demgegenüber wurde ZDF-Mann Voss als etwas „fachkompetenter“ und „kritischer“ eingestuft, wobei die Unterschiede hier allenfalls gradueller Art sind.

Im Gegensatz zu den Moderatoren fallen die Unterschiede zwischen den beiden Kommentatoren nicht so gravierend aus, wie eine direkte Gegenüberstellung zeigt. Tom Bartels bekam zwar bei allen sieben Eigenschaften mehr Zustimmung als Stefan Bier, die Abstände sind aber oft nicht gravierend. Der ARD-Reporter besitzt aus Sicht der Befragten gegenüber dem ZDF-Mann vor allem Vorteile in Sachen „Unterhaltsamkeit“

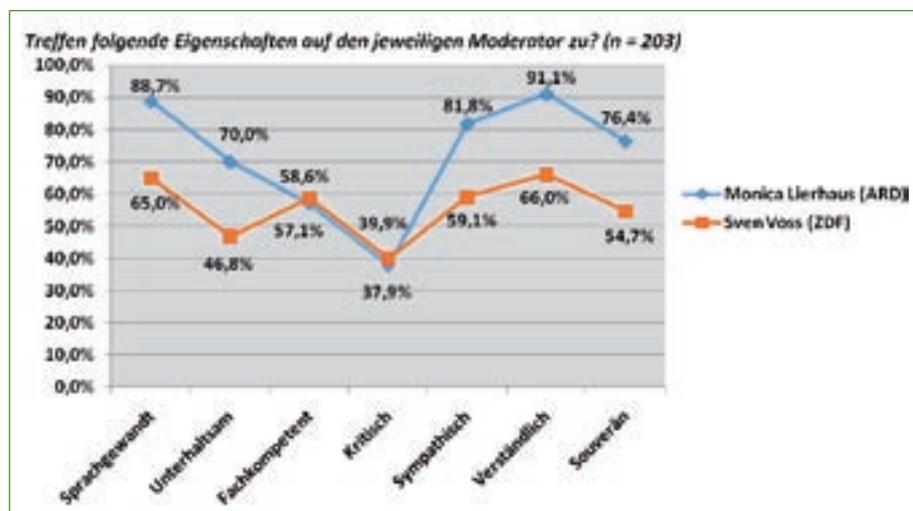


Abb. 3: Eigenschaften der Moderatoren im direkten Vergleich (n = 203)

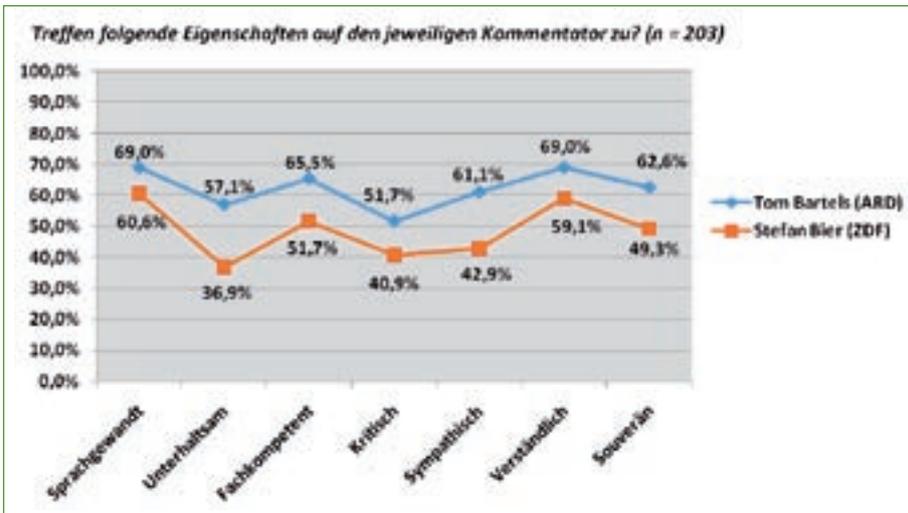


Abb. 4: Eigenschaften der Kommentatoren im direkten Vergleich (n = 203)

und „Sympathie“. Zudem wird Bartels von mehr Interviewten „Fachkompetenz“ zugesprochen.

Die markantesten Differenzen werden zwischen den beiden Experten deutlich. Und die hier erhobenen Daten belegen eindrucksvoll, dass die ARD mit dem schon von RTL beim Skispringen eingesetzten Dieter Thoma einen wahren Glücksgriff bei der Besetzung dieser Position getan hat. Zwischen 80 und 90 Prozent des Publikums meinen, der ARD-Mitarbeiter

Es gibt eine große Relativität von Popularität im TV-Sportjournalismus.

lichen Einfluss auf das Antwortverhalten im Allgemeinen und die Bewertungen im Besonderen dürfte der Bekanntheitsgrad der jeweiligen Berichterstatter besitzen. Sowohl ungestützt als auch gestützt sind die bei der Vierschanzentournee auftretenden Mitarbeiter der ARD bekannter als die Mitarbeiter des ZDF. In Sachen spontaner Erinnerung und beim Wiedererkennen von Portraitfotos ist der Unterschied zwischen den Experten Dieter Thoma und Jens Weißflog noch am geringsten. Bei den Kommentatoren Tom Bartels und Stefan Bier wird er dann schon größer. Am weitesten auseinander liegen die Moderatoren Monica Lierhaus und Sven Voss.

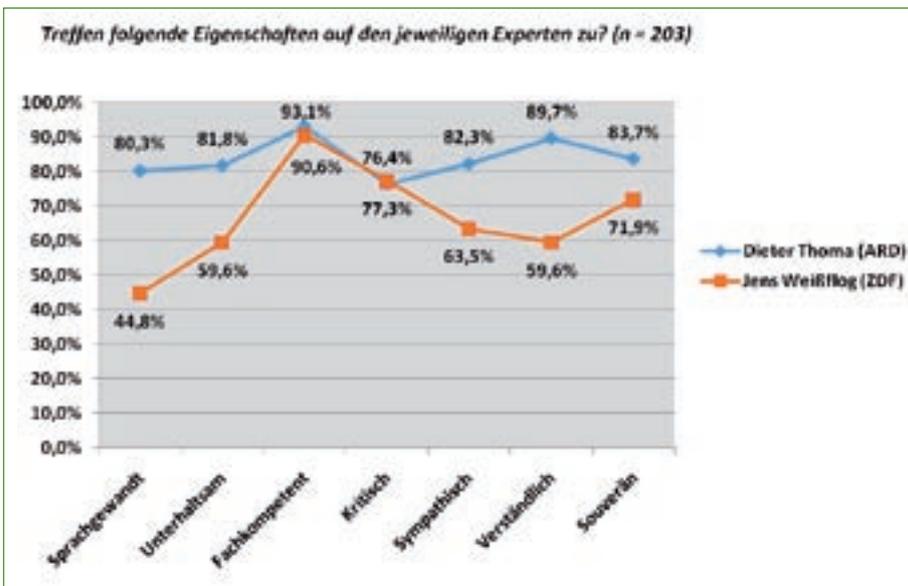


Abb. 5: Eigenschaften der Experten im direkten Vergleich (n = 203)

fülle seine Expertenrolle „verständlich“, „sprachgewandt“, „unterhaltsam“ und „sympathisch“ aus. ZDF-Fachmann Jens Weißflog werden diese Adjektive nur von 44 bis 64 Prozent der Befragten zugebilligt. An der hohen Fachkompetenz beider Ex-Skispringer gibt es von über 90 Prozent der Interviewten jedoch keinerlei Zweifel.

Einen gewissen, möglicherweise sogar maßgeblichen Einfluss auf das Antwortverhalten im Allgemeinen und die Bewertungen im Besonderen dürfte der Bekanntheitsgrad der jeweiligen Berichterstatter besitzen. Sowohl ungestützt als auch gestützt sind die bei der Vierschanzentournee auftretenden Mitarbeiter der ARD bekannter als die Mitarbeiter des ZDF. In Sachen spontaner Erinnerung und beim Wiedererkennen von Portraitfotos ist der Unterschied zwischen den Experten Dieter Thoma und Jens Weißflog noch am geringsten. Bei den Kommentatoren Tom Bartels und Stefan Bier wird er dann schon größer. Am weitesten auseinander liegen die Moderatoren Monica Lierhaus und Sven Voss.

Sowohl bei der ungestützten spontanen Erinnerung als auch beim durch Fotos unterstützten Wiedererkennen schneiden die Experten Dieter Thoma und Jens Weißflog am besten ab. Die eigenen sportlichen Erfolge als Olympiasieger und Weltmeister bzw. im Weltcup sind hierfür ursächlich zu



nennen. Hinzu kommt, dass auch die jahrelangen Tätigkeiten als TV-Experte die Bekanntheit und die Beliebtheit konserviert haben. Thoma und Weißflog besitzen ganz offensichtlich den Status von „Marken“, die ihre Haltwertzeit längst noch nicht überschritten haben dürften. Bereits mit deutlichem Abstand, aber noch respektablem Wert folgt Monica Lierhaus, die hier sowohl von ihren vielen Moderationstätigkeiten bei diversen Live-Events als auch von der regelmäßigen Präsentation der ARD-Sportschau profitiert. Auch Tom Bartels erreicht für einen Kommentator, den man zwar lange hört, aber nur selten auf dem Bildschirm sieht, noch einigermaßen akzeptable Quoten. Doch auch diese müssen mit Blick auf seine fast 15-jährige TV-Karriere als Fußball-, Schwimm- und Skisprung-Kommentator bei verschiedenen Sendern als eher gering eingestuft werden. Nur noch knapp „oberhalb der Wahrnehmungsschwelle“ rangieren bei dieser Umfrage Sven Voss und Stefan Bier. Dies rekurriert darauf, dass beide erst seit 2007 die Sportart Skispringen und die Vierschanzentournee für das ZDF moderieren bzw. kommentieren. Während Voss seine Moderatorenlaufbahn zudem „erst“ vor vier Jahren startete, kann Bier zwar auf eine mehr als zehnjährige Tätigkeit für den Mainzer Sender in unterschiedlichen Funktionen und Positionen zurückblicken, berichtete dabei aber meist aus dem „off“.

Dass den Zuschauern die ARD-Übertragungen besser gefielen als die ZDF-Berichterstattung, kann zunächst auf die Präsentatoren-Duos zurückgeführt werden.

Fazit

Die hier in den wesentlichen Ergebnissen zusammengefasste Fallstudie bestätigt das, was die ebenfalls am Lehrstuhl für Sport, Medien und Kommunikation der TU München durchgeführte Umfrage zur „Erinnerung und Akzeptanz von Moderatoren und Kommentatoren bei der EURO 2008“ schon angedeutet hatte:⁵ Es gibt eine große Relativität von Popularität im TV-Sportjournalismus. Die gemessenen Bekanntheitsgrade und Wiedererkennungswerte fallen nicht nur beim Fußball, sondern auch beim Skispringen sehr viel

geringer aus als erwartet und vermutlich von den Betroffenen erhofft. Eine lineare Korrelation zwischen den Variablen „Häufigkeit bzw. Dauer von TV-Tätigkeiten“ und

„Bekanntheit“ gibt es nicht. Es kommt neben „Intensität und Frequenz der Bildschirmpräsenz“ als grundlegenden Voraussetzungen für Bekanntheit ebenso darauf an, ob man im „on“ oder aus dem „off“ berichten kann. Moderatoren besitzen damit klar bessere Chancen als Kommentatoren, bekannt zu werden und vor allem bekannt zu bleiben. Doch auch für Sport-Anchorman und Sport-Anchorwomen scheint es ein äußerst langwieriger Prozess zu sein, sich nennenswert und nachhaltig beim Rezipienten im Gedächtnis zu verankern. Für Kommentatoren ist das noch schwieriger. Die Reporter bleiben für die meisten Zuschauer sowie

so eher „unbekannte Wesen“. Aus Sicht des TV-Konsumenten lautet die Devise: Der Inhalt ist wichtiger als die Verpackung – und auf jeden Fall sehr viel wichtiger als die „Verpacker“.

Für das Publikum waren die Übertragungen der Vierschanzentournee bei der ARD deutlich attraktiver als die des ZDF. Daher könnte man die ZDF-Geste der zwei verschränkten Finger vor einem Auge als Hinweis auf die „bes-



Abb. 6: Erinnerung an Skisprung-Berichtersteller (n = 203)



seren Sehmöglichkeiten“ beim Zweiten nun also durch einen hochgestreckten Daumen als Symbol für den „klarerer Durchblick“ beim Ersten kontern – zumindest beim Skispringen hätte dies seine Berechtigung!

Endnoten

- 1 Vgl. Oediger (2009), S. 45.
- 2 Klewenhagen (2002), S. 31.
- 3 Vgl. Schaffrath (2001), S. 49; N. N. (2003), S. 15; Oedinger (2009), S. 45.
- 4 Vgl. Oediger (2009), S. 45.
- 5 Vgl. Schaffrath (2008a); Schaffrath (2008b).

Literatur

- KLEWENHAGEN, M. (2002): Hannawald zieht alle mit, in: Sponsor's, 2, S. 31.
 N. N. (2003): Siemens mobile 4-Schanzen-Tournee, in: Sponsor's, 2, S. 15.
 OEDINGER, F. (2009): Vierschanzentournee im Aufwind, in: Sponsor's, 2, S. 45.
 SCHAFFRATH, M. (2001): Die Formel 1 des Winters – ein Fernsehereignis und Werbe-Event, in: Medien Bulletin, 3, S. 48–51.
 SCHAFFRATH, M. (2002): Sportjournalismus in Deutschland, in: Schwier, J. (Hrsg.): Mediensport. Ein einführendes Handbuch, Schorndorf, S. 7–26.

- SCHAFFRATH, M. (2003): Mehr als 1:0! Bedeutung des Live-Kommentars bei Fußballübertragungen – eine explorative Fallstudie, in: Medien & Kommunikationswissenschaft, 1, S. 82–104.
 SCHAFFRATH, M. (2006): Spitzensport und Sportjournalismus. Empirische Studie zum Verständnis der Beziehungen zwischen zwei Subsystemen und Akteurguppen, Köln/Pulheim.
 SCHAFFRATH, M. (2008a): Mit dem Zweiten sah man besser, in: Journalist, 8, S. 42–44.
 SCHAFFRATH, M. (2008b): Phantome der Fußball-Oper, in: Fachjournalist, 4, S. 8–14.

Der Autor

Priv.-Doz. Dr. Michael Schaffrath, M. A., ist seit 2000 stellvertretender Leiter des Lehrstuhls für Sport, Medien und Kommunikation der TU München. Davor arbeitete er am Institut für Sportpublizistik der Deutschen Sporthochschule Köln, am Institut für Kommunikationswissenschaft der TU Dresden und am Institut für Angewandte Medienwissenschaft der Universität Lüneburg. Schaffrath war fünf Jahre als Sportjournalist tätig für WDR (Fernsehen und Hörfunk), RTL, Radio Antenne Münster, Sport-Informationsdienst, Heinsberger Zeitung und Aachener Nachrichten. Er ist Herausgeber der Schriftenreihe „Sportpublizistik“ und Autor zahlreicher Bücher, Fachaufsätze und Vorträge zu diversen Themen der Sportkommunikation.



Zwischen Story und Historie - Zur Situation des Geschichtsjournalismus in Deutschland



Deutschlands bekanntester Geschichtsjournalist: Prof. Dr. Guido Knopp

Quelle: picture-alliance / ZB, Fotograf: Karlheinz Schindler

Geschichte vielleicht aktueller als man glaubt? Und wie gehen die Medien mit ihr um? Gibt es einen „Fachjournalismus Geschichte“ – und wie wird er sich entwickeln?

Ganz gleich ob „Schliemanns Erben“, das neueste Buch von Guido Knopp, oder ein Kinofilm zum Jahrestag der Mondlandung – Geschichte boomt. In Zeiten weltweiter Medienflaute hat die Historie Hochkonjunktur. In Anlehnung an das „Superwahljahr“ haben Journalisten 2009 zum „Supergedenkjahr“ ausgerufen, so viel gibt es zu erinnern und zu feiern: 2000 Jahre ist sie jetzt beispielsweise her, jene Schlacht am Teutoburger Wald, in der unter Führung des Cheruskerfürsten Arminius die Germanen erstmals siegreich in Erscheinung traten. Doch auch der zweihundertfünzigste Geburtstag von Friedrich Schiller und der zweihundertste von Charles Darwin fordern ihren Gedenktribut. Nicht zu vergessen 60 Jahre Bundesrepublik Deutschland, 20 Jahre Mauerfall und 50 Jahre Barbie. Allerdings ist 2009 kein Einzelfall, kein einsamer Gipfel der Erinnerungskultur. Zwar häufen sich die Gedenktage tatsächlich etwas,

Zusammenfassung

Journalistisches Arbeiten über Geschichte ist eigentlich paradox: Schließlich soll Journalismus immer aktuell sein, und die Vergangenheit ist genau das nicht. Doch TV-Magazine wie „History“ im ZDF und Zeitschriften wie „GEO Epoche“ und „SPIEGEL Geschichte“ sprechen ein breites Publikum an – wie passt das zusammen? Ist