

ber. Festzustellen ist auch, dass sich für mehrere Absolventen Chancen und Perspektiven in der PR – hier vor allem in den Pressestellen technikorientierter Unternehmen und Verbände oder bei PR-Agenturen – und auf dem Gebiet der Technischen Dokumentation aufgetan haben.

Zugute kommt den Absolventen des Studiengangs in jedem Fall ihre Vielseitigkeit: Im Unterschied zum klassischen Wissenschaftsjournalismus sind die Einsatzgebiete der Technikjournalisten nicht auf Fachpublikationen oder spezielle Ressorts von Publikumsmedien beschränkt. Ausgebildet werden Journalisten am Beispiel des Themengebiets Technik – je nach

weiteren persönlichen Interessen und Kenntnissen sollen sie auch in der Lage sein, über angrenzende Themen zu berichten.

Der Autor

Prof. Andreas Schümchen lehrt Journalistik, insbesondere der Printmedien und Redaktionsmanagement, im Studiengang Technikjournalismus der Fachhochschule Bonn-Rhein-Sieg in Sankt Augustin. Er hat nach einem Studium der Germanistik, Medienwissenschaften, Psychologie und Kunstgeschichte (TU Berlin) ein Redaktionsvolontariat absolviert und war Redakteur und Chefredakteur der Fachzeitschrift „Medien Bulletin“ in München sowie Leiter des Referats „Publizistik und Kommunikation“ des Adolf-Grimme-Instituts, Marl. Er ist Autor und Herausgeber von mehreren Fachbüchern.

Kontakt: andreas.schuemchen@fh-bonn-rhein-sieg.de



Formatentwicklung im politischen Fernsehjournalismus

Zusammenfassung:

Immer noch ist das Fernsehen das Leitmedium in der Gesellschaft. Den Fernsehjournalisten und den politisch und gesellschaftlich relevanten Sendungen kommt deshalb besondere Bedeutung zu. Warum aber kürzt dann die ARD die politischen Magazine um ein Drittel ihrer Sendezeit? Waren die Fernseh-Wahl-Duelle im vergangenen Jahr der publizistischen Weisheit letzter Schluss? Wie sich der politische Fernsehjournalismus in Zeiten der Quotendiktatur, des audience-flow und der starren Fernsehformate entwickelt, untersucht der nachfolgende Beitrag und kommt zu dem Ergebnis, dass sich in den öffentlich-rechtlichen Sendern die Gewichte deutlich hin zu einem stärker an Unterhaltung und Fiktion orientierten Medium verschieben.

Stand. Stillstand. Bewegung?

Der politische Fernsehjournalismus hat ein turbulentes Jahr hinter sich. Die vorgezogenen Bundestagswahlen haben die Sender in einen wahren Rausch getrieben. Ein Forum jagte das nächste und mit dem Wahl-Duell steuerte auch die Personalisierung der Politik auf den medialen Höhepunkt zu. Ein Highlight war das Duell dann doch, vom Ende her gesehen, nicht. Es brachte das Erwartbare. Das Unerwartbare dagegen kam mit dem rabiatischen Agieren des Kanzlers in der „Elefantenrunde“ am Wahlabend. Dieser Auftritt sprengte die fernsehjournalistische Routine und

blieb als die dominierende Szene dieser Wahlen haften.

Die offen ausgetragene Auseinandersetzung zwischen Kanzler Schröder und ZDF-Chefredakteur Nikolaus Breder war auch Ausdruck des rauer gewordenen Klimas zwischen Medien und Politik. Nach den Wahlen kamen der Katzenjammer und die Kritik. Die widmete sich vor allem dem Umgang der Sender mit den Zahlen aus den zahlreichen Umfragen und Prognosen. Die waren ja von den Sendern nicht einfach berichtet worden, sondern mit ihnen heizten die politischen Berichterstatter ihren Nachrichtenbetrieb an, bis sie am Ende die Umfragen mit der politischen Wirklichkeit verwechselten.

Ins Blickfeld gerückt sind Fragen des politischen Fernsehjournalismus in diesem Jahr auch mit der Debatte um die klassischen ARD-Politikmagazine. Seit Jahresanfang sind die „Tagesthemen“ vorverlegt worden, den Politmagazinen wurde ein Drittel ihrer Sendezeit gestrichen. Die Konkurrenz mit dem ZDF um die Zuschauer und die Konstruktion eines audience flow sind offenbar wichtiger als die Magazine selbst. Klaus Bednarz, lange Jahre Leiter von „Monitor“, hat das mit den Worten kommentiert: „Nach meiner Einschätzung ist das eine zielgerichtete Amputation“.

Insgesamt ist das Fernsehen, das öffentlich-rechtliche zumal, im öffentlichen Ansehen gesunken. „Glotze aus!“ titelte der „Stern“ nun im August 2005 und diagnostizierte Langeweile, more

of the same auf allen Kanälen und „Mehr Frust als Lust“ auch für die Macher: „Sie jammern über Mutlosigkeit, Ideenmangel und Kostendruck“. Kritik und Unzufriedenheit mit dem Programm sind auch in den Sendern selbst zu hören, oft hinter vorgehaltener Hand, manchmal offen. So kritisierte jüngst der Leiter des ZDF-Büros in Hamburg, Knut Terjung, bei seinem Ausscheiden die wachsende Banalisierung des Programms. Er sei überzeugt, „dass so altmodische Themen wie journalistische Sorgfalt, kritische Wahrhaftigkeit und Zivilcourage gegenüber den Besserwissern weiterhin erstrebenswerte Maßstäbe sein sollten.“

Viele Sendungen, wenig Abwechslung

Rigide Quotenorientierung in den Redaktionen, mangelnde Innovations- und Risikobereitschaft, sinkende Programmqualität, die „Diktatur des audience flow“ (Friedrich Küppersbusch) und fehlende Flexibilität in den Programmschemata – das sind wesentliche Kritikpunkte, die in Diskussionen und bei Nachfragen an vorderster Stelle genannt werden.

An den Sendungsformen gemessen, bietet der politische Fernseh-Journalismus ein eher abwechslungsarmes Bild. Das Gerüst geben auf allen öffentlich-rechtlichen Sendern (Arte und 3Sat bleiben hier außer Betracht) die stets wiederkehrenden Nachrichten ab, in teils stündlichen Ausgaben. Bei den Dritten spielen Regionalnachrichten und Magazine am Vorabend die zentrale strukturierende Rolle. Mit einer fast schon monotonen Regelmäßigkeit trifft man in ARD, ZDF und den Dritten auf die klassischen Formate, auf die Wochentage verteilt. Bei den privaten Sendern ist die Sache noch übersichtlicher. Hier bedient „Spiegel-TV“ bei SAT.1 und VOX den politisch-journalistischen Part, dctp sorgt per Zwangslizenzierung für das Minimum an politischen Themen bei RTL. Ansonsten bilden auch hier die Nachrichtensendungen zur Primetime und zur Nachtzeit das journalistische Grundgerüst, ergänzt noch durch jeweils ein Boulevardmagazin.

Ist diese Konformität der politischen Realität und der gesellschaftliche Kommunikation noch angemessen, sind die Formate noch angemessen komplex? Deckt das Fernsehen die wichtigen poli-

tischen Themen, Vorgänge, Ereignisse überhaupt noch ab? Klassisches Beispiel: Wirtschaft. Das Thema spielt in der Politik die Schlüsselrolle – im Fernsehen finden wir Ökonomie fast nur als Verbraucherstory und als launige Börsenkurs-Blitzinfo wieder. Gibt es keine neuen Ideen und Vermittlungsformen für den politischen Fernsehjournalismus? Oder finden sie nur ihren Weg nicht ins Programm, behindert durch Personen, Strukturen und Sachzwänge? Wer und was bringt Ideen in die Programmplanung? Warum kommen die verschiedenen dokumentarischen Formen, die das Fernsehen ausgebildet hat, im politischen Fernsehjournalismus nicht an?

Produktionsstrukturen und Programmleistungen

Offiziell weisen die Sender den dokumentarischen Formen und der politischen Fernsehpublizistik viel Bedeutung zu. Nachrichten, Dokumentationen, Informationsprogramme im Allgemeinen gelten als Kern des öffentlich-rechtlichen Auftrags. Die Programmrealität ist widersprüchlicher. Die dokumentarischen Sendungen sind nicht nur ungleich auf die verschiedenen Sender verteilt. Es hat sich inzwischen auch eine Spaltung etabliert. Hier die scharf formatierten Hochglanzdokumentationen zur Primetime, dort die kostengünstig produzierten Dokumentationen, produziert nicht selten von Firmen, die von der Hand in den Mund leben.

Die Beziehungen zwischen Sendern, Autoren und Produzenten sind gerade für Programme mit politischer und gesellschaftlicher Relevanz wichtig. Das zeigt eine Studie des Forschungsinstituts Formatt über die Produktionslandschaft 2003 bis 2004. Danach sind Informationsprogramme der volumenstärkste Teil der Auftragsproduktion, mit einem Anteil von rund 40 Prozent der Gesamtproduktion. Dabei werden „journalistische Langformate“ besonders von kleineren Produzenten auf dem Markt hergestellt, die häufig über ein zu geringes Auftragsvolumen klagen. Dabei existieren deutliche Systemunterschiede. Nachrichten und Magazine stellen die Sender in der Regel als Eigenproduktion selbst her, jedenfalls die öffentlich-rechtlichen. Die privaten Sender dagegen vergeben Auftragsproduktionen für Informationsformate,

„Die meisten politischen Fernsehformate decken wichtige Themen nicht mehr ab. Sie bilden die politische Realität in wichtigen Sektoren nicht angemessen und nicht ausreichend komplex ab. Das gilt besonders für Themen aus der Wirtschaft.“

es gibt kaum Eigenproduktionen. Der Medienforscher Horst Röper spricht von einer „Tagelöhnerbranche.“

Exakte Erkenntnisse über die Produktionslandschaft liefert die Marktstudie „Dokumentarische Produktion in Film und Fernsehen“ von HMR International. Die Studie diagnostiziert eine widersprüchliche Lage, einerseits ein Aufschwung der nichtfiktionalen Programme auf allen Ebenen, andererseits festgefahrene Strukturen. Einem hohen Auftragsvolumen und einer Ausweitung der Programmflächen stünden latent unterfinanzierte Produktionsfirmen gegenüber. Es handle sich um „einseitige Marktverhältnisse“ in denen die Sender als Auftraggeber und Produzenten die Spielregeln bestimmen, während auf den Produzenten immer stärkerer wirtschaftlicher Druck lastet. Die Sender diktieren nicht nur die vertraglichen Bedingungen, sie verwandeln über die formatierten Programme die Autoren auch in Zulieferer und Dienstleister. Deren Aufgabe besteht dann darin, auf dem Reißbrett entworfene Dramaturgien und Konzepte umzusetzen.

Die Studie empfiehlt Kostenentlastung durch Neuregelung der Verwertungsrechte und Wiederholungshonorare. Bisher dominiert immer noch weitgehend der „Total-Buy-Out“, bei dem mit der Finanzierung sämtliche Rechte an den Sender abgegeben werden.

Informations- und Themenprofile

Wie steht es um die Inhalte politischer Programme? Eine Analyse für das Jahr 2004 liefert die Untersuchung „Sparten, Sendungsformen und Inhalte im deutschen Fernsehangebot“ von Udo Michael Krüger. Danach kommen ARD und ZDF auf einen deutlich höheren Anteil bei den Informationssendungen: Die öffentlich-rechtlichen Sender räumen den Magazinen, Nachrichten, Dokumentationen, Berichten und Reportagen höhere Sendezeitanteile ein und gewichten diese Formen gleichmäßiger als die privaten Sender. Die Privatsender bestreiten ihre Nonfiktions-Angebote hauptsächlich mit Magazinen, Talks und Doku-Formaten. Ähnliches gilt auch für die Themenprofile deutscher Fernsehnachrichten.

Insgesamt vermerkt die Studie, dass Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zwei Drittel

„In den Dokumentationen von ARD und ZDF in der Primetime spielen wichtige soziale Themen, wie sie beispielsweise den Wahlkampf bestimmten, kaum eine Rolle.“

der Nachrichten dominieren. TV-Nachrichten spiegeln das politische Geschehen aktuell und zeitnäher als andere Sendungen. Aus ihnen kann man auch die politische Agenda ablesen, auch dort, wo sie sie selbst mitgestalten. In welchem Maße gleichen die Dokumentationen dem Nachrichten-Muster? Finden sich in den anderen politisch und gesellschaftlich relevanten Informationsprogrammen ähnliche Gewichtungen?

Einige Antworten liefert eine Studie der Landesmedienanstalten (ALM) „Fernsehen in Deutschland 2003 - 2004“. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass 2004 bei ARD und ZDF politische Themen im Rang hinter die nichtpolitischen Sachthemen

zurückgefallen sind. Die Studie führt dies auf die nachlassende Wirkung der Irak-Berichterstattung zurück. Auch die Berichterstattung über im engen Sinne politische Themen hat bei ARD und ZDF abgenommen ebenso wie die Zahl der kontroversen Themen aus Wirtschaft und Gesellschaft. Dabei zeigt sich auch, wie gering der Anteil insgesamt etwa an Wirtschaftsthemen ist. Die Medienforscher konstatieren einen „generellen Trend“ hin zur „Sach- und Lebensweltpublizistik“ mit Alltagsthemen wie Hausbau, Polizei, Autohandel, Kontrolle und dergleichen.

Die Strukturen

Das starre Programmschema, die ausschließliche Orientierung auf Quote und die im audience flow verewigte Angst vor dem wegzappenden Zuschauer sind zentrale strukturelle Bedingungen. Sie verändern auch vorhandene Programme, wie sich an der Kürzung der Sendezeit für die ARD-Politmagazine zeigt. Was den politischen Magazinen nunmehr hinten an Sendezeit fehlt, können sie vorne nicht wieder aufholen. Es ist einfach kein Platz.

Auch in den hinteren Ecken der zweiten Primetime, nach „Tagesthemen“ oder „heute-journal“, sind die Spielmöglichkeiten gering. Die Talks von Kerner und Beckmann liegen wie unüberwindliche Riegel im Programm. Davor sind nur Formate möglich mit einer Länge von 45 oder 30 Minuten. Was keine Normgröße hat, wird verschoben in die nach hinten offene Nachtschlafskala: Typisches Beispiel ist das „Kleine Fernsehspiel“ im ZDF mit seinen oft gesellschaftlich

und politisch relevanten Geschichten. Nur einige wenige Sender haben sich etwas Raum zurückerobert, der WDR etwa mit „WDR-Dok“, wo am Freitagabend auch nicht-formatierte Programme laufen können. Entsprechend haben neue Sendungen nur dann eine Chance, wenn bereits vorhandene Sendungen wegfallen. Es gibt keine offenen Stellen im System, kein Terrain zum Ausprobieren, kein Laboratorium zum Experimentieren.

Hierarchien und Innovation

Allerdings: Sender müssten erst einmal „überhaupt modernisieren wollen“, sagt Rolf Schlenker (SWR). Es mache „einen Riesenunterschied, ob Innovation von oben gewollt, gefördert und auch ständig eingefordert wird oder ob innovative Vorschläge als lästige Fliegen begriffen werden, die ständig bestehendes Programmvermögen umschwirren und gezielt Sendestrecken zu attackieren suchen.“

Oft sorgen strukturelle Hindernisse dafür, dass Programm-Ideen sich schwer umsetzen lassen. Es fehlen Entwicklungsetats, selten gibt es Geld für Pilotsendungen. Ideen bleiben auf dem Dienstweg stecken. Hierarchien, Ressortzuschnitte und Zuständigkeiten bilden nicht unbedingt die Notwendigkeiten und Möglichkeiten moderner Programmgestaltung ab. Manche gute Idee findet kein passendes Ressort. Interdisziplinäre Zusammenarbeit ist in den Sendern keineswegs weit verbreitet, Konkurrenzdenken oft vorherrschend. Öffnungen über Ressortgrenzen, flexiblere Arbeitseinheiten, Entwicklungsetats und institutionalisierte Formen, in denen Kreativität und Ideenfindung sich entwickeln können, lauten die häufig genannten Gesichtspunkte. Ebenso Bürokratisierung als Folge des starken Erfolgsdrucks. Damit nimmt auch der Aufwand für Kontrollen und Überprüfungen zu.

Die Primetime-Dokumentationen

Die dokumentarischen Sende-Plätze in der Primetime (ARD Montag, 21.45 Uhr; ZDF Dienstag, 20.15 Uhr) werden von den Sendern gern als Ausweis ihres Interesses am Dokumentarischen und an gesellschaftlich relevanten Formaten dargestellt. Dabei sollen die Produktionen hochwertig sein und eine zweistellige Quote einspielen.

Auf dem ARD-Sendeplatz am Montag finden sich hauptsächlich Mehrteiler. Einzelstücke sind mit sechs Terminen in der Minderzahl. Inhaltlich liegt ein Schwergewicht auf Zeitgeschichte. Diese Orientierung ist vor allem der Jahrestagskultur und dem 60. Jahrestag des Kriegsendes geschuldet. Viele Themen sind nur von latenter Aktualität – offenbar versuchen die Planer mit Sendungen wie „Legenden“ oder den beiden „Living-History“-Formaten auf Nummer Sicher zu gehen. Keinen Platz mehr finden journalistisch-investigative Themen zum Beispiel aus der Innenpolitik, der Wirtschaft, der Justiz. Filme aus der WDR-Reihe „Die Story“, einem investigativen Format, wurden 2003 und 2004 noch regelmäßig auf diesem Sendeplatz ausgestrahlt, 2005 tauchten sie hier nicht mehr auf.

Am Mittwoch findet man Dokumentationen und Reportagen in der ARD meist ab 23.00 Uhr, darunter auch Filme mit politischer Aktualität. Vergleicht man die Stoffwahl auf diesem Sendeplatz mit den Themen, die etwa im Wahlkampf 2005 eine Rolle gespielt haben – Arbeitslosigkeit, Gesundheitswesen, Ausbildung, sozialer Absturz der Mittelschichten – dann kann die Diagnose nur

lauten: Von der politischen und gesellschaftlichen Realität hält sich die ARD auf ihrem wichtigsten und publikumsträchtigen Dokumentationstermin ziemlich fern.

Einen vergleichbaren Sendeplatz hat das ZDF am Dienstag um 20.15 Uhr eingerichtet. Auch dieser Platz wird mit Hochglanz-Dokumentationen

bespielt, von unterschiedlichen Redaktionen; die Redaktion Zeitgeschichte unter Guido Knopp ist stark vertreten.

Wie die ARD setzt auch das ZDF mehrheitlich auf Mehrteiler, dazwischen sind lange zeitgeschichtliche Doku-Dramen, wie etwa „Das Drama von Dresden“, oder „Hiroshima“ platziert. Neben der Zeitgeschichte fällt eine Vorliebe für Reisereportagen auf. Soziales dagegen findet sich selten, investigative Dokumentationen, direkt politische Stoffe, riskante oder strittige Themen gar nicht.

Talk: Aufsteiger, Absteiger

Talksendungen sind im Fernsehen verbreitet wie andernorts die Grippe – als politischer Talk

„Von der politischen und gesellschaftlichen Realität halten ARD und ZDF sich auf ihren wichtigen und publikumsträchtigen Dokumentationsterminen ziemlich fern.“

wie „Sabine Christiansen“, „Berlin Mitte“ und „Hart, aber fair“ oder als gemütliche Plauderstunde bei Kerner oder Beckmann. Talks spielen auch in den kleinen Sendern eine große Rolle. Talkshows sind nach Ansicht von Friedrich Küppersbusch die bestimmende Form unter den politischen Sendungen geworden und wirksamer als die politischen Magazine. Die Spielarten changieren zwischen dem klassisch-einfachen Interview und der großen politischen Runde, auf der die politische Agenda ausgehandelt wird.

Als innovativer journalistischer Talk gilt die WDR-Sendung „Hart, aber fair – das Reizthema“. Frank Plasberg hat einige neue Elemente eingeführt, vor allem die eigentlich selbstverständliche journalistische Tugend des hartnäckigen Nachfragens und den situativ eingesetzten Einspielfilm, der politische Aussagen mit Statements aus dem Archiv konfrontiert. „Hart, aber fair“ besetzt auch seine Podien nicht nach dem politischen Mehrheitsprinzip und bezieht Zuschauer im Studio und Anrufer in die Sendung mit ein. Auch in den Sendern selbst gilt dieser Typ eines wieder stärker konfrontativ arbeitenden Journalismus als vorbildlich. Dass die Sendung auch die Diskussion demokratisiert, wird weniger wahrgenommen.

Magazine: Das Erwartbare

Die Geschichte der Politmagazine speziell in der ARD lässt sich auch beschreiben als eine Geschichte der permanenten Verschiebung. Es gibt wenige Sendeplätze in der Primetime, die im Lauf der Jahre nicht ausprobiert wurden. Die Geschichte der ARD-Magazine ist auch eine Geschichte der politischen Einflussnahme, und zwar gegenseitig: Als Versuch der Magazinmacher, die Politik zu beeinflussen und als Versuch der Politik, die Magazine und ihre politische Haltung zu beeinflussen. So war „Monitor“ einst eine Gegenründung zu „Panorama“ vom NDR, das in der Politik und im WDR als politisch links und unbequem galt; dies hat sich später umgedreht.

Wenn die Polit-Magazine heute an Wirksamkeit verloren haben, liegt das nicht nur am Erfolg der Talksendungen. Entpolitisierung und Alarmismus haben auch hier Einzug gehalten, teils offen, teils verschämt greift gelegentlich auch der Boulevard Platz. Zweifellos mussten sie sich in den Themen auch anpassen. „Monitor“ etwa hat Umwelt- und Bürgerrechtsthemen adaptiert. Die sinkende politische Bedeutung ist auch der Poli-

tik zu verdanken. Schon lange klagten attackierte Politiker nicht mehr auf Gegendarstellung, Totschweigen ist erfolgreicher. Für Interviews stehen die meisten nicht zur Verfügung. Talkshows sind unkomplizierter.

Rund um die Politmagazine ist die bunte Welt der Magazine geradezu explodiert. Auch die Privatsender arbeiten mit dieser Form. Magazine laufen in allen Ressorts. Neben den klassischen spielen die Boulevard-Magazine eine wichtige Rolle. Es gibt sie in öffentlich-rechtlicher wie in privater Ausgabe. Als Form sind die Fernseh-Magazine ausgereift und in ihren Strukturen festgeschrieben. Sie werden meist moderiert, die Beiträge sind zwischen vier und acht Minuten lang, die Themen meist bunt gemischt, auch nach schweren und leichten Problemlagen, etwa bei den Auslandsmagazinen. Vom Magazin weiß der Zuschauer, was er zu erwarten hat.

Es gibt deshalb zurzeit auch keine Experimente mit der Magazinform – sieht man einmal von dem Versuch des WDR ab, mit „Kanzlerbungalow“ Jugendliche anzusprechen. Die Sendung ist inzwischen wieder eingestellt. „Polylux“ in der ARD ist im Ton insgesamt frecher und auch auf ein jüngeres Publikum eingestellt, bleibt aber grundsätzlich im Rahmen der Magazinform. Eine Chance hätte die Programmreform der ARD geboten, etwa mit dem Vorschlag des WDR, Sendezeiten zusammenzulegen und weniger Magazinausgaben jeweils auf 60 Minuten zu verlängern. Die Reportage hätte etwas mehr Raum bekommen können, das Porträt oder der Essay. Die Magazine hätten gestalterischen Spielraum, Vielfalt und Attraktivität gewinnen können. Die Chance wurde vertan.

Reportage: Das Geläufige

Reportagen werden sowohl bei den öffentlich-rechtlichen Sendern wie auch bei den Privaten in größeren Mengen ausgestrahlt. Als genuine journalistische Form nimmt die Reportage – meist als Kurzreportage – einen wichtigen Platz in den Dritten Programmen ein, vor allem im Regionalen. Allerdings gilt auch hier: Themen aus Arbeit und Wirtschaft werden seltener aufgegriffen und Servicesendungen aller Art dominieren. Eine Besonderheit ist im WDR die wochentägliche halbstündige Reportagestrecke unter dem Titel „Hier und Heute“ – etwas Vergleichbares senden andere Dritte nicht. Noch nicht zu überschauen ist, welche Rolle für Form und Inhalt der regio-

nalen Reportagen „Videoreporter“ spielen, wie sie beim HR, aber auch bei anderen Sendern, eingesetzt werden. Sie agieren als schnelle Einmann-Eingreiftruppe, sollen unmittelbar, direkt und spontan berichten, sparen den Sendern freilich auch Kosten und treiben die Autoren in höhere Selbstausschüttung.

In der ARD ist das einschlägige Reportage-Format zur Primetime „ARD-Exklusiv“ nach einer fast halbjährigen Pause wieder fest im Programm. Das ZDF praktiziert das Genre zur Primetime mit „ZDFreporter“. Die Sendung ist als Reportage-Magazin eine Mischform und hat mit den geläufigen Rotlicht- und Blaulichtthemen bereits die 150. Ausgabe hinter sich.

Bei den Privatsendern ist die Reportage ein beliebtes Genre. RTL hat am Sonntag etwa um 23.00 Uhr einen festen Reportagetermin programmiert. Die Stücke bewegen sich mit ihren Geschichten in der gesellschaftlichen Wirklichkeit, im klassischen Zugang: Ein Reporter macht sich auf an einen interessanten Ort, in ein soziales Feld, in eine spannende Konfliktlage oder in soziale und gesellschaftliche Räume, in die Zuschauer normalerweise nicht hineinkommen: Kinderintensivstation, Flughafen bei Nacht, Kreuzfahrt.

Auf SAT.1 ist am Montagabend die „Spiegel-TV-Reportage“ platziert. Sie wird aktuell von einem Reporterpool mit Beiträgen bespielt. Der Sender achtet auf den audience flow und koppelt die „Spiegel-TV-Reportage“ an eigene Formate. Wirklich schwierige Themen oder Investigation und Recherche wird man vergeblich suchen. Die „Spiegel-TV“-Formate sind zwar insgesamt journalistischer im Anspruch und auch qualitativ in der Umsetzung. Aber dank der Alleinstellung als Informationsprogramm-Beschaffer für die Privaten wirken auch sie inzwischen saturiert und in den formalen Mitteln festgefahren. Riskiert wird nichts, ausprobiert auch nicht. „Spiegel-TV“ weiß, was „Gucker“ wünschen.

Auswege, Umwege

Mit der Formatierung der dokumentarischen Programme werden feste Genre-Grenzen durchlässig. „Reality Formate“ sind in den letzten Jahren schnell aufgestiegen und zeigen Wirkung auf das gesamte Programm und auf einzelne Formate.

Über längere Zeit erfolgreich erwiesen sich Rollentausch-Formate: Wechsel der Familien oder Wechsel der Berufe. Sie wurden meist auf Privatsendern ausprobiert, die sie wiederum von britischen oder amerikanischen Produzenten übernommen haben. Im Lauf der Zeit sind die Geschichten konfliktreicher konstruiert worden. Andere Format-Modelle stellen Teilnehmer in eine Bewährungsprobe, meist in Form eines Wettbewerbsspiels. Inzwischen gehen diese Reality-Formate stärker in Richtung Service, Dienstleistung und unmittelbare Lebenshilfe – kalkulieren dabei aber immer auch mit einem möglichen Faktor Häme, bei den Heimwerker-Dokus ebenso wie bei „Bauer sucht Frau“.

Im Zentrum dieser Sozial-Formate geht es um mehr als bloße Unterhaltung. Hier wird menschliches Verhalten auf den Prüfstand des Fernsehpublikums gestellt. Eingetüchtelt werden

die neuen deutschen Sekundärtugenden: Flexibilität, Veränderungsbereitschaft, Anpassung an veränderte soziale Lagen, Bescheidenheit in den Ansprüchen, Teamgeist und soziale Kompetenz.

In diesem Sinne orchestrieren

diese Formate die Lage der Gesellschaft zwischen Hartz IV und Pisa. Versteht sich von selbst, dass sie damit dem Publikum nicht kritisch kommen, sondern nur mit Unterhaltungszoff und Unterhaltungszoff am Erfahrungshaushalt der Zuschauer andocken wollen. Darin sind die kommerziellen Sender den öffentlich-rechtlichen Sendern voraus – etwa in dem Sinne, in dem auch die „Bild“-Zeitung und die Boulevard-Presse oft in Sprache und Themen näher an der Lebenswelt und den Interessen der Menschen dran ist, als die distinktierten Beobachter des bürgerlichen Heldenlebens.

Im Reich der Fiktionen

Es gehört zu den erstaunlichen Phänomenen, dass in den letzten Jahren politische Stoffe von den journalistischen Formaten weggewandert und in die Fiktion eingewandert sind.

Das Fiktionalisieren dokumentarischer Stoffe ist vor allem im Geschichtsfernsehen üblich geworden. Hier ist „Re-Enactment“, das Nachstellen von Szenen, eine gängige, kaum mehr hinterfragte Darstellungsmethode. Sie wird eingesetzt, um die auf Spielfilmdramaturgien geeich-

„Das Fernsehen übernimmt Schritt für Schritt die Interpretationshoheit und überzieht alles Reale mit einem Netzwerk von Fiktionen.“

ten Zuschauer mit gewohnten Erzählweisen am Sender zu halten.

Auf politische Stoffe hat das ZDF bisher diese Methode in einem neuen Format angewandt. „Tag X – Terror über Deutschland“ war eine Mischform aus moderierter Diskussionsrunde, publizistischer Information und fiktiver Dokumentation. Spielelemente und authentische Studioumgebung wechseln ab. Die Spannung folgt aber nicht der Logik der antizipierten Ereignisse, sondern den Effekten des fiktionalen Erzählens und des künstlichen Spannungsaufbaus. So sichert die Angstmacher-Dramaturgie den audience flow.

Auch auf dem unmittelbaren Feld der Politik greift die Fiktionalisierung um sich. Das Wahlduell etwa ist ein rein virtuelles Arrangement und aus dem Kino bekannt: Mann gegen Mann. High Noon im Westen – die Reduktion des Begriffs von Politik auf ein Fernsehformat und eine unterentwickelte Form von Politainment.

Da darf man sich nicht wundern, dass die fiktionale Unterhaltungsbranche nach politischen Stoffen greift. Als Fernsehfilm kam erst „Küss mich Kanzler“ mit der Putzfrauen-Affäre, eine Aschenputtel-Version von Politik. Im ARD-Fernsehfilm „Spiele der Macht – 11011 Berlin“ gab Manfred Zapatka einen Kanzler, der zerquält durch das Politgetriebe rudert. Das ZDF schließlich setzte mit dem Mehrteiler „Kanzleramt“ den Gipfelpunkt. Was dokumentarische und journalistische Arbeit nicht mehr schaffte, sollte die Fiktion auf spielerische Weise zeigen: die Spiele der Macht, den Kampf der Interessen, die Intrige und das Private.

So übernimmt das Fernsehen Schritt für Schritt die Interpretationshoheit und überzieht alles Reale mit einem Netzwerk von Fiktionen. Es setzt Charakterfragen an die Stelle von politischen Programmen, Intrigen an die Stelle widerstreitender Interessen und erklärt Macht zu einer Kategorie des Psychologischen. Es erzählt in den standardisierten Modellen von Konflikt, Spannung und Kolportage, mit zwei Schicksalen pro Folge und einem Stakkato laut lärmender Aufregungen. Deshalb wirken die Fernsehkommissare als Kanzler so vertraut. Fernsehen hat Politik so lange personalisiert, dass es jetzt anfangen kann, Politiker zu fiktionalisieren.

Den Firnis des Fiktionalen findet man auch in Details wieder. Zum Ende des Wahlkampfs änderte „Sabine Christiansen“ das äußere

Erscheinungsbild, nicht auffällig, aber bezeichnend. Früher war die Sendung real in Berlin eingebunden, deutlich sichtbar. Man konnte aus der „blauen Kugel“ nach draußen auf die Gedächtniskirche sehen. Jetzt schaut man auf ein Bühnenbild, eine projizierte Collage aus Reichstag und Kanzleramt. Damit behauptet die Szenerie, nicht nur in Berlin zu sein, sondern vor allem eins: ganz nah an der Politik.

Einen ähnlichen Gesamteindruck hinterließ der Wahlkampf insgesamt. Die großen Sender, wie gezeigt, tun sich schwer mit Themen, die die Menschen bewegen, aber mit Veranstaltungen zum Wahlkampf haben sie sich geradezu überschlagen. Sie haben die Zuschauer mit einer nie da gewesenen Fülle von Sendungen konfrontiert, sie informiert und mit Politikern debattiert – das ist nicht zu kritisieren. Eines mussten sie dabei freilich nicht: die Studios verlassen. Im Gegenteil: Wie ein riesiger Staubsauger haben sie alle Beteiligten in ihre Kulissen und vor ihre Stehpulte gezogen: Experten und Publikum, Probleme und Politiker, Wahlforscher und Trendseher. Dann warfen sie alle in die Arena, veranstalteten mit ihnen Haupt- und Nebenduelle, Dreikämpfe und Favoritenrunden, gaben den Wahlcheck, das Hearing oder die Talkshow. Am Ende hielten einige Politiker sogar noch Stefan Raabs Kasperletheater für einen sachdienlichen Zugang zu potenziellen Wählern.

Der Autor:

Fritz Wolf arbeitet als freier Journalist für Printmedien und Hörfunk mit dem Fachgebiet Medien. Er ist Mitglied der Jury des Grimme-Preises, der Duisburger Filmwoche und des Baden-Württembergischen Dokumentarfilmpreises. 2000 erhielt er den Bert Donnep-Preis für Medienpublizistik. 2003 erschien die Studie „Alles Doku – oder was?“, in Zusammenarbeit mit dem Adolf-Grimme-Institut und der Landesmedienanstalt Nordrhein-Westfalen. Sie wurde fortgeschrieben in den Publikationen „Trends und Perspektiven für die dokumentarische Form im Fernsehen“ (2005) für das Haus des Dokumentarfilms und „Formatentwicklung im politischen Fernsehjournalismus“ (2005) im Auftrag des 10. MainzerMedienDisputs.

Kontakt: www.dasmedienbuero.de

