

Grußwort von Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring
anlässlich der fünften Augsburger Mediengespräche
am 14.09.2006

- Es gilt das gesprochene Wort! -

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich freue mich sehr, Sie zu den fünften Augsburger Mediengesprächen begrüßen zu dürfen. In diesem Jahr können wir Ihnen wieder ein hochkarätig zusammengesetztes Podium präsentieren. Ich darf an dieser Stelle die Podiumsgäste und die Moderatorin, Frau Astrid Frohloff, ganz herzlich begrüßen. Gleiches gilt selbstverständlich auch für Frau Prof. Dr. Joan Kristin Bleicher, die uns noch vor der Diskussionsrunde eine sicher ebenso spannende wie erhellende Einführung in das Thema der heutigen Veranstaltung geben wird. Mein Gruß und Dank gilt auch den Vertretern der Augsburger Medien, die uns wieder in bewährter Weise bei der Organisation der Augsburger Mediengespräche unterstützt haben. Ganz besonders freue ich mich, den Augsburger Oberbürgermeister, Herrn Dr. Paul Wengert, begrüßen zu dürfen. Dem Entgegenkommen der Stadt Augsburg verdanken wir es, dass sich die Mediengespräche hier im Rathaus, dem Herzen der Stadt, etablieren konnten. Und selbstverständlich heiße ich Sie alle hier im Saal willkommen und bedanke mich schon jetzt für Ihr Interesse.

Das Thema der diesjährigen Augsburger Mediengespräche ist: „TV als Lebenshilfe – Seriöser Ratgeber oder doch nur Quotenbringer?“ Nach dem euphorischen Zwischenspiel, das uns der Fußball in diesem Sommer beschert hat, ist kaum zu übersehen, dass die Welt des Fernsehens nach der WM die gleiche ist wie zuvor: Nach wie vor dominieren vor allem zwei Programmformate die Fernsehlandschaft: Real Life-Formate im Doku-Soap-Stil wie die „Super Nanny“ (RTL) oder „Die Kochprofis“ (RTL2) oder „Wohnen nach Wunsch“ (Vox) und Telenovelas wie „Julia – Wege zum Glück“ (ZDF) oder „Verliebt in Berlin“ (Sat.1). Unser Thema heute soll aber nicht die Telenovela sein.

Nach wie vor ist „Lebenshilfe“ in wirklich jedem erdenklichen Bereich ein zentrales Thema in der deutschen Fernsehlandschaft. Ob bei der Erziehung von Kindern oder Haustieren, bei der soliden Finanzplanung, dem stilsicheren Wohnen, der gesunden Ernährung oder beim Schrauben am vierrädrigen Statussymbol: Es gibt kaum eine alltägliche Problemstellung, für deren fernsehgerecht aufbereitete Lösung nicht gleich auch ein ausgewiesener Experte bereit steht.

Dass diese Art von „Gebrauchsanweisung für das Leben“ beim Publikum ankommt, darüber geben die entsprechenden Einschaltquoten Aufschluss. Diese Quoten sind nicht verwunderlich, denn der Service in allen Lebenslagen befriedigt die Bedürfnisse der Zuschauer nach Orientierung und Zerstreuung. Sicherlich sind aber auch Neugierde und ein wenig Schadenfreude mit im Spiel. Für die Fernsehmacher sind diese Programme ebenfalls hoch attraktiv, da sie nicht nur gute Quoten garantieren, sondern zumeist auch noch verhältnismäßig kostengünstig herzustellen sind. Ob das Lebenshilfe-Fernsehen aber letztendlich mehr ist, als nur ein „Schnuller für die Augen“, wie DER SPIEGEL diese Programmform vor einiger Zeit bezeichnete, dieser Frage werden wir heute nachgehen.

Wenn in den meisten Programmen vor allem beraten, erzogen und gehämmert wird oder eine verliebte Lisa Plenske Traumquoten erzielt, gleichzeitig aber Serien mit Qualitätsanspruch wie „Freunde für immer“ kein Publikum finden, sollte man sich einmal grundsätzlich Gedanken über den qualitativen Wandel der Fernsehnutzung machen. Stefan Niggemeier, Medienredakteur der Frankfurter Sonntagszeitung, hat vor kurzem in einem Artikel über das Herbstprogramm nicht zu Unrecht darauf verwiesen, dass eine hohe Einschaltquote nicht unbedingt mit großer Aufmerksamkeit und Anteilnahme der Zuschauer am Programm zu tun haben muss. „Die Fernsehgeräte laufen länger, aber die Menschen schauen weniger hinein“, beschreibt Niggemeier den Wandel der Fernsehnutzung. Aus dieser Erkenntnis ist für mich aber auch folgende Konsequenz zu ziehen: Die Forderung nach mehr Qualität im Unterhaltungsfernsehen, meine Damen und Herren, läuft ins Leere, wenn das Fernsehen offenbar immer mehr als Nebenbei-Medium genutzt wird.

Ich bin jedoch überzeugt, dass Mut zu Neuem auch belohnt wird. Darüber geben Beispiele wie „Stromberg“ (Pro Sieben) oder die „Schillerstrasse“ (Sat.1) Aufschluss. Diese Sendungen haben auf ihre Weise gezeigt, wo die Möglichkeiten des Mediums liegen. Trotz Internet, Mobile Media und anderen Neuheiten bleibt das Fernsehen auf absehbare Zeit das wichtigste Informationsmedium, der große Entertainer und Geschichtenerzähler, der sich mal informativ-dokumentarisch, mal mit fiktionalen Inhalten an uns wendet und dabei hoffentlich auch in Zukunft für beinahe jeden Geschmack viel zu bieten hat. Den Programmachern und Verantwortlichen möchte ich ein Zitat des amerikanischen Filmproduzenten Samuel Goldwyn ans Herz legen, der einmal sagte: „Das Publikum weiß erst dann, was es will, wenn es das, was es will, zu sehen bekommt.“

Doch eines möchte ich abschließend noch zu bedenken geben: Auch wenn die stark vereinfachten „Gebrauchsanweisungen für das Leben“ beim Publikum sehr gefragt sind, sollte man eines nicht vergessen. Und dies sehe ich insbesondere als Vorsitzender der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) problematisch: Die Kinder und Jugendlichen, die in Sendungen wie „Super Nanny“ oder „Liebling, wir bringen die Kinder um“ als schwer erziehbar oder fettleibig vorgeführt werden, haben auch ein Leben nach ihren Fernsehauftritten, in dem dann möglicherweise sie und nicht ihre Eltern einen Coach brauchen.