

.....

ARBEITSLOSIGKEIT

Die unsichtbare Masse

Sie ist das große Wahlkampfthema. Doch fürs Fernsehen gilt: Die soziale Wirklichkeit langweilt Zuschauer und Macher.

■ VOLKER S. STAHR



Mehr als fünf Millionen Arbeitslose sind ein Anlass für Mahnwachen – nicht jedoch für eine adäquate Berichterstattung im Medium Nummer eins.

Foto: Jens Knappe/360-berlin.de

Eigentlich war es eh schon einer der seltenen heißen Sommertage dieses Jahres gewesen. Irgendwie erhoffte man sich deshalb etwas Kühlung von Ort und Thema des abendlichen Events. Doch im Metropolis, Frankfurts größtem Kino, stand die Luft – und brannte.

Nicht nur, dass zur Premiere einer Dokumentation über Arbeitslosigkeit einige hundert Menschen den zweitgrößten Saal des Hauses überfüllten. Als auf der Leinwand die Protagonisten des Films, Arbeitslose aus vielen Teilen Deutschlands, ihre Wut gegen die tatsächliche oder vermeintliche Tatenlosigkeit der Regierung artikulierten und Minister Arbeitssuchenden nur mit peinlich berührter Hilflosigkeit begegneten, wurde es auch auf den Plätzen laut. Applaus, Buhrufe und deutliche Worte wechselten einander ab.

400 bis 500 Gäste bei einem Film über Arbeitslosigkeit. Und bei vielen der Besucher der vorher nur dürtig angekündigten Premiere hatte Regisseur Martin Keßler den Nerv getroffen. „Neue Wut“ hieß sein Film, erzählte von der wachsenden Zahl von Arbeitslosen, von deren Perspektivlosigkeit – und von der längst nicht mehr nur aufkeimenden Wut gegen „die da oben“, die offenbar den Kontakt zu den Problemen im Lande verloren hätten. Dass Perspektivlosigkeit, Wut, Aggressivität real sind, merkte man im Publikum. Auf der

Leinwand und unter den Premierengästen – gerade in dieser Kombination spürte man, mittendrin zu sein in einem bisher unterbelichteten Stück deutscher Realität.

Szenenwechsel. Eine Wahl vor der Tür, fünf Millionen Arbeitslose und sozialer Sprengstoff mitten in der Gesellschaft. Und das Fernsehen, die Bühne der Gesellschaft? Ein Blick in das Abendprogramm dieser Woche. Am Montag und Mittwoch kickten hoch bezahlte Fußballprofis zur besten Sendezeit bei ARD und Sat1. Jeden Tag wird bei den Öffentlich-Rechtlichen und Privaten mindestens ein betuchter Unternehmer oder Freiberufler im Krimi umgebracht oder darf sich mit Familienproblemen herumschlagen. Dazwischen „Die zehn größten Musikskandale“ (RTL), und ein „Star-Quiz“ (ARD).

Soziale Wirklichkeit und Arbeitslose im Fernsehen? „Leider kein Thema“, räumt ZDF-Programmdirektor Thomas Bellut, selbst einst Politikjournalist, offen ein. Zumindest nicht zur besten Sendezeit. „Programme“, so Bellut, „die sich der sozialen Wirklichkeit annehmen, tun sich schwer. Arbeitslose wollen, vielleicht zu Recht, gerade etwas anderes sehen. Und die anderen schauen es sich auch nicht an, wie die Quoten belegen.“

In der Tat gibt es fast nur eine Programmform, die sich des Problems annimmt. Reportagemagazine berichten auf allen Sendern zwischen Autobahnrasern und Lebensmittelkontrolleuren auch über Sozialhilfeempfänger, Arbeitslose und Ich-AGler. Doch die Form gibt zu denken. Gern werden Sozialarbeiter und Mietberater begleitet, wenn sie mit Arbeitslosen zu tun haben. Ausführlich wird das Schicksal einer Ich-AG gezeigt. Eine voyeuristische Stippvisite in einer fremden Welt. Die Brisanz, die das Thema vom Rande der Gesellschaft in ihre Mitte trägt, fehlt.

„Wir tun uns zuweilen schon schwer mit dem Thema“, räumt auch Norbert Lehmann, Leiter von „zdf.reporter“ ein. Auch er weiß um das Problem, vielleicht eines des Formates. Reportagen zeigten den Menschen. Sie zeigten ein Stück Wirklichkeit, das man sonst nicht sieht – das einen aber auch einmal erreichen könnte. Doch es ist immer wieder ein kurzer voyeuristischer Blick in Abgründe um die Ecke. Probleme, aber keine Lösungen.

Ob es auch am System des öffentlich-rechtlichen Fernsehens liege, in dem Politik in den Gremien stets präsent ist und Reporter unkündbar sind? Ersteres wollte Lehmann nicht kommentieren. Letzteres hingegen lässt er schon gelten, auch wenn es für ihn selbst anders sein mag. Sein Vater war selbst Langzeitarbeitsloser. Eine persönliche Erfahrung, die vielen seiner Reporterkollegen quer durch alle Sender fehlen dürfte. Selbst auf privaten Kanälen wird das Thema immer nur beschrieben. Oft sogar noch extensiver. Schicksale als Quotenbringer? Frei nach dem Motto: Gut zu sehen, dass es anderen schlechter geht?

Zurück nach Frankfurt. Ein-, zweihundert Gäste treffen sich hinterher zum Gespräch. Die Meinungen gehen auseinander. „Kein sehr guter Film, zu lang, zu polemisch“, so die einen. „Ein starker Film, tief und politisch“, die anderen. Ein Film auch fürs Fernsehen? Der Regisseur wirkt ratlos. „Wir versuchen es über die Kinos. TV-Sender wollten ihn nicht haben“, sagt Keßler. Obwohl selbst schon mit Filmen bei Öffentlich-Rechtlichen erfolgreich, konnte er diesmal nicht reüssieren.

Zu politisch, um gefragt zu sein? Einen Fingerzeig gab im Frühjahr eine Tagung in Mainz: Wiederum beim ZDF auf den „Mainzer Tagen“, wo die Branche über „Soziale Wirklichkeiten im Fernsehen“ sprach. Bezeichnend der Vortrag von GfK-Chef Michael Darkow, verantwortlich für die Messung der Einschaltquoten. Arbeitslose? Sie tauchen in den GfK-Statistiken gar nicht auf. Nur „Menschen ohne Arbeit“ sind dort geführt. Gemeint sind Rentner, Hausfrauen und eben auch Arbeitslose.

Werden Arbeitslose also gar nicht von den Medien wahrgenommen? „Warum auch?“, fragte ein Teilnehmer der Tagung, der lieber ungenannt bleiben wollte. Arbeitslose, so seine Begründung, seien keine „werberelevante Gruppe“ also niemand, für den die werbetreibende Wirtschaft Geld in den Medien ausgeben würde.

Nicht von ungefähr scheint ihr Aufkommen in den Medien denn auch eher Ratlosigkeit

hervorzurufen, wie Stefan Niggemeier von der „Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung“ in einem Vortrag in Mainz spitz anmerkte. Zum Beleg beschrieb er, wie die „immer unfassbareren“ Zahlen aus Nürnberg in den Nachrichten durch noch mehr Zahlen endgültig „unfassbarer“ gemacht würden. 5,2 Millionen seien für einen ARD-Reporter ein voll besetzter ICE über 2800 Kilometer, ein Stau von 1700 Kilometern oder ein x-mal voll besetztes Olympiastadion. Nicht besser im ZDF. Dort ergänzt man die Nürnberger mit weiteren Zahlen. Prozentzahlen. Hier plus 16 Prozent, dort plus 28, da wieder plus 17. Oder gleich mal die internationalen ILO-Zahlen. Da erfährt man immerhin, dass es Deutschland besser gehe als Frankreich, den USA und Japan – wenn man diese Zahlen vergleiche.

Wie man in den Medien über das Thema zu berichten habe, sagte auf der gleichen Tagung ZDF-Chefredakteur Nikolaus Brender: „Sensibel sein, aber nicht gleich Alarm schlagen.“ Und er forderte Formate, die zeigten, was sich tue, und die Hintergründe lieferten. Und damit dies gewährleistet sei, so Brender, schicke er seine Leute immer und immer wieder „raus“. Sensibel, Hintergründe, raus? Zumindest im Fall des Vergleichs mit Prozent- und ILO-Zahlen müssen seine Mitarbeiter dies überhört haben. Immerhin dürfen Brender und Bellut für ihr ZDF in Anspruch nehmen, eines der wenigen Programme zu verantworten, wo „Arbeitslose“ zuweilen in der Tat hintergründig und sensibel behandelt werden. Die irgendwo zwischen Politik und Kultur angesiedelte Reihe „37 Grad“ hatte einige Male nicht nur beschreibende Beiträge gesendet, wenn auch dort stets der Link zur Politik fehlte.

Ähnliches findet sich zuweilen in den Dritten der ARD. In den Hauptprogrammen aber bleibt es die Ausnahme. Wie viel man dort von sozialer Wirklichkeit versteht, belegten gerade zwei ARD-Granden im Gespräch mit Angela Merkel. Nicht, dass die CDU-Chefin „brutto“ und „netto“ nicht auseinander halten konnte. Schlimmer: Den Interviewern Thomas Roth und Thomas Baumann fiel es nicht auf. Einziger Trost: Auch in Teilen der Presse sieht es oft nicht besser aus. Schlagzeile der „Bild“ in diesem Frühjahr: „5,2 Millionen Menschen ohne Arbeitslose – tut endlich was!“ Was, verrät „Bild“ nicht.

© Rheinischer Merkur Nr. 34, 25.08.2005



Kommentar zum Artikel