

## Geert Müller-Gerbes: Einschaltquoten trotz Programmqualität

Das Fernsehen in Deutschland leidet unter akutem Ideenmangel. Zweierlei gilt es in diesem Zusammenhang zu untersuchen:

1. Was sind die Gründe für den Ideenmangel?
2. Welches sind die Folgen dieser Mangelsituation?

In Deutschland gibt es eine lange Tradition der Trennung von U und E. U ist unernsthaft und E ernsthaft. U ist schlecht, E ist gut; U ist von vornherein von niedrigem Niveau, E schwebt ganz oben; U wird von Deppen produziert, E von der Intelligenz. Diese alberne Unterscheidung zwischen Unterhaltung und Ernsthaftigkeit ist in der Zwischenzeit zwar noch immer nicht überwunden, in ihrer Unsinnigkeit jedoch erkannt.

Die Überbetonung des sogenannten Ernsthaften gegenüber dem, was „nur“ Unterhaltung ist, hat dazu geführt, daß in Deutschland auf Schauspielschulen, in Seminaren und anderen Bildungseinrichtungen sehr wohl der Bereich E gelehrt wurde, nicht aber der Bereich U. Daher kommt es wohl, daß wir in unserem Land im offiziellen Kulturbetrieb ein Überangebot im klassisch-ernsthaften Bereich zu verzeichnen haben, daß aber alles Unterhaltende, Boulevardeske, Erheiternde nur mit Mühe und großem finanziellen Risiko sich einen Weg bahnen kann. Es liegt auf der Hand, daß aus diesen Gründen in Deutschland praktisch keinerlei Wurzeln für diesen Bereich vorhanden sind. Gleichwohl gibt es aber ein lebhaftes Publikumsinteresse an Unterhaltung im breitesten Sinn. Boulevard-Theater sind voll, Kabarettisten erfreuen sich lebhafter Nachfrage, Live-Erlebnisse in diesem Bereich sind gefragt. Offenbar macht es aber Schwierigkeiten, diesem Sachverhalt in geeigneter Form im Fernsehen eine Entsprechung zu geben.

Aus dieser Mangelsituation haben insbesondere private Fernsehanstalten die Konsequenz gezogen, das Unterhaltungsangebot nach Vorbildern aus anderen Ländern auszurichten. In einem der großen Anbieter fällt die Überbetonung amerikanischer und holländischer Vorbilder auf. Als Gegenstück reicht deutsches Bauerntheater nicht aus. Es erscheint zum gegenwärtigen Zeitpunkt schlechterdings unmöglich, daß private Fernsehanbieter diesem Mangel von sich aus abhelfen, wenn sie aus Amerika Sitcoms, Serien und anderes auf dem Lizenzwege übernehmen können und ihr Angebot damit ausstatten. Solange dieses Verfahren Einschaltquoten bringt, ergibt sich keine Notwendigkeit, die Produktion von Unterhaltung mit Niveau in Deutschland voranzutreiben.

Auch die Sendung „Wie bitte?“ ist ein Importstück. Sie basiert auf der Lizenz der britischen BBC. Dort heißt „Wie bitte?“ „That's life“. Die holländische Version „Og dat noch“ ist ebenfalls eine Lizenz der BBC. „Wie bitte?“ versucht, die Sorgen und Nöte des Normalbürgers mit Ämtern, Institutionen, Versicherungen, Behörden, Polizei, Post u. a. schauspielerisch-kabarettistisch so aufzubereiten, daß die Fälle in szenischer Darstellung beim Zuschauer ein Miterleben können erzeugen. Der Betrachter erkennt sich wieder, fühlt sich in seinem eigenen Problem erkannt und verstanden und kann dennoch lachen. Diese Art der Präsentation ist Infotainment im besten Sinne und stellt im Gegensatz zu „Reality TV“ Wirklichkeit dar – ist Wirklichkeit.

„Wie bitte?“ verlangt vom Zuschauer genaues Hinsehen und genaues Zuhören. Ums so erstaunlicher ist die Einschaltquote zwischen drei und vier Millionen am Freitagabend nach 22 Uhr. Diese anspruchsvolle Sendung hat sich – nach Anfangsschwierigkeiten – durch Qualität und Wahrhaftigkeit einen Sendeplatz nicht nur beim Stammpublikum erobert. Die wöchentliche Zahl von 2.000 Zuschriften zeigt, daß diese Sendung nicht nur ins Schwarze trifft, sondern auch eine Lücke schließt.

Wenn sich also, wie im Falle von „Wie bitte?“ nachweisbar Unterhaltung und Information ergänzen und verbinden, ergibt sich eine qualitativ anspruchsvolle Sendung, die ohne erhobenen Zeigefinger Informationen in spielerischer und unterhaltender Weise vermittelt. Dabei wird der Anspruch auf Seriosität keineswegs aufgegeben, im Gegenteil.

Die bei der Sendung „Wie bitte?“ beteiligten Schauspieler sind allesamt hochdisziplinierte Profis, die innerhalb kürzester Zeit die Möglichkeiten des Bildschirms für den Transport einer Botschaft in überraschender Weise auszuschöpfen gelernt haben. Die Sendeform von „Wie bitte?“ ist im deutschen Fernsehen einmalig und erscheint als gelungener Versuch, eine Lizenz aus England auf deutsche Verhältnisse umzumünzen. Es ist also nicht die 1:1-Übernahme einer Serie, wie wir es bei amerikanischen Vorbildern hier und da erleben können, sondern es ist die Aufnahme einer Idee und deren Umsetzung in solche Umfelder, die der deutsche Zuschauer verstehen kann.

Wenn es in der Zukunft gelänge, Vorbilder aus anderen Ländern so aufzutreiben, daß die Idee zwar bestehen bleibt, aber mit den Erfahrungen der deutschen Zuschauer unterfüttert werden kann, dann wäre zumindest ein erster Schritt in eine berechenbare Akzeptanz von Fernsehunterhaltung im deutschen Fernsehen getan.

Wenn es zudem gelänge, Ideen auch in Deutschland selbst zu entwickeln, was nach solchen Erfahrungen durchaus möglich erscheint, dann wäre geradezu ein Idealzustand erreicht. Alle Fernsehmacher wissen um die Beschränktheit der Zahl kreativer Köpfe im deutschen Fernsehen. Es sind immer wieder dieselben Autoren und Regisseure, auf die die Verantwortlichen zurückgreifen. Das muß nicht sein.

Wer angesichts der heutigen Fernsehentwicklung behauptet, Unterhaltung sei gleichzusetzen mit Verdummung, mit Entfremdung, mit dem Ausbeuten niedriger Instinkte, der hat das Grundprinzip von Unterhaltung nicht begriffen. Der erhobene Zeigefinger des Bundeskanzlers erzeugt im günstigsten Fall ein Zapping des gerade eingeschalteten Senders auf der Suche nach Alternativen. Ein Bundeskanzler in einer Unterhaltungssendung, die ihm Gelegenheit gibt, seine Botschaft in einem anderen als dem gewohnten Umfeld unterzubringen, erzeugt Neugier. Bundeskanzler Schmidt hat in einer Regierungserklärung 1974 am Schluß in der ihm eigenen Diktion mitgeteilt, daß auch gelacht werden dürfe. Es wußte bloß keiner, worüber. Diesen Grundkonflikt aufzubrechen, ist sicherlich auch Aufgabe des Fernsehens.

Fernsehunterhaltung ist Teil unseres Alltags. Fernsehunterhaltung kann sowohl in die Hirne als auch in die Herzen der Menschen eindringen. Insoweit ist Fernsehunterhaltung auch politische Kultur. Wer dies mißachtet und nur der reinen

Lehre der Übermittlung politischer Inhalte das Wort redet, wird auf die Dauer am Publikum vorbei argumentieren. Politische Inhalte werden nicht dadurch glaubwürdig, daß man sie ernsthaft vorträgt. Mangelnde Seriosität kann aber auch nicht dadurch verdeckt werden, daß man eine lockere Präsentationsform sucht. Die Angelsachsen kennen für die von ihnen gewählte Darstellungsform das dreibuchstabige Wort „wit“. Es wird im Deutschen nur unvollkommen mit Witz übersetzt. Hier können wir lernen. Grundsätzlich gilt, daß schlechte Unterhaltungsprogramme nicht Garanten hoher Einschaltquoten sind. In manchen privaten Fernsehanstalten ist man überrascht, daß selbst mit „guten“ Unterhaltungsprogrammen Einschaltquoten erzielt werden können.

Grundsätzlich gilt aber auch, daß kein Publikum so dumm ist, wie es offenbar von manchen Politikern und manchen Programmachern eingeschätzt wird.