



Es gibt auch einen technischen Wandel: ausrangierte Fernsehgeräte

## Fernsehen und sozialer Wandel Ein Geisterfahrer im VW

Von Katharina Iskandar

27. April 2005 Was ist bloß mit Peter Hartz los? Weiß wenigstens er, wovon er spricht, wenn es um den "sozialen Wandel" geht? Da wird nach ihm die einschneidendste Sozialreform der deutschen Nachkriegsgeschichte benannt, und was macht er, wenn es bei einem Podiumsgespräch um das Thema Arbeitslosigkeit geht? Er macht den Ackermann.

Dabei hatten die Verantwortlichen der 38. Mainzer Tage der Fernsehkritik so hohe Erwartungen gehegt, das Thema Arbeitslosigkeit unter dem Motto "Bilder des sozialen Wandels" zu diskutieren. Was dabei herauskam, waren in der Tat klare Bilder, allerdings solche einer vollständigen Begriffsverwirrung.

Während der ARD-Vorsitzende Thomas Gruber insistierte, die Öffentlich-Rechtlichen seien dem Publikum "Daseinshilfe", verbat sich der Sat.1-Geschäftsführer Roger Schawinski vehement den Begriff des "Unterschichtenfernsehens", um nur einen der vielen Dispute aufzuzeigen, in denen alte Schlachten wiederaufgenommen wurden, ohne zu der Frage überhaupt vorzustoßen, ob und wie das Fernsehen besagten "sozialen Wandel" adäquat begleitet. Es war, als werde auf getrennten Bühnen die Talkshow "Christiansen" gespielt.

### Automann statt Sozialreformer

Szenario eins: Peter Hartz sitzt im gleißenden Studiolicht, um sich mit der ZDF-Nachrichtenmoderatorin Marietta Slomka über die Sozialreformen zu unterhalten. Zuvor hatte der Frankfurter Filmemacher Martin Keßler Ausschnitte seines neuen Films "Wer interessiert sich für die neue Wut?" gezeigt, der vor allem dadurch Aufmerksamkeit auf sich zog, daß er in Michael-Moore-Manier Stimmung macht, indem er eine halbe Stunde lang unreflektierte Äußerungen von Gewerkschaftern und Montagsdemonstranten zeigt. Das war kein guter Vorlauf.

Fauler noch aber war VW-Vorstand Peter Hartzens Eingangswitz: "Ich hoffe, Sie fahren alle das richtige Auto." Irgendwann erinnerte er sich dann doch an das Thema, zu dem er sprechen sollte, und sagte: "(...) Nicht überall, wo Hartz IV drauf steht, ist Hartz IV drin." Punkt. Lehren zum Umgang mit politischen Reformen in den Medien konnte das Publikum aus diesem Interview nicht ziehen. Wohl aber eine: daß der neue VW Fox ein "ganz wunderbares Auto" sei.

### Ist das Dschungelfernsehen ein Argument?

Szenario zwei: Michael Darkow von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), stellt den Fernsehkonsum von Menschen

#### Artikel-Service

→ Fenster schließen

→ Artikel drucken

#### Zum Thema

→ Fernsehkonsum: Siebzig Tage im Jahr vor dem Schirm

→ Die Kultur der Unterschicht ist womöglich unser aller Zukunft

→ Hau den Kritiker

ohne Arbeit vor und verkündet: "Diese Gruppe sieht fünf Stunden und siebzehn Minuten am Tag fern." Das sei schockierend. Es folgt eine präzise, anschauliche Analyse des Sehverhaltens, nach Tageszeiten, Kinderzahl, Lebensverhältnissen. Am Ende weiß das Publikum zweierlei: Die nahezu unerforschte Gruppe der Arbeitslosen ist programmplanerisch nicht relevant, denn Menschen ohne Arbeit schauen zwar mehr fern, die Genreauswahl jedoch - ob Nachrichten, Serien oder Filme - sei die gleiche wie bei den Berufstätigen. Und: Daß die Sehdauer steigt, könne man an den demographischen Umständen festmachen. "Es gibt ja auch immer mehr alte Menschen, die die Zeit zum Fernsehen haben."

Schließlich, Szenario drei: Vier Führungsgestalten des deutschen Fernsehens setzen sich im Stuhlkreis zusammen, um über das Thema "Sozialer Wandel als Programminhalt" zu reden. Statt aber konstruktive Vorschläge zu machen, wie das Fernsehen auf den "sozialen Wandel" reagieren kann, wird das Publikum einmal mehr Zeuge eines nicht enden wollenden Streits um Einschaltquoten, Exklusivrechte und Imagepflege. Bei den Fußball-Übertragungen habe es keine faire Auseinandersetzung gegeben, klagt Schawinski und richtet seinen Vorwurf in erster Linie an den ZDF-Intendanten Markus Schächter.

Die Informationsdirektorin von RTL, Ingrid Haas, spricht sich abermals gegen das Vorurteil aus, die Privaten seien in erster Linie "Spaß-Sender". Die Leute wollten nicht rund um die Uhr mit sozialem Elend konfrontiert werden und seien deshalb offen für leichte Unterhaltung, sagte sie und besann sich mit einem Seitenblick auf den BR-Intendanten Gruber darauf, daß die RTL-Show "Ich bin ein Star, holt mich hier raus" eine überdurchschnittlich hohe Zahl an Akademikern unter den Zuschauern gehabt habe. Ob sich der "soziale Wandel" also in der Quote der Fußball-Übertragungen oder dem Zuspruch fürs Dschungelcamp ausdrückt?

### **Talkshow-Hopper und Big-Brother-Gewinner**

Am Ende kamen die Vorschläge, wie das Fernsehen den "sozialen Wandel" aufgreifen möge, nicht von den Fernsehmachern, sondern den Kritikern. "Das Fernsehen ist eine Traumkiste", sagte Barbara Sichtermann. Arbeitslose wollten keine Arbeitslosen sehen, statt dessen Architekten, Ärzte, Anwälte oder lieber gleich Adelige, die für ihren Luxus nicht arbeiten müßten. Und auch Stefan Niggemeier, Medienredakteur der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung, weiß, daß sich das Fernsehen immer dann in einem Dilemma befindet, wenn neue Arbeitslosenzahlen aus Nürnberg bekanntgegeben werden. "Durch starken Druck auf die Tränendrüse erreicht man niemanden mehr", sagte er und verwies auf "frische Formate", die das Thema von einer optimistischen Seite angingen.

Die Kritikerin Klaudia Brunst, die mehrere Unterhaltungssendungen verglich, verwies darauf, daß sich das Unterhaltungsfernsehen auf den "sozialen Wandel" längst eingestellt habe - und ihn nach Kräften ausbeute: "In den fünfziger Jahren war Vollbeschäftigung noch eine Selbstverständlichkeit." Dann sei das Berufsbild des "Talkshow-Hoppers" entstanden, und "der erste ‚Big Brother‘-Gewinner war ein arbeitsloser Zimmermann aus dem Osten". Das Thema Arbeitslosigkeit - der "soziale Wandel" - ist im deutschen Fernsehen also längst auf die eine oder andere Weise angekommen. Den Kritikern ist es aufgefallen, die Funktionäre arbeiten derweil weiter an ihrer eigenen Show, die jenseits aller Realität spielt. Hauptsache, sie fahren das richtige Auto, schließlich bewegt einen nichts so wie ein - VW?

·  
·  
· Text: F.A.Z., 27.04.2005, Nr. 97 / Seite 44  
· Bildmaterial: picture-alliance/ dpa/dpaweb

·  
·  
·

---

© F.A.Z. Electronic Media GmbH 2001 - 2005  
Dies ist ein Ausdruck aus [www.faz.net](http://www.faz.net)