

Neue Bühnen, neue Risiken

Chancen und Kontingenzen der Selbstinszenierung politischer Akteure in Kabarett-, Satire- und Comedyformaten des deutschen Fernsehens

Von Ludgera Vogt und Matthias Bandtel

Zusammenfassung: Die politische Medienöffentlichkeit Deutschlands hat seit einigen Jahren eine neue Facette dazugewonnen, die andere Formen der politischen Kommunikation kultiviert. Gemeint sind neue Fernsehformate, die sich zwischen traditioneller Talkshow, Satire, Comedy und Spielsendungen bewegen. In der Zeit des Bundestagswahlkampfes 2013 erreichten Sendereihen wie die *heute-show* (ZDF), *Pelzig hält sich* (ZDF), *Stuckrad-Barre* (Tele 5), *Absolute Mehrheit* (Pro7), *Circus HalliGalli* (Pro7) und *TV total* (Pro7) eine erhebliche Relevanz. Der Beitrag präsentiert Ergebnisse eines qualitativ-empirischen Forschungsprojekts. Anhand von problemzentrierten Interviews mit Politikern sowie Moderatoren, Redakteuren und Produzenten der genannten Sendereihen werden die unterschiedlichen und teilweise konfligierenden Handlungslogiken von Politik- und Medienakteuren rekonstruiert. Auf diese Weise wird die heterogene deutsche Satiretalklandschaft aus der Perspektive des Feldes systematisiert. Ferner zeigen die Befunde, welche Chancen und Risiken politische Akteure bei Auftritten in humorvollen Politikformaten wahrnehmen und welche Inszenierungsstrategien sie als erfolgversprechend ansehen.

1. Einleitung und Forschungsstand

Die politische Medienöffentlichkeit Deutschlands durchläuft derzeit einen interessanten Wandel. Im Gefolge von gesellschaftlichen Modernisierungsprozessen sowie der Umstellung des Mediensystems auf eine duale Rundfunkordnung hatte sich in den 1990er-Jahren zunächst eine nachhaltige Entwicklung der Entertainingisierung vollzogen (Holtz-Bacha 2000; Dörner 2001). Wie in allen modernen Demokratien muss hierzulande politische Kommunikation auch heute noch unterhaltsam gestaltet sein, wenn sie bei großen Reichweiten erfolgreich verlaufen soll. Der aktuelle Wandel ruht in gewisser Hinsicht auf diesem Prozess, und hier ist eine Orientierung an US-amerikanischen Vorbildern sichtbar. Gemeint ist ein Trend zur humorvollen Rahmung politischer Kommunikation, der die bislang üblichen Formen transzendiert. Schon seit Jahrtausenden werden politische Akteure und Prozesse satirisch und komödiantisch beleuchtet, haben Hofnarren und Karnevalisten ihren Spott getrieben und haben schließlich Formen von Kabarett und Comedy ihren Beitrag zur politischen Kultur geleistet.

Neu ist nun, dass nicht mehr nur *über* politische Akteure gespottet und gelacht wird, sondern *mit* ihnen. Politiker sind gleichsam vom Objekt zum Subjekt des Humors geworden. Diese Entwicklung begann in Deutschland zunächst mit der *Harald Schmidt Show*,¹ einer Adaption der amerikanischen *Late Show with David Letterman*. In Schmidts Talkformat traten nach amerikanischem Vorbild immer wieder auch politische Akteure auf, um in satirisch-selbstironischem Grundton mit Gastgeber Schmidt zu plaudern. Bedeutsam wurde dies erstmals im Wahlkampf 1998, als kurz vor dem Bundestagswahltermin im September des Jahres mit Gregor Gysi, Guido Westerwelle und Joschka Fischer gleich drei prominente Politiker auftraten. Kurze Zeit später kam mit *Aufgemerkt! Pelzig unterhält sich*² ein etwas anders gelagertes TV-Format hinzu. Frank-Markus Barwasser lud hier in der Rolle der Kunstfigur „Erwin Pelzig“ Prominente zum Gespräch ein, um mit ihnen über gesellschaftliche Themen und Tagespolitik

1 Ausgestrahlt vom Privatsender Sat 1 1995-2003, später in leicht veränderter Form u.a. in der ARD und auf Sky fortgesetzt.

2 Produziert und ausgestrahlt vom Bayerischen Rundfunk, später auch im Hauptprogramm der ARD von 1998 bis 2010, von 2011 bis 2015 mit dem Titel *Pelzig hält sich* im ZDF.

zu sprechen. Der Ton dieser Reihe wurde im Laufe der Jahre zunehmend satirischer, die Interviews wurden mit scharfen kabarettistischen Monologen kombiniert.

Weitere Formate kamen hinzu, teils stärker der kabarettistischen Satire verpflichtet, teils stärker an Comedy und Klamauk orientiert (etwa die verschiedenen Formate von und mit „Kurt Krömer“ alias Alexander Bojcan), bis dann 2009 die Erfolgsgeschichte der *heute-show* im ZDF begann. Gestartet als Experiment, das sich formal sehr eng an das US-Format *The Daily Show with Jon Stewart* (Comedy Central) anlehnte, ist die *heute-show* mittlerweile zu einer ausgesprochen wichtigen Institution der politischen Medienöffentlichkeit in Deutschland geworden. Sie kombiniert Satire und Comedy mit diversen Formen des Politikerauftritts, erzielt Reichweiten von bis zu 3,9 Millionen Zuschauern (mit starken Marktanteilen in der jüngeren Zielgruppe) und wird von der politischen Klasse nicht nur genau beobachtet, sondern auch gern zitiert und besucht.

Zur Zeit des letzten Bundestagswahlkampfs 2013 hatte sich eine Programmlandschaft etabliert, in der hybride Talkformate wie *Pelzig*, die *heute-show*, *TV total* (Pro7) und *Stuckrad-Barre* (Tele 5) eine eigene, durch Witz und Ironie gekennzeichnete politische Öffentlichkeit definierten.³ Bemerkenswert an dieser Konstellation ist, dass die in Deutschland über lange Zeit hinweg so prägende Unterscheidung zwischen einem politisch ambitionierten, anspruchsvollen Kabarett auf der einen Seite und einer anspruchswissen, vermeintlich unpolitischen Comedy auf der anderen Seite weitgehend erodiert ist.⁴

Die angesprochenen Formate spielten entsprechend auch im Wahlkampfgeschehen eine bedeutende Rolle und wurden von prominentem politischen Personal aufgesucht. In einem interdisziplinär angelegten empirischen Forschungsprojekt haben die Autoren dieses Beitrags versucht, die Besonderheiten dieser neuartigen politischen Kommunikation systematisch zu erfassen.⁵ Untersucht wurden dabei Politikerauftritte in Talksendungen, die sich als in dem Sinne hybrid erwiesen, dass sie nicht als reine Gesprächsrunden angelegt, sondern mit Satire, Comedy, Kabarett und Game-Show-Elementen kombiniert waren. Die Gespräche selbst waren jeweils gekennzeichnet durch eine humorvolle Modulation im Goffmanschen Verständnis (Goffman 1977: 52ff, S. 98ff). Sie transformiert den primären Rahmen ernst gemeinter Konversation in einen sekundären Rahmen, der durch einen scherzhaften Modus gekennzeichnet ist und andere Räume des politisch Sagbaren eröffnet (Dörner 2013).

Der folgende Beitrag wird einige Ergebnisse dieses Projektzusammenhangs präsentieren, die am Standort Wuppertal erarbeitet wurden. Dabei geht es um die aus leitfadengestützten Interviews rekonstruierten und typologisch geordneten Perspektiven von Medienakteuren und politischen Akteuren, die an den Politikerauftritten beteiligt waren. Nach einer kurzen Darlegung des Projektdesigns und der verwendeten Methodik werden im ersten Schritt die Perspektiven der Medienakteure und im zweiten Schritt die der politischen Akteure analysiert. Es

3 Einen Sonderfall stellt das von Stefan Raab entwickelte Format *Absolute Mehrheit* (Pro7, 2012-2013) dar. Es wurde eigens entworfen, um eine jüngere, weniger gebildete und politikferne Zielgruppe zu erreichen. Nach nur einem Jahr hat man das Projekt jedoch wieder eingestellt, da die Quoten dramatisch sanken. Es handelte sich hierbei nicht um einen reinen Satiretalk, aber doch um eine unkonventionelle Mischung aus Talk- und Game-Show, die sich auch einschlägiger Mittel der satirischen Zuspitzung bediente.

4 Zur Abgrenzungsdiskussion siehe Strasser / Graf (2004) und Wellstein (2007). Dabei sind entsprechende Klassifizierungen zumeist durch eine normative Bestimmung des „politischen Anspruchs“ der jeweiligen Textsorten vorgenommen worden (vgl. die Beiträge in Glodek / von Ungern-Sternberg / Haberecht 2007).

5 Das Projekt „Politik und Komik. Zur Selbst- und Fremdszenierung politischer Akteure in hybriden Satire- und Comedyformaten des deutschen Fernsehens“ wurde von 2013 bis 2016 mit Förderung durch die DFG unter der Leitung von Ludgera Vogt (Soziologie, Bergische Universität Wuppertal) und Andreas Dörner (Medienwissenschaft, Philipps-Universität Marburg) durchgeführt.

folgt eine kontrastive Zusammenführung dieser Befunde, um Potentiale für Kooperation und Konfrontation, Inszenierung und Kontingenz aufzuzeigen. Ein Fazit fasst die Befunde und ihre Relevanz zusammen.

An dieser Stelle soll vorab noch ein kurzer Blick auf den Forschungsstand geworfen werden. Hybride, humorvoll modulierte Talkformate des deutschen Fernsehens sind bislang in der Forschung äußerst selten thematisiert worden. Aktuell liegt eine Analyse vor, die sich dem interkulturellen Transfer der *Daily Show with Jon Stewart* in das deutsche Format der *heute-show* widmet (Kleinen-von Königslöw / Keel 2012). Die Politikerauftritte werden dort jedoch nicht eigens thematisiert. Ähnlich verhält es sich mit der Literatur zur *HaraldSchmidtShow*, die einige Ausführungen zu den dort entwickelten Humorformen sowie den Bezügen zur amerikanischen Tradition enthält, aber die Dimension der Politikerauftritte weitgehend außen vor lässt.⁶ Ein umfangreicherer Bestand an Literatur liegt vor zu den schon seit längerer Zeit ausgestrahlten Late-Night- und Satiretalk-Reihen des US-amerikanischen Fernsehens. Die dort präsentierten, teilweise durchaus widersprüchlichen Befunde lassen sich jedoch aufgrund der völlig anderen medienkulturellen Kontexte nur sehr eingeschränkt auf die deutschen Verhältnisse übertragen.⁷

2. Methode

In der Studie „Politik und Komik. Zur Selbst- und Fremdszenierung politischer Akteure in hybriden Satire- und Comedyformaten des deutschen Fernsehens“ wurden 38 Folgen von Satire-Reihen sowie hybriden Politik- und Comedyformaten videohermeneutisch analysiert. Die Folgen wurden zwischen April 2013 und März 2014 im deutschen Fernsehen ausgestrahlt (zur Methode vgl. Dörner u. a. 2015, S. 65ff). Anhand von problemzentrierten Interviews (Witzel 1985, 2000) mit Politikern als Gästen sowie Moderatoren, Redakteuren und Produzenten dieser Sendungen wurden die unterschiedlichen und teilweise konfligierenden Handlungslogiken von Politik- und Medienakteuren rekonstruiert. Die Auswahl der Interviewfälle orientierte sich am Konzept des *theoretical sampling* (Glaser / Strauss 2008). Dabei wurde zwischen Akteuren *vor den Kameras* (Politiker, Moderatoren, Ensemblemitglieder) und *hinter den Kameras* (Produzenten, Redakteure, Autoren und Berater) differenziert. Insgesamt sind 51 Interviews in das Datenkorpus eingegangen (vgl. Tab. 1).⁸

6 Siehe etwa Knop (2012), Wenmakers (2009), Oestreich (2007), Halm (2006), Hartmann (2006) und Sokolowsky (2004); Schmidt als Symptom einer postmodernen Spaßgesellschaft wird gedeutet bei Strasser / Graf (2004); Politikerauftritte in der *HaraldSchmidtShow* werden interpretiert bei Dörner (2006); die Befunde aus letzterer Publikation sind später auch in die Konzeption des Forschungsprojekts eingegangen.

7 Eine ausführlichere Betrachtung der amerikanischen Forschungsliteratur findet sich in Dörner (2013) sowie Dörner / Vogt (2014).

8 Es sind 13 Interviews, die in Publikumsmedien veröffentlicht wurden, als Felddokumente in das Datenkorpus eingegangen.

Tab. 1: Interviews im Datenkorpus mit Fallzahlen interviewter Akteure (nach Akteursgruppen)

Akteursgruppe	Durchgeführte Interviews	Felddokumente	Summen
Politische Akteure	15	3	18
Beratung	4	-	4
Moderation	5	7	12
Redaktion	10	2	12
Produktion	4	1	5
Summen	38	13	51

Mit einem offenen Leitfaden (Helfferich 2011), der aus den Sendungsanalysen gewonnenes Kontextwissen berücksichtigte, wurden die Gespräche thematisch auf das Erkenntnisinteresse des Forschungsprojektes fokussiert. Alle Interviews wurden aufgezeichnet und vollständig transkribiert.

Die Auswertung folgte dem Konzept der *Grounded Theory* (Glaser / Strauss 2008; Strauss / Corbin 1996). Mit dem qualitativen Analyseprogramm *MaxQDA* (Kuckartz 2010) wurde zunächst jedes Interviewtranskript *offen codiert*. Bereits in diesem Auswertungsschritt zeichnete sich ab, dass sich die Perspektiven des Feldes entlang der Kategorien *angestrebte (film-bildliche) Inszenierung, erwartete Funktionen des politischen Humors* sowie *(redaktionell) vertretenes Humorverständnis* strukturieren lassen. Es folgten weitere Schritte des *axialen und selektiven Codierens*, um schließlich zu Typologien der Akteursperspektiven zu gelangen.

Epistemologisch handelte es sich bei den geführten Interviews für unsere Gesprächspartner stets auch um quasi-öffentliche Darstellungssituationen. Eine unmittelbare Inferenz von Interviewaussagen auf „das eigentlich und in Wahrheit subjektiv Intendierte“ einer Handlung“ (Soeffner / Hitzler 1994: 123) ist daher nicht möglich. Vielmehr führt uns erst die Interpretation der „idealisierten Perspektive“ des Sprechers“ (Soeffner / Hitzler 1994: 123) unter Reflexion des Interaktionszusammenhanges zu typischen Selbstverständnissen. Vor diesem Hintergrund konnten aus den von Programmachern im Interview geäußerten Selbstbeschreibungen der Konstruktion des Politischen in dem jeweils eigenen Format fünf Typen rekonstruiert werden, die wir als *Spielmodus, Pointenorientierte Politikdarstellung, Aufklärung im Schafspelz, Radikaler Meinungsjournalismus* und *Politische Unterhaltung* bezeichnen (vgl. Abb. 1).

Aus darstellungslogischen Gründen und um den Umfang nicht zu sprengen, kann im Folgenden der im Forschungsprozess durchlaufene, induktiv vorgehende Rekonstruktionsprozess der Typen nicht nachgezeichnet werden. Stattdessen werden die Typen jeweils unter Rückgriff auf exemplarische Äußerungen von Akteuren aus dem Interviewsample erläutert, in ihrer jeweiligen Besonderheit skizziert und von den anderen Typen abgegrenzt.

3. Empirische Befunde

3.1 Politische Satire: das Selbstverständnis medialer Akteure

3.1.1 ‚Stuckrad-Barre‘ (Tele 5) und ‚Circus HalliGalli‘ (Pro7): Spielmodus

In ihrem Selbstverständnis legen die Produzenten von *Stuckrad-Barre* (Tele 5) und *Circus HalliGalli* (Pro7) den Schwerpunkt auf das Element des *Spiels*. Diesen Typus bezeichnen wir als *Spielmodus*.

Stuckrad-Barre (Tele 5) sendete als Nachfolgeformat der Reihe *Stuckrad Late Night* (ZDF-neo, 2010-2012) in den Jahren 2012 und 2013 jeweils zehn Episoden. Im wöchentlichen Turnus empfing der Autor Benjamin von Stuckrad-Barre immer einen politischen Gast im Studio, um ihn im Modus des *Variationstalks* zu interviewen. Die von dem Duo Klaas Heufer-Umlauf und Joko Winterscheidt moderierte wöchentliche Late-Night-Show *Circus HalliGalli* (Pro7) richtet sich vor allem an jüngere Zuschauer. Politische Bezüge stehen nicht im Fokus des Formats. Der Auftritt des sozialdemokratischen Kanzlerkandidaten Peer Steinbrück in der Folge vom 16.9.2013 stellte eine Ausnahme dar und darf eher als PR-Coup eingestuft werden.

Um den auftretenden Politiker für die Zuschauer im Modus der Unterhaltung erfahrbar zu machen, strebt der *Spielmodus* die Inszenierung des Politischen in einem spielerischen Rahmen an. Im Selbstverständnis der Sendungsmacher fungieren Spiele als Rahmungsmarker, die sowohl für Medien- als auch für politische Akteure weitere Handlungsmöglichkeiten eröffnen.

„Die sollen kommen und mit uns reden und dann aber noch eine spezielle Aktion mit uns machen. Und so war das dann [beim Auftritt Peer Steinbrücks; d.A.] entsprechend auch. [...] Was das Entscheidendere war, war das zweite Spiel oder die zweite Aktion, [...] die ‚Wahlkampfarena‘, die wir nachgebaut haben. Die entstand dann eben in einer normalen Kreativ-Sitzung im Rahmen der redaktionellen Arbeit.“ *Hannes Hiller; Vice-President Comedy und Sitcom, ProSiebenSat.1*

Komik wird in diesem Verständnis durch die Transformation eines ritualisierten Medienerignisses in den Modus des Spiels evoziert. Durch die Dekonstruktion des *Kanzlerduells* können sowohl die Moderatoren als auch der auftretende Politiker Deutungsangebote machen, die der hochgradig strukturierte Rahmen der tatsächlichen Fernsehdebatte (Tapper/Quandt 2010) gar nicht zuliebe.

Über die Konzentration auf das Merkmal des Spiels hinaus lässt der *Spielmodus* eine gewisse Affinität für das Element der Bewertung erkennen. Besonders instruktiv zeigt die Interpretation des Auftritts von Bernd Lucke bei *Stuckrad-Barre* (Tele 5) durch die Programmacher die moralische Komponente des *Spielmodus*.

„Bei Bernd Lucke haben wir ja auch ganz offen den Säbel ausgepackt und nicht das Florett. [...] Bei dem waren die Hürden dann auch nochmal ein Stück höher, weil wir natürlich alle in der Redaktion gesagt haben, eigentlich finden wir das Phänomen AfD – und so viel Meinungsstärke darf man dann, glaube ich, haben – auch zum Kotzen. Da passiert so viel mit einer Saubermannattitüde, aber im Tross ist sozusagen der ganze Abschaum, der da mobilisiert wird. Und das wollten wir eigentlich verdeutlichen [...].“ *Johannes Boss; Chefautor von Stuckrad-Barre (Tele 5)*

Die Aussage macht deutlich, dass auch das inszenierte Spiel bestimmten Regeln unterworfen ist, die primär redaktionell aufgestellt werden. In diesen Rahmensetzungen können durchaus politisch-ideologische Urteile zum Ausdruck kommen. Im Fall Bernd Luckes bewertete die Redaktion von *Stuckrad-Barre* (Tele 5) die politische Position des Gastes als demokratiefeindlich und menschenverachtend. Daher wurde die formattypische Spielsituation einseitig zu einer Art „Gesinnungsprüfung“ Luckes verschärft, um vor dem Publikum zu einer Bewertung zu gelangen.

3.1.2 ‚heute-show‘ (ZDF): Pointenorientierte Politikdarstellung

Aus dem redaktionellen Selbstverständnis der seit 2009 ausgestrahlten *heute-show* (ZDF) lässt sich ein Typus medialer Inszenierungslogiken rekonstruieren, der von uns *Pointenorientierte Politikdarstellung* genannt wird. Das Format integriert verschiedene Varianten der deutschen politischen Satire in das formale Setting einer „Fake News Show“ nach US-amerikanischem Vorbild. Den „Anchorman“ gibt Oliver Welke, der dem deutschen Fernsehpublikum vor allem

durch die Moderation von Sportereignissen bekannt ist. Das Selbstverständnis der Redaktion legt das größte Gewicht auf das Merkmal *Komik* durch Gags und Pointen.

„Wir haben uns nie wirklich als Kabarettssendung gesehen, aber auch nie als reine Comedysendung, sondern eigentlich als einen unterhaltsamen Wochenrückblick, der sich zu 98% mit Politik beschäftigt. [...] Wir konzentrieren uns da wirklich auf Politik und haben immer zwei Ansprüche. Das eine ist [...], dass wir auch bei absichtlich albern gehaltenen Strecken auch noch eine Haltung erkennen lassen. Und das zweite ist auch ganz klar, dass wir eine bestimmte Pointendichte und ein bestimmtes Tempo halten.“ *Oliver Welke; Moderator heute-show (ZDF)*

Die Sendungsmacher streben ein Potpourri an, das vom Kalauer bis zum geistreichen Bonmot alle Spielarten der Komik einschließen will. Die Klammer sollen inhaltlich der politische Bezug und dramaturgisch die Konzentration auf die Pointe bilden.

Gelegentlich treten politische Akteure im Studio auf oder werden von „Außenreportern“ interviewt. Im Selbstverständnis des Moderators erfüllen Politikgespräche im Modus der Satire nicht die Funktion der journalistischen Aufklärung. Vielmehr nimmt er Auftritte politischer Akteure als Sendungselement wahr, das die Attraktivität der *heute-show* (ZDF) für das Fernsehpublikum erhöht. Dass Politiker die Einladung ins Studio zur Selbstdarstellung und für Wahlkampfzwecke nutzen, nimmt er billigend in Kauf.

„Mir ist völlig klar, dass es auch Leute gibt, die sagen, ‚wie könnt ihr denn dann sozusagen dieser Legende noch Vorschub leisten, dass [Rainer Brüderle; d.A.] einfach nur ein lustiger Silberverschlucker ist, der ist ein knallharter Neo-Liberaler. Ihr dürft den nicht so davon kommen lassen‘. [...] Aber so verbissen sehe ich die Sendung eben nicht. Also, ich finde das gehört auch dann dazu, dass man dann sich auch diesen Leuten [...] respektvoll gegenüber verhält, dass man so die Regeln des normalen menschlichen Miteinanders noch einhält.“ *Oliver Welke*

Anstatt eine *Bewertung* der präsentierten Politiker vorzunehmen, indem er sie im Interview konfrontativ angeht, beruft sich der Moderator auf eine eher kooperative Gesprächsführung, um bei den Fernsehzuschauern mit dem Einsatz von Komikelementen Unterhaltungseffekte und Lacher zu erzeugen.

3.1.3 ‚Pelzig hält sich‘ (ZDF): Aufklärung im Schafspelz

Das im Interview von Frank-Markus Barwasser, dem Moderator der Kabarettreihe *Pelzig hält sich* (ZDF), geäußerte Selbstverständnis wird hier als *Aufklärung im Schafspelz* bezeichnet. Der Moderator empfängt in jeder Sendung drei Gäste, darunter regelmäßig politische Akteure, die er in seiner Rolle als Erwin Pelzig im Modus des *Satiretalks* interviewt. In Barwassers Selbstverständnis ermöglicht ihm die Darstellung der Kunstfigur Erwin Pelzig, in Gesprächen mit politischen Gästen *Erkenntnis* zu produzieren.

„Zunächst einmal versuche ich grundsätzlich anders zu fragen, unerwartet zu fragen, aber in meiner Figur zu bleiben. Wie frage ich als Pelzig? Ich bin der Gastgeber. Ich bin froh, dass ein Politiker kommt. Ich behandle ihn erstmal respektvoll. Aber als Pelzig kann das natürlich auch in einer bestimmten Weise sein, die auch tückisch ist. Es gibt auch eine gefährliche Freundlichkeit.“

Frank-Markus Barwasser; Moderator Pelzig hält sich (ZDF)

Den dramaturgischen Kniff, auftretenden politischen Akteuren einen fiktiven Bühnencharakter entgegenzusetzen, deutet Barwasser als Angriffsstrategie in Interaktionen mit Politikern.

Sein Selbstverständnis einer ergebnisoffenen „dialektischen Untersuchung“ der Programmatik und der Darstellung von Politikern will weder direkt urteilen noch ist der Moderator auf den schnellen Lacher aus. Vielmehr gibt er an, das Publikum dabei unterstützen zu wollen,

sich ein eigenes Bild von den politischen Positionen, vom Politikstil und von der Authentizität politischer Akteure zu machen.

„Ich kann nur mit Informationen arbeiten, die allgemein zugänglich sind. Und denen misstrauere ich von allen Seiten. Deswegen lege ich mich nicht immer fest [...]. Es geht nicht mehr darum, zu welcher der vielen Wahrheiten man steht, sondern nur noch, welcher der vielen Lügen man aufsitzt. Und dann kann ich in der Figur sagen: Ich bin am Verzweifeln, ich bin interessiert, ich möchte mir eine Meinung bilden. Und dann habe ich eine Meinung und merke: Das ist gar nicht meine, ich trage die Meinung von anderen auf. Die wollen, dass ich das meine. Da ist Pelzig dann immer wieder ein Suchender, ein Verzweiflender...“ *Frank-Markus Barwasser*

Das Selbstverständnis des Typs *Aufklärung im Schafspelz* zielt demnach darauf ab, Einblicke in politische Überzeugungen und Darstellungskompetenzen der auftretenden Politiker hervorzubringen. Die Erkenntnis beim Zuschauer soll dadurch ermöglicht werden, dass „Pelzig“ in der humorvollen Gesprächssituation die antrainierten Kommunikationsroutinen politischer Akteure aushebelt.

3.1.4 ‚Sonneborn rettet die Welt‘ (ZDFneo): Radikaler Meinungsjournalismus

Der von den Produzenten im Interview geschilderte instrumentelle Einsatz von Komik in der satirischen Reportagereihe *Sonneborn rettet die Welt* (ZDFneo) wird von uns als *Radikaler Meinungsjournalismus* bezeichnet. Die Miniserie war auf nur drei Episoden begrenzt, die wöchentlich vom 10. bis 24. Oktober 2013 vom Spartenkanal ZDFneo gesendet worden sind.

Die dezidiert subjektive Perspektive und normativen Wertungen, die den Interviews von Martin Sonneborn mit Politikern und zivilgesellschaftlichen Akteuren zu Grunde liegen, sind im Selbstverständnis der Programmacher charakteristisch für das Format. In dieser Ausrichtung orientieren sich die Medienakteure sowohl an dem von Hunter S. Thompson begründeten subjektiven Stil des „Gonzo-Journalismus“ als auch am durch Michael Moore geprägten neuen Dokumentarismus.

„Im konventionellen Journalismus versucht man ja, eine möglichst ausgewogene Haltung gegenüber dem Gegenstand einzuhalten. Und wir orientieren uns da mehr an solchen Figuren wie Michael Moore, die – um etwas zuzuspitzen, was ja Satire tut – auch mit einer gewissen Aggressivität, Subjektivität oder einfach schräg an ein Thema herangehen. [...] Wenn man auf Leute trifft oder Fragen stellt, dann kann man auch durchaus mal verletzend, grob oder unsachlich sein, um vielleicht Antworten herauszukitzeln, die man in unserer heutigen Mediengesellschaft nicht mehr bekommt.“ *Andreas Coerper; Produzent Sonneborn rettet die Welt (ZDFneo)*

Satire fungiert in der Aussage der Produzenten primär als moralisches Urteil. Indem der Protagonist vorgibt, Konventionen journalistischer Interviewführung „hemmungslos affirmativ“ zu befolgen, einen sachlichen Fragestil anschlägt und professionelle Distanz zum Interviewpartner wahrt, werden Fehlentwicklungen im politischen und medialen System offenbar.

„Um überhaupt durch dieses Dickicht, diesen Wall von Medienprofessionalität durchzudringen, muss man eine andere Methode entwickeln [...]. Es ist einfach ein überraschendes, hinterhältiges Vorgehen, um überraschende, ehrliche Antworten zu bekommen. [...] Ein ganz wichtiger Gesichtspunkt dieser Technik, finde ich, ist auch die Affirmation, weil Martin Sonneborn spielt dem Interviewpartner auch eine geradezu unterwürfige Mitarbeit vor. Man tut so, als ob man ganz besonders weichgespült wäre, um Vertrauen aufzubauen. [...] Dadurch kommt die Wahrheit, wenn man Glück hat, ans Licht.“ *Andreas Coerper*

Im Selbstverständnis der Produzenten kann der Zuschauer aus der Dekonstruktion professioneller Kommunikationsroutinen des interviewten Politikers Humor beziehen. Darüber hinaus wird dem *Radikalen Meinungsjournalismus* das Potential zugesprochen, politisches Interesse

zu generieren, die politische Meinungsbildung zu unterstützen, zur politischen Partizipation zu mobilisieren und über Missstände im politischen Journalismus aufzuklären.

3.1.5 ‚Absolute Mehrheit‘ und ‚TV total‘ (beide Pro7): Politische Unterhaltung

Die im Interview bekundeten Auffassungen der Produzenten von *Absolute Mehrheit* und *TV total* (beide Pro7) nennen wir *Politische Unterhaltung*. Bei *Absolute Mehrheit* diskutierten im Modus einer *aufgelockerten Debatte* jeweils vier Politiker und ein Prominenter – typischerweise aus der Unterhaltungsbranche – mit dem Moderator Stefan Raab über drei mehr oder weniger aktuelle politische Themen. Eine binnenstrukturelle Besonderheit des Formats bestand in der Möglichkeit für die Fernsehzuschauer, in jeder Themenrunde für ihren Favoriten per Telefonvoting abzustimmen. Dem Diskussionsteilnehmer, der am Ende die absolute Mehrheit der Anrufe auf sich vereinigen konnte, winkte ein Preisgeld von bis zu 300.000 €.⁹

Die seit 1999 ausgestrahlte Late-Night-Show *TV total* (Pro7) hatte im Untersuchungszeitraum mit Gregor Gysi (27.3.2013) und der damaligen politischen Geschäftsführerin der Piraten, Katharina Nocun (16.9.2013), zwei Politiker zu Gast, die im Modus des *Comedytalks* von Stefan Raab interviewt wurden.

Mit Blick auf die Kriterien der Typologie nimmt der Typus der *politischen Unterhaltung* eine Sonderstellung ein. Das Selbstverständnis der Sendungsmacher weist jeglichen humorvollen Anspruch beider Formate zurück. An die Stelle einer humorvollen Darstellung tritt in der Wahrnehmung der Verantwortlichen das Ziel einer unterhaltsamen Präsentation des Politischen.

„Wir haben keine Definition von ‚Humor‘ oder ‚Satire‘. Wir operieren mit dem Begriff ‚Entertainment‘. [...] Es wäre völlig egal gewesen, ob wir die eine oder die andere Haltung benutzen. Es war uns – inhaltlich gesehen – völlig unwichtig. Wir haben uns da nicht leiten lassen von irgendwelchen Ideologien. [...] Deshalb würde ich eben diesen Begriff der Satire ungern verwenden und wieder auf den Begriff der Unterhaltung zurückkommen, weil wir dachten: Wo ist der größtmögliche Effekt zu erzielen?“ *Christoph Schulte-Richter*; *Chefautor von Absolute Mehrheit und TV total* (beide Pro7)

Um das Ziel einer unterhaltsamen Politikinszenierung zu erreichen, bieten die Formate in der Selbstbeschreibung der Programmacher politischen Gästen größtmögliche Freiheitsgrade für deren Selbstdarstellung. Dabei wird der Anspruch hochgehalten, den politischen Gehalt nicht durch die unterhaltsame Rahmung zu kompromittieren.

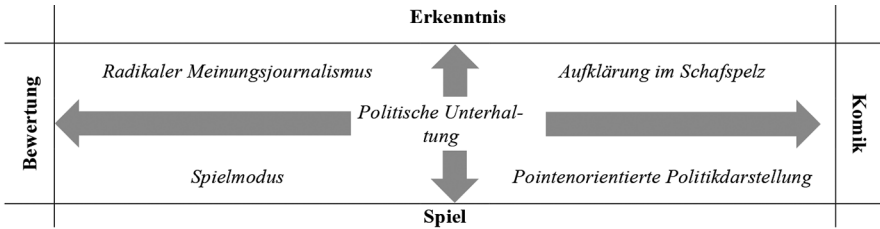
„Es stand ja jedem frei, sich zu präsentieren, wie er wollte. Wenn er sich halt eben mit glasharter Sachpolitik da präsentiert, ist das seine Sache. Wir glauben nur nicht daran, dass das bei einem ProSieben-Publikum zum Erfolg führen könnte. Aber, was wir gemacht haben, sind eigentlich nur die begünstigenden Parameter bereitstellen, sich eben mal auch außerhalb dieses Sachpolitik-Argumentationsrahmens bewegen zu können.“ *Christoph Schulte-Richter*

Die zentrale Wirkung der Formate dieses Typs wird von der Redaktion in der unterhaltsamen Vermittlung politischen Wissens gesehen. Mit der Ausrichtung der Formate auf ein jugendliches, parteipolitisch wenig interessiertes Publikum geht in der Wahrnehmung der Produzenten die Notwendigkeit einher, komplexe politische Sachverhalte auf leicht verdauliche Häppchen herunterzubrechen.

9 Allerdings wurde die absolute Mehrheit lediglich in einer Folge erreicht: In der Sendung vom 24.3.2013 konnte der Popmusiker Sido 56,5% der Stimmen auf sich vereinigen und erhielt die Gewinnsumme von 300.000 €.

Zusammenfassend illustriert Abb. 1 die von uns rekonstruierten Typen der Selbstverständnisse politischer Satireformate:

Abb. 1: Selbstbeschreibungen deutscher Satiretalk-Formate durch die Redaktionen



Quelle: Eigene Kategorisierung der Interviewfälle (12 Moderatoren, 12 Redakteur und 5 Produzenten); eigene Bezeichnungen der Typen.

Interviewaussagen von Medienakteuren, die die von ihnen produzierten Formate zuvorderst als Inszenierung des Politischen im Modus des *Spiels* beschreiben, wurden dem Typ *Spielmodus* zugeordnet. Legte das Selbstverständnis der Redaktion hingegen das größte Gewicht auf die *Komik* und auf das Evozieren von Lachern, fielen die Äußerungen unter den Typ *Pointenorientierte Politikdarstellung*. Als *Aufklärung im Schafspelz* bezeichnen wir eine von Sendungsmachern bekundete Inszenierungslogik, die stärker auf die Erkenntnisfunktion des satirischen Zugangs abstellte. Dem Typ *Radikaler Meinungsjournalismus* wurden Interviewaussagen von Medienakteuren zugerechnet, die eine Affinität für *Bewertungen* der präsentierten Politiker erkennen ließen. Zeigte sich die redaktionelle Selbstbeschreibung indes unentschieden, welchem der Satireelemente die größte Bedeutung zukomme, wurden sie dem Typus *Politische Unterhaltung* zugeordnet.

3.2 Das Selbstverständnis politischer Akteure

Die aus Interviews mit *politischen Akteuren* gewonnenen Ergebnisse machen deutlich, dass Politiker insbesondere satirische Talk- und Interviewsendungen als neues Forum begreifen, das sie für eigene Ziele nutzen wollen. Aus der Darstellung ihrer Erfahrungen mit Auftritten in verschiedenen Satireformaten lassen sich analytisch vier Typen von Selbstverständnissen rekonstruieren, die wir als *Verweigerer*, *Opportunisten*, *Skeptiker* und *Inszenierungsprofis* bezeichnen.

Im Gegensatz zu Versuchen in der vorliegenden Forschungsliteratur, Politiker (auch) nach ihren Selbstdarstellungstechniken zu typisieren (vgl. beispielsweise die Beiträge in Berking / Hitzler / Neckel 1994; Laux / Schütz 1996), nimmt unser Ansatz eine Typisierung anhand der von politischen Akteuren im Interview geäußerten Inszenierungslogiken vor. Dieses Vorgehen ermöglicht die induktive Rekonstruktion typischer Darstellungstechniken anhand der Akteursperspektiven.

Dabei zeigt die Auswertung zum einen, dass Politiker *Komik* als Mittel der strategischen Kommunikation wahrnehmen. Sie wollen sich bestimmten Zielgruppen jenseits ihrer Funktionsrolle als humorvoller Privatmensch präsentieren oder ihre politische Position durch unterhaltsame, persönliche Geschichten illustrieren. Zum anderen lassen die Interviewaussagen auf große Unterschiede im Bewusstsein um die Inszenierungsrisiken schließen, die Auftritten in satirischen Politikformaten eignen. Denn die Darstellungsziele politischer Akteure müssen bei Weitem nicht immer deckungsgleich mit den Handlungslogiken der Sendungsmacher sein (Dörner et al. 2015). Redaktionen streben durch Gästerauswahl, Gestaltung des Settings, Insze-

nierung von Einspielern und filmbildliche Ästhetiken eine Gesprächssituation an, die Offenheit für Überraschendes suggeriert. Der Moderator kann im Modus der Komik konfrontativ agieren, um expressive Selbstdarstellungen seiner Gäste zu provozieren. So entsteht eine Spannung hinsichtlich der Frage, ob und wie auftretende politische Akteure in der komödiantischen Herausforderung bestehen. Dieser „Kampf um Inszenierungsdominanz“ (Kurt 1997, 1998) lockt einerseits Fernsehzuschauer, die aus dem Schlagabtausch zwischen Moderatoren und Politikern Unterhaltungswert beziehen. Andererseits birgt er für die eingeladenen politischen Akteure das Risiko, die eigenen Darstellungsziele nicht durchsetzen zu können. Einige der Politiker gaben im Interview an, um diese Kontingenzen zu wissen und schilderten verschiedene Techniken, sie zu vermeiden. Sie beriefen sich entweder auf *antizipative Strategien* im Vorfeld der Sendung, wie Themenabsprachen mit der Redaktion, auf *ad-hoc-Techniken* im Gesprächsverlauf, wie den Einsatz von Sprachregelungen, oder auf *Kontingenzmanagementstrategien im Nachgang* der Aufführung, wie die eingehende Analyse ihres erfolgten Auftritts. Andere hingegen thematisierten Inszenierungsrisiken in humorvollen Politikformaten nur am Rande.

Das Selbstverständnis politischer Akteure bei Auftritten in satirischen Fernsehsendungen kann somit als Kombination der selbst bekundeten Darstellungsziele mit dem Grad des Bewusstseins um formatspezifische Kontingenzen beschrieben werden.

3.2.1 Die Verweigerer

Das aus den Interviewaussagen von Boris Palmer (Bündnis 90/Die Grünen), Oberbürgermeister von Tübingen, und teilweise auch Christian Ude (SPD), AltOB von München, rekonstruierte Selbstverständnis der Präsentation in humorvollen Politikformaten wird von uns als Typus der *Verweigerer* bezeichnet.

Boris Palmer zog im Interview ein durchweg negatives Fazit seines Auftritts bei *Absolute Mehrheit* (Pro7, 24.3.2013). Aufgrund der Gästekonstellation mit dem in seiner Wahrnehmung von vornherein als Publikumsliebling feststehenden Popmusiker Sido sowie durch das redaktionell gesetzte Diskussionsthema der Legalisierung weicher Drogen habe Palmer stets gegen die antizipierte Stimmung der Zuschauer argumentieren müssen. Zudem fühlte er sich von Stefan Raab in unpopuläre Rollen gedrängt.

„Man sitzt neben dem [Popmusiker Sido; d.A.], der Drogen verherrlicht, sagt selber, dass man keine nimmt, und ist dann schon nach fünf Minuten beim Publikum untendurch [...]. Und da habe ich dann für mich einfach beschlossen, ‚das hat jetzt keinen Sinn‘. Ich habe mich dann einfach rausgezogen aus der Sendung, da ging das Sendekonzept für mich nicht auf.“ *Boris Palmer (Bündnis 90/Die Grünen)*

In Palmers Selbstverständnis habe seine Reaktion auf die von ihm als ungünstig wahrgenommene Akteurs- und Themenstruktur der Sendung im Rückzug bestanden. Dadurch konnte er zumindest die offene Konfrontation mit dem Moderator und dem populären Mitdiskutanten Sido vermeiden, die sich in der Wahrnehmung Palmers auf Grund des antizipierten Publikumszuspruchs negativ auf seine Selbstdarstellung ausgewirkt hätte.

Christian Ude war am 22.3.2012 in der Sendung *Stuckrad Late Night* (ZDFneo) zu Gast. Selber als Kabarettist aktiv und als Stammgast auf dem „Nockherberg“ mit den Klippen politischen Humors bestens vertraut, schätzt er zwar das klassische politische Bühnenkabarett in seinen demokratiethoretischen Wirkungen hoch ein. Jedoch deuten seine Interviewaussagen auf eine grundsätzliche Ablehnung der Präsentation politischer Akteure in einzelnen Satireformaten hin. Im Gegensatz zu seiner geäußerten Hochachtung für das politische Kabarett

verfolgten Formate vom Typ des *Spielmodus* in Udes Wahrnehmung ausschließlich das Inszenierungsziel, die eingeladenen Politiker pauschal zu verunglimpfen.

„Das ist so eine Art, Politiker als Deppen vorzuführen, wo man sofort als humorlos gilt und unsouverän, wenn man nicht mitmacht, sich aber tatsächlich zum Affen machen lässt, wenn man mitmacht. Und oft merkt man es erst hinterher.“ *Christian Ude (SPD)*

Ude interpretiert somit das bekundete Inszenierungsziel von *Stuckrad-Barre* (Tele 5), den biografischen Werdegang politischer Gäste durch spielerische Aktionen zu illustrieren, als Versuch der Abwertung. In der Wahrnehmung von Boris Palmer wiederum konfligiert der redaktionell bekundete Anspruch *politischer Unterhaltungsformate*, Themen leicht verständlich aufzubereiten, mit seiner angestrebten Rollendarstellung des kompetenten Sachpolitikers.

3.2.2 Die Opportunisten

Den Gegenpol zum Typus der *Verweigerer* bilden Politiker, die im Interview angeben, ihre Selbstdarstellung der Inszenierung in humorvollen Politikformaten nahezu uneingeschränkt anzupassen. Verkörpert wird dieser Typ, der hier als *Opportunist* bezeichnet wird, im Interviewsample durch Dorothee Bär (CSU), Staatssekretärin im Bundesverkehrsministerium, und Jürgen Trittin (Bündnis 90/Die Grünen), einer der beiden Spitzenkandidaten seiner Partei für die Bundestagswahl 2013.

Dorothee Bär war im Untersuchungszeitraum zu Gast bei *Absolute Mehrheit* (Pro7, 17.2.2013), bei *Stuckrad-Barre* (Tele 5, 17.9.2013) sowie bei *Pelzig hält sich* (ZDF, 15.10.2013). In Bärs Selbstverständnis stellen ihre Auftritte in diesen Sendungen primär eine Gelegenheitsstruktur für die Selbstinszenierung von Rollen jenseits des stereotypen Berufspolitikers dar.

„Da ist jedes Mal im Hinterkopf dann drin: Erreich ich auch mal andere Leute als diejenigen, die halt eine klassische Talk-Show anschauen? Also hab ich auch die Möglichkeit, [...] dass dann die Leute nicht immer sagen: ‚Alle Politiker sind gleich. Man kann mit Politik nichts anfangen‘.“
Dorothee Bär (CSU)

Maßgeblich für das Selbstverständnis der *Opportunisten* ist das Erreichen einer Zielgruppe, die über traditionelle Kanäle der politischen Kommunikation kaum noch anzusprechen sei. Diesem Publikum soll ein attraktives Bild von Person und Partei angeboten werden, um die persönliche Bekanntheit zu steigern und sich im Wahlkampf zu behaupten.

Deutlich macht dieses Selbstverständnis auch Jürgen Trittin. Die *heute-show* (ZDF) strahlte am 7.6.2013 einen *Talkeinspieler* aus, in dem der Grünen-Politiker mit dem Comedian Lutz van der Horst in einem zum „Wahlkampf-Bussi“ umfunktionierten Wohnmobil über seine politischen Ziele sprach.

„Sie müssen das mal sehen aus der Warte eines Wahlkämpfers. Das ist ganz einfach. Die *heute-show* wird von unserer Zielgruppe massenhaft geguckt [...]. Wenn man nicht anfängt, an dieser Stelle verkrampt zu werden [...], dann kommt das bei den Leuten gut an. Das war die einfache Überlegung. Und deswegen haben wir, ohne dass wir da wie lang über Postproduktion und Zitatfreigabe und Schnitte und so uns gestritten haben, gesagt, ‚ja, machen wir‘.“ *Jürgen Trittin (Bündnis 90/Die Grünen)*

Bedenken hinsichtlich ungünstiger Rollenzuschreibungen oder riskanter Rahmungen, wie sie für die *Verweigerer* typisch sind, werden von *Opportunisten* demnach kaum thematisiert. In ihrer Wahrnehmung überwiegen die mit der Präsentation in einem populären Format verbundenen Chancen selbst Kontingenzen, wie potentielle Dekontextualisierungen durch Schnitt und Montage.

3.2.3 Die *Skeptiker*

Politiker, die mit den *Verweigerern* das Selbstverständnis des primären Inszenierungsziels einer Darstellung von sachpolitischen Inhalten teilen, deren Interviewaussagen jedoch expliziter auf die den humorvollen Politikformaten immanenten Kontingenzen hinweisen, bezeichnen wir als *Skeptiker*. Sie betonen wie die *Opportunisten* die Potentiale humorvoller Politikformate beim Erreichen wenig politikaffiner Zuschauergruppen. Jedoch zeigen sie eine ausgeprägte Sensibilität für Inszenierungsrisiken und haben in ihrem Selbstverständnis ausgefeilte Kontingenzmanagementstrategien entwickelt.

Im Sample der Untersuchung lassen sich die Interviewaussagen der ehemaligen politischen Geschäftsführerin der Piratenpartei, Katharina Nocun, sowie der ehemaligen Ministerpräsidentin Heide Simonis dem Typ der *Skeptiker* zuordnen. Nocun war sowohl bei *TV total* (Pro7, 16.9.2013) als auch bei *Stuckrad-Barre* (Tele 5, 18.9.2013) zu Gast. Sie bekundet einerseits ein prinzipielles Misstrauen gegenüber der Politikvermittlungsfunktion solcher Satiresendungen:

„Ich bezweifle grundsätzlich, dass irgendeine Form von Politainment in der Lage ist, ein unverzerrtes Bild einer komplexen politischen Situation darzustellen. Was es aber machen kann, ist neugierig [zu; d.A.] machen oder einen gewissen ersten Eindruck zu vermitteln [...]. Genauso kennt man das Wahlprogramm einer Partei nicht, wenn man jemanden kurz bei Stefan Raab gesehen hat, aber es ist eben geeignet, ein Anfangsinteresse zu generieren.“ *Katharina Nocun (Piraten)*

Andererseits nimmt Nocun also das Potential wahr, bei den Zuschauern ein grundsätzliches Interesse für politische Fragen zu wecken.

Um das selbst beanspruchte Inszenierungsziel zu erreichen, beugen *Skeptiker* unerwünschten Rahmungen ihrer Auftritte durch verschiedene Techniken des Kontingenzmanagements vor. Typischerweise handelt es sich dabei um Strategien, die bereits im Vorfeld des Auftritts ansetzen, wie Themenabsprachen mit der Redaktion. Darüber hinaus kommen auch *ad hoc Techniken* im Sendungsverlauf zum Einsatz, um die Deutungshoheit über die Interaktion zu behalten. Die ehemalige Ministerpräsidentin von Schleswig-Holstein, Heide Simonis, die ebenfalls bei *Stuckrad-Barre* (Tele 5, 26.9.2013) aufgetreten ist, gibt hierfür ein instruktives Beispiel.

„Je mehr Sie wissen, dass der [Moderator; d.A.] nicht die normalen Wege läuft und mit Ihnen abtrampelt [...], umso mehr müssen Sie sich *nicht* vorbereiten Wort für Wort. Weil wenn das Stichwort nicht kommt, dann sind Sie verloren [...]. Also, man muss sehr konzentriert mithören, was da noch alles mit drin steckt in so einer Frage [...]. Man wartet sozusagen ab, ob der Punchingball so [...] oder so rüberkommt.“ *Heide Simonis (SPD)*

Als Vertreterin des Typs der *Skeptiker* nimmt Simonis eine auf Spontanität und Schlagfertigkeit beruhende Kontingenzmanagementstrategie in Anspruch, damit sie über Satire sachpolitische Inhalte vermitteln kann.

3.2.4 Die *Inszenierungsprofis*

Der hier *Inszenierungsprofis* genannte Typ umfasst Politiker, deren Interviewaussagen wie bei den *Skeptikern* auf ein umfassendes Wissen um die Inszenierungsrisiken humorvoller Politikformate hinweisen. Auch sie haben in ihrem Selbstverständnis teilweise avancierte Kontingenzmanagementstrategien ausgebildet, potentielle Störungen ihrer Darstellung zu vermeiden. Jedoch bekunden *Inszenierungsprofis* im Gegensatz zu themenorientierten Kollegen bei Auftritten in Satiretalks das primäre Ziel einer positiven Selbstdarstellung.

Der ehemalige Ministerpräsident von Rheinland-Pfalz, Kurt Beck (SPD), gibt retrospektiv als Ziel seiner Auftritte bei *Stuckrad-Barre* (Tele 5, 5.9.2013) sowie *Pelzig hält sich* (ZDF, 18.9.2012) an, sich in humorvollen Rollen zeigen zu wollen, die sich von der üblichen Selbstdarstellung in „seriösen“ Rahmungen unterscheiden.

„[Man kann; d.A.] auch mal eine Seite von sich zeigen [...], die das Humorvolle durchaus zu schätzen weiß.“ *Kurt Beck (SPD)*

Analog zum Typ der *Opportunisten* bekunden *Inszenierungsprofis* somit als primäres Darstellungsziel die Präsentation von Rollen jenseits des trockenen Berufspolitikers. Anstatt sich allerdings den Rahmungen humorvoller Politikformate nahezu bedingungslos zu fügen, zeigen sich *Inszenierungsprofis* bestrebt, dem medialen Setting aktiv eigene Darstellungen entgegenzusetzen. Prototypisch schildert Lasse Becker (FDP), Mitglied des FDP-Bundesvorstandes, seine Kontingenzmanagementstrategie beim Auftritt in der politischen Unterhaltungsshow *Absolute Mehrheit* (Pro7, 26.5.2013).

„Eigentlich hat man ja so eine Bremse, gegen den Moderator zu gehen – und diese Bremse darf man bei Raab nicht haben. Weil bei Raab muss man, wenn er einem einen blöden Spruch gibt, muss man ihm im Notfall einen blöden Spruch zurückgeben können. Das ist etwas, was man sich im Zweifelsfall vorher versucht, rational klar zu machen.“ *Lasse Becker (FDP)*

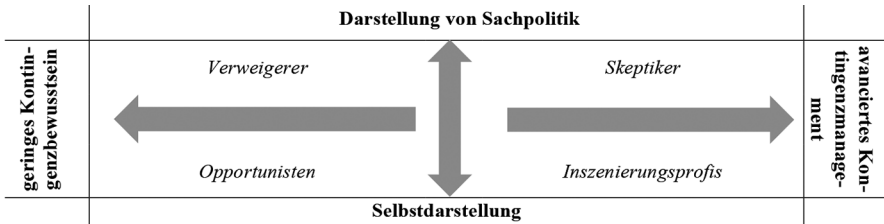
In Beckers Selbstverständnis stellt eine offensive Selbstinszenierung, die die Provokationen des Moderators mittels aggressiver Redebeiträge pariert, eine geeignete Technik dar, im „Kampf um Inszenierungsdominanz“ (Kurt 1997, 1998) die Oberhand zu bewahren. Weniger angriffslustig, jedoch gleichermaßen auf den Erhalt der Situationsdefinition ausgerichtet, nimmt sich die „Regenwurmmethode“ von Klaus Ernst aus. Der Spitzenkandidat der LINKEN für die Bundestagswahl 2013 will sie während seines Auftritts in derselben Ausgabe von *Absolute Mehrheit* (Pro7) zum Einsatz gebracht haben.

„Was die ‚Regenwurmmethode‘ ist, das hat mir damals mein Pressesprecher erklärt. Also, ein Student der Biologie hat sich ganz intensiv mit Regenwürmern beschäftigt, aber in der Prüfung wird er zu Elefanten befragt. Da hat er natürlich keine Ahnung gehabt. Dann hat er begonnen zu erzählen, ein Elefant ist ein großes Tier, vier dicke Beine, hat einen Kopf und da ist ein Rüssel, der schaut eigentlich aus wie ein Regenwurm. Und dann hat er über Regenwürmer geredet. Und damit, egal was der [Moderator; d.A.] fragt, muss man seine Botschaften absetzen.“ *Klaus Ernst (DIE LINKE)*

Die „Regenwurmmethode“ wird von Klaus Ernst folglich als subtile Strategie der Gesprächsumdeutung wahrgenommen, die es dem Politiker ermöglicht, sich von der Situationsdefinition des Moderators zu lösen und aktiv eigene Darstellungen zu forcieren. Der Einsatz derartiger Kontingenzmanagementstrategien mit dem Ziel, die eigene Selbstdarstellung in den Vordergrund zu rücken, hat sich als typisch für die Präsentationslogik der *Inszenierungsprofis* herausgestellt.

Zusammenfassend zeigt Abb. 2, wie sich die Selbstbeschreibung der Inszenierung politischer Akteure in Satireformaten des deutschen Fernsehens strukturieren lässt.

Abb. 2: Bekundete Inszenierungslogiken politischer Akteure in Satiretalks



Quelle: Kategorisierung von 18 Interviewfällen mit politischen Akteuren; eigene Bezeichnungen.

Als erste relevante Typisierungsdimension wurde das von Politikern bekundete *Darstellungsziel* verwendet. Im Interview gaben politische Akteure einerseits an, Auftritte in satirischen Talkformaten zu nutzen, um sich primär selbst in humorvollen Rollen zu präsentieren, die von ihnen als attraktiv für die Zuschauer und potentiellen Wähler wahrgenommen werden. Andererseits deuteten ihre Selbstbeschreibungen auf eine Inszenierung hin, die eher auf die Vermittlung sachpolitischer Inhalte im Modus der Unterhaltung abzielt.

Die zweite Typisierungsdimension, *Kontingenzbewusstsein*, konnte anhand der Aussagen rekonstruiert werden, die potentielle Risiken der Selbstdarstellung in satirischen Rahmen thematisierten. Entweder zeigten sich die interviewten Politiker ausgesprochen sensibel für mögliche Störungen ihrer Aufführung. Oder ihre Äußerungen ließen auf ein vergleichsweise schwach ausgeprägtes Wissen um potentielle Inszenierungsrisiken schließen bzw. maßen den Kontingenzen der Satire eine eher geringe Bedeutung bei.

Entlang dieser beiden Ebenen konnten die idealisierten Perspektiven der interviewten Politiker auf ihre Inszenierung in Satireformaten systematisiert werden. Auf der einen Seite wurden politische Akteure, die im Interview eine sachpolitisch ausgerichtete Darstellung bekundeten, von uns als *Verweigerer* bezeichnet, wenn sie ein geringes Rahmenwissen zeigten oder die Rahmen bewusst ablehnten. Ließen ihre Interviewaussagen hingegen auf ein ausgeprägtes Kontingenzbewusstsein schließen, wurden die jeweiligen Sprecher als *Skeptiker* klassifiziert. Auf der anderen Seite wurden Politiker, die eine Präferenz für Selbstdarstellungen beanspruchten, als *Opportunisten* gefasst, sofern sie im Interview Inszenierungsrisiken ausblendeten oder als irrelevant deklarierten. Brachten sie jedoch ein hohes Maß an Wissen um Kontingenzen zum Ausdruck, wurden sie dem Typ der *Inszenierungsprofis* zugeordnet.

3.3 Kontingenzen der Inszenierung des Politischen auf den „neuen Bühnen“ der Satireformate

Die Kontrastierung typischer Inszenierungsstrategien von Satireproduzenten mit den unterschiedlichen Handlungslogiken politischer Akteure lässt auf bestimmte Kombinationen schließen, die entweder eine „störungsfreie“ Vorstellung begünstigen oder ein höheres Maß an Kontingenz erwarten lassen.

Grundsätzlich erweist sich die Selbstinszenierung politischer Akteure im Modus der *Pointenorientierten Politikdarstellung* – empirisch vertreten durch die *heute-show* – für alle Inszenierungslogiken als vergleichsweise risikoarm. Zwar nehmen sowohl Politiker als auch Medienakteure negativ wertende Konnotationen politischer Akteure durch die *heute-show* (ZDF) wahr. Diese Beobachtung des Feldes beschränkt sich jedoch auf die Fremdsinszenierung von

Politikern in der Sendung, die primär auf politisches Scheitern fokussiert. Eigene Auftritte politischer Akteure im Studio hingegen werden in erster Linie als Gelegenheitsstruktur gedeutet, einerseits für eine humorvolle Selbstdarstellung der eingeladenen Politiker, andererseits für einen unterhaltsamen Beitrag zur Sendungsdramaturgie.

Freilich kritisiert ein Teil der Interviewten Oliver Welke für seine zu handzahme Interviewführung bei den seltenen Auftritten politischer Akteure im Studio. In der Einschätzung zahlreicher Feldakteure gehen bei Politikerinterviews in der *heute-show* (ZDF) die Interessen von Politik- und Medienakteuren eine Symbiose ein. Auf der einen Seite dient die Inszenierung politischer Akteure für Programmierer, die das Selbstverständnis einer *Pointenorientierten Politikdarstellung* vertreten, in erster Linie Unterhaltungszwecken. Auf der anderen Seite können politische Akteure in diesem Rahmen ein breites Spektrum von Rollendarstellungen zur Aufführung bringen, politische Themen leicht verständlich illustrieren und sich einem von der Parteipolitik entfremdeten Publikum als Wahlkandidaten präsentieren. Dieser wechselseitige Vorteil wird auch von Oliver Welke benannt:

„Wir haben keine negative Rückmeldung [von den interviewten Politikern; d.A.] bekommen. Also, das ist ja [...] bei Lutz van der Horst und auch bei den ganzen anderen draußen gedrehten MAZEN so, dass die [Interviewpartner; d.A.] mittlerweile auch wissen, dass diese Dinge auch geschnitten werden und das ist denen, glaube ich, wohl bewusst und sie nehmen das billigend in Kauf. Woraus ich nur schließen kann, dass sie entweder so viel Spaß verstehen oder sie sich sagen, es ist besser als gar nicht vorzukommen.“ *Oliver Welke*

Damit bestätigt der Moderator der *heute-show* (ZDF) das Zusammenfallen der Inszenierungsziele von Medien- und politischen Akteuren im Handlungstyp der *Pointenorientierten Politikdarstellung*. Interviews mit Politikern nimmt Welke primär als Sendungselement wahr, das die Attraktivität des Formats steigert und seine politische Relevanz erhöht. Gleichzeitig erkennt er an, dass politische Akteure Auftritte in humorvollen Politikformaten vor allem zur Bekanntheitssteigerung nutzen wollen.

In den anderen Satireformaten sind Chancen und Risiken des Gelingens der Inszenierung in Abhängigkeit von den bekundeten Handlungslogiken politischer Akteure weitaus ungleicher verteilt. Einerseits eröffnet der Typ des *Spielmodus* Politikern, die sich der Kontingenzen dieses Modus bewusst sind, Handlungsräume für unterhaltsame Rollendarstellungen. Andererseits laufen Gäste, die sich mit dem Rahmen des Spiels nicht hinreichend auseinandergesetzt haben bzw. sich dem medialen Setting unwidersprochen fügen, bei dieser Inszenierungsstrategie Gefahr, eigene Deutungsangebote nicht gegen Redaktion und Moderation durchsetzen zu können.

Somit kann keine Rede davon sein, dass die vorbehaltlose Akzeptanz der satirischen Rahmung durch auftretende Politiker den Idealfall für die Sendungsmacher von Satireformaten darstellt. Die Dramaturgie humorvoller Politiksendungen lebt geradezu von Reibungen in der Interaktion zwischen Medien- und politischen Akteuren.

An dieser Stelle sei zum besseren Verständnis ein Beispiel für derartige Kontingenzen auf der Vorderbühne genannt, die nicht nur erkenntnisfördernd sind, sondern auch den Unterhaltungswert der Sendungen erhöhen. Es stammt aus der Sendung *Pelzig hält sich* vom 15.10.2013 mit dem politischen Gast Dorothee Bär (CSU). Frau Bär überreichte dem Moderator zu Beginn ihres Auftritts ein Gastgeschenk, einen fränkischen Zwiebelkuchen, verpackt in einer Hausaltsdose. Die Gabe sollte – wie Frau Bär auch im Projektinterview uns gegenüber erläuterte – dazu dienen, gleich zu Beginn das Gesprächsthema zu steuern und über landsmannschaftliche Gemeinsamkeiten mit Pelzig/Barwasser die Benevolenz des Moderators zu fördern. Dieser nimmt das Geschenk jedoch zum Anlass, die Hinterbühne der Motive seines Gastes vor den Zuschauern offenzulegen mit der Äußerung: „Sie probieren es mal mit der landsmannschaft-

lichen Karte, aber das hat anderen hier auch schon nicht weitergeholfen“ – woraufhin das Publikum lacht und applaudiert. Pelzig attackiert die Inszenierungsstrategie seines Gegenübers damit, dass er Latentes sichtbar macht und zugleich ironische Kritik daran übt. Später, in der Interaktion mit einem weiteren Gast, geht der Moderator noch einen Schritt weiter, indem er einen für die Zuschauer nicht wahrnehmbaren Satz der Politikerin offenlegt: „Die Frau Bär hat mir noch zugeflüstert, sie möchte die Dose wiederhaben. ... Ja, mei!“ Dazu macht er eine mit den Armen weit ausholende fragende Geste, die suggeriert: „Wie kann man nur?“ Pelzig geht hier in einen Meta-Diskurs, der in einer ungewöhnlich heftigen Weise die auf der Hinterbühne der Inszenierung platzierte Handlungslogik der Politikerin offenlegt und sie bloßstellt. Aber auch Dorothee Bär schafft es in der Sendung, Kontingenzen für den Moderator zu produzieren. Auf Pelzigs Frage, ob sie als junge Frau sich nicht missbraucht fühle von den „alten Säcken“ in ihrer Partei, die nur den jungen Körper begehrten, antwortet sie, unter großem Lachen des Publikums: „Nee..., nee, ehrlich gesagt gar nicht. [...] Vielleicht ist das beim Fernsehen so, in der CSU ist das nicht so.“

Insgesamt stellt sich für politischer Akteure ein zu unkritisches Einlassen auf humorvolle Kontexte als erhebliches Risiko für ihre bekundeten Selbstdarstellungsziele heraus. Denn das bloße Auftreten in Satiresendungen ist bei Weitem kein Garant dafür, dass die angestrebte Präsentation als spontan, sympathisch und witzig auch eingelöst werden kann.

Ähnlich verhält es sich mit Satiresendungen vom Typ *Politische Unterhaltung*. Diese setzen bei auftretenden Politikern die Bereitschaft für expressive Rollenpräsentationen voraus. *Verweigerern*, die diese Rahmenerwartung nicht wahrnehmen oder diese Erwartung nicht erfüllen wollen, drohen provozierende Rollenzuschreibungen oder sie werden von den Fernsehzuschauern abgestraft.

Die Inszenierungslogiken der Medienakteure *Aufklärung im Schafspelz* und *Radikaler Meinungsjournalismus* schließlich zielen geradezu auf eine Dekonstruktion medienprofessioneller Darstellungstechniken politischer Akteure ab. In diesen Rahmen haben sowohl *Opportunisten*, die sich zuvorderst publikumswirksam selbst präsentieren möchten, als auch *Inszenierungsprofis* als Verfechter eines ausgefeilten Kontingenzmanagements einen schweren Stand. Auch in der Wahrnehmung der Redaktionen stößt insbesondere das reaktive Agieren der *Opportunisten* auf Kritik.

„Es ist nicht mein Ziel, meine Gäste ins Messer laufen zu lassen. Aber bei der Person hat mich interessiert, wie sie reagiert, wenn ich sie auf bestimmte Themen anspreche. Sie war auf alles vorbereitet, aber nicht auf dieses Thema. Und es war für mich sehr erhellend zu sehen, wie sie einfach nicht mit einer nicht vorbereiteten Situation umgehen kann, nicht souverän reagiert.“ *Frank-Markus Barwasser*

Frank-Markus Barwasser kritisiert an diesem Politikertypus die rein auf die Selbstdarstellung reduzierte inhaltsleere Inszenierung. Sein Selbstverständnis der Präsentation des Politischen entspricht dem Typ *Aufklärung im Schafspelz*, der den Zuschauern Einsichten vermitteln will. Hier läuft die beanspruchte Präsentationslogik der *Opportunisten* Gefahr, sich in ihrer Substanzlosigkeit selbst zu entlarven. Für Politiker hingegen, die primär die diskursive Auseinandersetzung anstreben, eröffnen Formate wie *Pelzig hält sich* (ZDF) und *Sonneborn rettet die Welt* (ZDFneo) Chancen, sich als sachpolitisch kompetent und authentisch zu präsentieren.

4. Fazit

Die hier dargelegten Befunde zeigen, dass es sowohl bei den Medienakteuren und den von ihnen verantworteten Fernsehformaten wie auch bei den politischen Akteuren eine große Bandbreite an Perspektiven, Handlungslogiken und Interessen gibt. So reicht das Spektrum in unserer Typologie bei den Medienakteuren vom *Radikalen Meinungsjournalismus* über den

Spielmodus bis zur *Pointenorientierten Politikdarstellung*, von der *Politischen Unterhaltung* bis zur *Aufklärung im Schafspelz*. Bei den politischen Akteuren ließen sich *Verweigerer*, *Opportunisten*, *Skeptiker* und *Inszenierungsprofis* typisieren. Es kommt dann sehr darauf an, welcher politische Akteurstypus auf welche Formatstruktur trifft: Teilweise können Medienlogik und politische Logik bestens harmonieren, beide Akteursgruppen kooperieren und sind hier gleichsam in eine Win-Win-Situation eingebettet. Was die einen als Quotengewinne verbuchen, können die anderen als Imagegewinne etwa im Sinne des humorvollen und sympathischen Politikers gewärtigen. Es kann aber auch zu konfrontativen Konstellationen kommen, in denen entweder Medienakteure ihre Unterhaltungsgewinne auf Kosten der politischen Akteure verbuchen oder aber die politischen Akteure durch Verweigerung, mitunter auch durch fehlende Kompetenz in der humorvollen Kommunikation den Unterhaltungswert der Sendungen untergraben. Bei all dem muss beachtet werden, dass die politischen Akteure sich durch eine zu starke Adaption an Humorformate immer in die Gefahr eines Seriositätsverlustes begeben. Sie navigieren fortwährend zwischen der Skylla zu großen Unerntes und der Charybdis des Images eines humorlosen Spielverderbers hin und her. Die Gefahr, hier Schiffbruch zu erleiden, ist vergleichsweise groß. Deshalb auch nehmen zahlreiche Politiker, die nicht mit viel Humortalent und Schlagfertigkeit begabt sind, richtigerweise von Beginn an Abstand zu diesen kommunikativ so komplizierten Kontexten. Aus der Sicht der politischen Kultur ergeben sich durch die humorvolle Rahmung durchaus Chancen. Die politischen Akteure trauen sich in solchen Formaten eher auch einmal, unkonventionell, ungeschützt und ehrlicher zu kommunizieren und dem Publikum jenseits des engen Korsetts ihrer politischen Berufsrolle zu begegnen. Dennoch könnte auf dieser Ebene ein unvorsichtig kultivierter Unernt Politikverdrossenheit fördern, wenn sich etwa die Bürger von ihren Repräsentanten nicht mehr ernst genommen fühlen. Dies jedoch sind schon Fragen der Rezeption und Wirkung, die an dieser Stelle zunächst noch nicht weiter beantwortet werden können.¹⁰ Die hier vorgestellten Befunde haben noch einmal deutlich gemacht, dass die Ausdifferenzierung der Satirelandschaft des deutschen Fernsehens im Zuge gesellschaftlicher Modernisierung weiter voranschreitet und neue Räume des politisch Sagbaren eröffnet. Eine Typisierung wie die hier vorgestellte trägt dazu bei, die aktuellen Entwicklungen analytisch fassbar zu machen.

Literatur

- Berking, Helmuth / Hitzler, Ronald / Neckel, Sighard (Hrsg.) (1994): *Politikertypen in Europa*, Frankfurt / Main.
- Dörner, Andreas (2001): *Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*, Frankfurt / Main.
- Dörner, Andreas (2006): *Politische Unterhaltung zwischen Inszenierung und Kontingenz. Fernsehtalk als Kampfarena am Beispiel der Harald-Schmidt-Show*, in: Brigitte Frizzoni / Ingrid Tomkowiak (Hrsg.), *Unterhaltung. Konzepte – Formen – Wirkungen*, Zürich, S. 107-130.
- Dörner, Andreas (2013): ‚So schmeckt die Zukunft‘. Die humorvolle Rahmung politischer Kommunikation in satirischen Talk-Formaten: grundsätzliche Überlegungen und eine Fallanalyse, in: Edwin Czerwick (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der repräsentativen Demokratie der Bundesrepublik Deutschland. Festschrift für Ulrich Sarcinelli*, Wiesbaden, S. 165-194.
- Dörner, Andreas / Vogt, Ludgera (2014): *Komik als kommunikatives Glatteis. Chancen und Risiken bei Politikerauftritten in satirischen Talkshows*, in: Günter Bentele u.a. (Hrsg.), *Kommunikationsmanagement (Loseblattwerk)*, Neuwied, 2001ff, Lieferung 102, S. 1-46.
- Dörner, Andreas / Vogt, Ludgera / Bandtel, Matthias / Porzelt, Benedikt (2015): *Risikante Bühnen. Inszenierung und Kontingenz – Politikerauftritte in deutschen Personality-Talkshows*, Wiesbaden.

10 Im Projekt wurden auch Untersuchungen zur Rezeption sowie zur Anschlusskommunikation von Mediennutzern im Internet durchgeführt. Deren Präsentation würde jedoch den vorliegenden Rahmen sprengen.

- Glaser, Barney G. / Strauss, Anselm Leonard (2008): *Grounded theory. Strategien qualitativer Forschung*, Bern.
- Glodek, Tobias / von Ungern-Sternberg, Christoph / Haberecht, Christian (Hrsg.) (2007): *Politisches Kabarett und Satire*, Berlin.
- Goffman, Erving (1977): *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*, Frankfurt / Main.
- Halm, Katharina (2006): *Harald Schmidt – der Medienstar. Image und Autobiographisches*, Berlin.
- Hartmann, Philip (2006): *Was ist dran an Harald Schmidt? Eine qualitative Studie zu den Nutzungsmotiven der Zuschauer von Harald Schmidt*, Berlin u.a.
- Helfferich, Cornelia (2011): *Die Qualität qualitativer Daten. Ein Manual für die Durchführung qualitativer Interviews*, Wiesbaden.
- Holtz-Bacha, Christina (2000): *Entertainisierung der Politik*, in: *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 31, S. 156-166.
- Kleinen-von Königslöw, Katharina / Keel, Guido (2012): *Localizing The Daily Show: The heute show in Germany*, in: *Popular Communication* 10, S. 66-79.
- Knop, Karin (2012): *Zielgruppenstars im Fernsehen. Die medialen Starimages der Comedians Harald Schmidt und Stefan Raab im Wandel der Zeit*, in: Matthias Karmasin / Carsten Winter (Hrsg.), *Analyse, Theorie und Geschichte der Medien. Festschrift für Werner Faulstich*, Paderborn u.a., S. 49-62.
- Kuckartz, Udo (2010): *Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten*, Wiesbaden.
- Kurt, Ronald (1997): *Der Kampf um Inszenierungsdominanz. Gerhard Schröder im ARD-Politmagazin ZAK*, in: Karl-Siegbert Rehberg (Hrsg.), *Differenz und Integration. Die Zukunft moderner Gesellschaften*, Wiesbaden, S. 248-252.
- Kurt, Ronald (1998): *Der Kampf um Inszenierungsdominanz*, in: Herbert Willems / Martin Jurga (Hrsg.), *Inszenierungsgesellschaft*, Wiesbaden, S. 565-582.
- Laux, Lothar / Schütz, Astrid (1996): *„Wir, die wir gut sind“. Die Selbstdarstellung von Politikern zwischen Glorifizierung und Glaubwürdigkeit*, München.
- Oestreich, Rebecca (2007): *„Alles ist witzig!“? Eine qualitative Genderstudie zur Harald Schmidt Show*, Berlin u.a.
- Soeffner, Hans-Georg / Hitzler, Ronald (1994): *Qualitatives Vorgehen – ‚Interpretation‘*, in: Theo Herrmann (Hrsg.), *Methodologische Grundlagen der Psychologie*, Göttingen u.a., S. 98-136.
- Sokolowsky, Kay (2004): *Late Night Solo. Die Methode Harald Schmidt*, Berlin.
- Strasser, Hermann / Graf, Achim (2004): *Kabarett nach dem Kabarett. Politik und Satire in der Spaßgesellschaft*, in: Jörg-Uwe Nieland / Klaus Kamps (Hrsg.), *Politikdarstellung und Unterhaltungskultur. Zum Wandel der politischen Kommunikation*, Köln, S. 73-92.
- Strauss, Anselm Leonard / Corbin, Juliet M. (1996): *Grounded theory. Grundlagen qualitativer Sozialforschung*, Weinheim.
- Tapper, Christoph / Quandt, Thorsten (2010): *„Ich beantworte die Fragen so, wie ich mir das vorgenommen habe...“. Eine dialoganalytische Untersuchung des Fernseh-Duells im Wahlkampf 2009*, in: Christina Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf. Das Wahljahr 2009*, Wiesbaden, S. 283-312.
- Wellstein, Benjamin (2007): *Kabarett vs. Comedy: Welche Unterschiede machen den Unterschied?*, in: Tobias Glodek / Christoph von Ungern-Sternberg / Christian Haberecht (Hrsg.), *Politisches Kabarett und Satire*, Berlin, S. 157-167.
- Wenmakers, Julia (2009): *Rechtliche Grenzen der neuen Formen von Satire im Fernsehen. Wo hört bei Stefan Raab und Harald Schmidt der Spaß auf?*, Hamburg.
- Witzel, Andreas (1985): *Das problemzentrierte Interview*, in: Gerd Jüttemann (Hrsg.), *Qualitative Forschung in der Psychologie. Grundfragen, Verfahrensweisen, Anwendungsfelder*, Weinheim u.a., S. 227-256.

Witzel, Andreas (2000): The Problem-centered Interview, in: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research 1, online abrufbar unter: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1132/2520>, letztes Abrufdatum: 30.1.2014.

Prof. Dr. Ludgera Vogt
Matthias Bandtel
Bergische Universität Wuppertal
Institut für Soziologie
Gaußstraße 20
42119 Wuppertal
lvogt@uni-wuppertal.de
bandtel@sowi.biz

