

Inhalt

MICHAEL GRISKO/STEFAN MÜNKER Fernsehexperimente – technische, ästhetische und ökonomische Dimensionen eines Phänomens – Einleitung	7
LORENZ ENGELL Fernsehen mit Unbekannten. Überlegungen zur experimentellen Television	15
WOLFGANG ERNST Technologie zeitigt Experimente: Eine Programmatik des Fernsehens.	47
KNUT HICKETHIER Das Millionenspiel. Die Wahrheit des Fernsehens liegt in seinen Fiktionen.	67
PETER CHRISTIAN HALL Fernsehen über Fernsehen: Experimente der Selbstvergewisserung oder: Erinnerungen an eine fast vergangene Zukunft.	83
LOTHAR MIKOS Imitation und Adaption statt Experiment. »Innovation« im deutschen Unterhaltungsfernsehen	93
CHRISTIAN SCHULTE Autorenfernsehen als Programmexperiment	105
KLAUDIA WICK »Es soll hier ganz gemütlich sein«. Ereignisse arrangierter Öffentlichkeit – wie das Fernsehen mit der ersten Talkshow »Je später der Abend« seine Gesprächskultur erfand	111
GUNDOLF S. FREYERMUTH Faktion // Intermedialität um 1970. Wolfgang Menges TV-Experimente zwischen Adaptation und Antizipation	121

SUSANNE VOLLBERG

Sicherheit durch Planung und Lenkung. Oder: Warum das
DDR-Fernsehen keine Experimente mochte 149

KLAUS NEUMANN-BRAUN und AXEL SCHMIDT

MTV *to go*. Musikfernsehen und kulturindustrielle
Distributionspolitiken 163

GOTTFRIED LANGENSTEIN

3sat – vom Experiment zum Qualitätsprogramm 179

Autorinnen und Autoren 187

Fernsehexperimente – technische, ästhetische und ökonomische Dimensionen eines Phänomens – Einleitung

MICHAEL GRISKO/STEFAN MÜNKER

Die Innovation kennzeichnet wie kaum ein zweites Phänomen unsere moderne Kultur. Was um 1900 im Kontext der Avantgardebewegung noch als Zeichen des ästhetisch-kulturellen Aufbruchs und damit auch als Bruch mit den Traditionen verstanden wurde, erschöpft sich nicht erst heute oftmals in einer Ausweitung und sensationellen Steigerung der Wahrnehmungssensorik mit dem Ziel der Ertragssteigerung. Technische und ästhetische Experimente und die ihnen folgenden Innovationen werden längst auch von betriebswirtschaftlichem Ertragskalkül gesteuert. Die ästhetische Kategorie des Neuen, so heißt es bereits bei Adorno, ist »fügsam dem Verwertungsbedürfnis des Kapitals«. Und die Massenmedien, allen voran das Fernsehen, sind der von Theoretikern ebenso oft gescholtene wie von Zuschauern geliebte Motor dieser kulturindustriellen Innovationsdynamik.

Und doch ist es Bestandteil jener Dialektik der Kulturindustrie, die ihre Kritiker geflissentlich ignoriert haben, dass das Fernsehen im Laufe seiner Geschichte eine genuine Kultur audiovisueller Werke ausgebildet und diese durch zahlreiche ästhetische und technische Experimente auf allen Ebenen der Produktion, der Rezeption und deren zahlreichen Zwischenstufen immer weiter ausdifferenziert hat. Viele Experimente blieben ohne Folgen, andere veränderten Programm, Organisation und Rezeption nachhaltig; allen gemeinsam aber war und ist bis heute, dass sie im Spiel mit den Möglichkeiten des Mediums die Grenzen seines Gebrauchs immer wieder neu erweitert haben.

Die Beiträge des Buches verstehen sich als eine erste Bestandsaufnahme einer Kulturgeschichte des Experiments im deutschen Fernsehen. Dabei verfolgt die Zusammenstellung weder das Ziel einer chronologisch geschlossenen Bestandsaufnahme, noch erhebt sie den Anspruch, eine vollständige Geschichte des Rezeptionswandels von der Einführung des Fernsehens bis zur Gegenwart zu schreiben. Vielmehr handelt es sich um die Vorstellung einzelner Bausteine zu einer anders gedachten Geschichte des deutschen Fernsehens.

Bei dieser Bestandsaufnahme muss nicht nur die Vorgeschichte des Fernsehens bis in die 1950er Jahre weitgehend ausgeblendet werden, auch die

transnationalen – vor allem amerikanischen – Einflüsse auf den deutschen Fernsehmarkt können nur streiflichtartig behandelt werden.

So unterschiedlich wie die einzelnen Aspekte des Fernsehens selbst, so divergent sind auch die Schwerpunkte der folgenden Beiträge. Sie fokussieren verschiedene Zeiträume der Fernsehlandschaft, thematisieren und problematisieren unterschiedliche Genres, Formate und Einzelsendungen aus allen Bereichen der Information und Unterhaltung und nicht zuletzt die Ästhetikkonzepte ganzer Sender oder einzelner Produzenten. Mit der Frage des Anspruchs und der Umsetzung des Experiments haben sich Fernsehpraktiker, Kritiker und Medienwissenschaftler aus verschiedenen Perspektiven und entsprechend divergierenden Herangehensweisen befasst.

Eine grundlegende Bewertung des Verhältnisses von Experiment und Fernsehen unternimmt der Weimarer Medienphilosoph Lorenz Engell auf der Basis neuester Erkenntnisse zur Bedeutung des Experiments in wissenschaftssystematischer Perspektive. Seine unter dem Titel »Fernsehen mit Unbekannten. Überlegungen zur experimentellen Television« stehenden Reflexionen verfolgen auf einer historischen Achse die Fernsehexperimente von den ersten technischen Versuchen über die institutionelle Implementierung bis hin zu *den* televisionären Großereignissen: der Mondlandung 1961, »Wünsch Dir was«, dem Golfkrieg und »Big Brother«. Engell verfolgt dabei die These, dass »Fernsehexperimente das Fernsehen zugleich als technisches und als epistemisches Objekt einsetzen«.

Der Berliner Medienarchäologe Wolfgang Ernst zeichnet im Rahmen seiner Analyse des Fernsehens experimentelle Situationen nach, in denen diesseits inhaltlicher Deutungen das technische Material des Mediums als solches thematisch wird. Dabei geraten bei Ernst Effekte des Fernsehens in den Blick, die er als technische Programmierungseffekte liest und zu Ansätzen einer »subsemantischen Informationstheorie des Fernsehens« zusammenfügt.

Mit der deutschen Fernsehgeschichte im engeren Sinne setzt sich Knut Hickethier auseinander. Er sieht in der Produktion »Millionenspiel« von 1970 eine entscheidende Zäsur in der deutschen Fernsehspielgeschichte. Diese sei kein »Zufallsereignis«, sondern eine Produktion, die »innerhalb einer Reihe von Fernsehproduktionen [steht], die gezielt auf eine Veränderung der fiktionalen Welt im Fernsehen hin arbeiteten«. Dabei macht der Hamburger Fernsehwissenschaftler innerhalb des WDRs eine doppelte Bewegung aus, die er als eine »»Filmisierung des Fernsehspiels«« und eine »Öffnung zur Außenwelt hin, zu flexiblen und variablen Formen des audiovisuellen Erzählens« kennzeichnet. Diese verfolgt er dann unter dem Begriff der Hybridisierung stichpunktartig bis in die Fernsehgegenwart der 1990er Jahre.

Ebenfalls mit der im »Millionenspiel« praktizierten Form der kritischen Bestandsaufnahme des Mediums Fernsehen im Fernsehen setzt sich der langjährige Leiter der Mainzer Tage der Fernsehkritik Peter Christian Hall auseinander. Indem er einen Blick auf die unterschiedlichen Formatexperimente wirft, die versuchten das eigene Medium zu reflektieren, zeichnet er nicht nur einen fast vergessenen Ausschnitt deutscher Fernsehgeschichte nach, sondern erlaubt auch einen Einblick in die eigenen Hoffnungen und (verpassten) Chancen des Mediums. Er leitet aus den Funktionszuweisungen für das öffentlich-rechtliche Fernsehen mit Blick auf die Medienkritik die Forderung ab: »Medienkritik also nicht als Fernsehexperiment«, sondern als »selbstverständlichen Programmbestandteil« zu betrachten.

Innovationen als Teil der veränderten Rahmenbedingungen untersucht der Beitrag von Lothar Mikos. Unter dem so programmatisch wie weitreichenden Titel: »Imitation und Adaption statt Experiment. ›Innovation‹ im deutschen Unterhaltungsfernsehen« beleuchtet der Potsdamer Medienwissenschaftler die Veränderungen bei der Sportübertragung und -präsentation und die Auswirkung des globalen Fernsehmarkts auf die Programmangebote der Fernsehsender. Formate bewegen sich seiner Ansicht nach »auf dem schmalen Grad zwischen der Fortschreibung von Programmtraditionen und dem Bruch mit dem Gewohnten. Experimente«, so die Feststellung weiter, »finden dabei kaum noch statt«.

Als außergewöhnlichen Kreativposten in der deutschen Fernsehlandschaft beschreibt Christian Schulte den Film- und Fernsehmacher Alexander Kluge und dessen Programmexperimente. Alexander Kluge war Mitbegründer der Produktionsfirma DCTP, für die er seit Gründung der privaten Fernsehsender Mitte der 1980er Jahre Dokumentationen produzierte. Der Wiener Medienwissenschaftler und intime Kenner des Gesamtwerks kommt nach einer Bestandsaufnahme der Formate zu dem Schluss: »Der Satz ›Das Nichtverfilmte kritisiert das Verfilmte‹ charakterisiert vielleicht am besten Kluges Projekt einer kritischen Öffentlichkeit, wobei Kritik nicht – wie in der Fernseh- und Kulturkritik üblich – als Bewertungspraxis im kulturellen Feld zu verstehen ist, sondern – ganz im ursprünglichen Sinne des Wortes – als Versuch, Unterscheidungsvermögen herzustellen.« Er bleibt mit dieser Haltung sicherlich eine Ausnahmeerscheinung im deutschen Fernsehgeschäft.

Hatte schon Knut Hickethier die Zeit der 1970er Jahre als die eigentliche Labor- und Experimentalphase ausgemacht, unterstreichen dies in ganz unterschiedlicher Weise auch die Beiträge von Klaudia Wick und Gundolf Freyeremuth.

Klaudia Wick blickt zurück in die Zeit von »Je später der Abend« und damit auf die Anfänge der Gesprächskultur im deutschen Fernsehen, kurz,

auf das Experiment Talk-Show am 30. Oktober 1974. Ihre Betrachtung geht von der Sendung, den Unsicherheiten des Publikums, der Moderatoren und Gäste, aber auch den technischen Bedingungen und Besonderheiten des Abends aus, um von dort eine Linie bis in die Gegenwart zu ziehen. Denn obwohl es schon die 19. Ausgabe der Sendung war, sieht die Berliner Fernsehkritikerin hier die »eigentliche Initiation der Talkshow in Deutschland«, weil sich, so Wick weiter, »zum ersten Mal (...) hier die vielen widersprüchlichen Erwartungen an die neue Sendeform gleichzeitig zu erfüllen« schienen.

Mit den Begriffen der »Faktion« und »Intermedialität« versucht Gundolf S. Freyermuth die Zeit der Fernsehexperimente – vor allem die von Wolfgang S. Menge – in den 1970er Jahren zu fassen. Der Kölner Medientheoretiker und -praktiker sieht in dieser Zeit neben den Jahren um 1950 und 2000 eine mittlere Wendephase, eine Zeit des telemedialen Umbruchs, die er an der Vermischung von fiktionalem und faktischem Erzählen festmacht und die er – in Formen intermedialer Antizipationen – als Teil des Fernsehalltags der Gegenwart ausmacht.

Einen Blick in die deutsch-deutsche, speziell die ostdeutsche Vergangenheit, wirft Susanne Vollberg und verdeutlicht die Notwendigkeit der »Sicherheit durch Planung und Lenkung. Oder: warum das DDR-Fernsehen keine Experimente mochte« – so der Titel ihres Beitrags – und benennt damit das unerwünschte Kreativpotential im Medium Fernsehen. Lediglich in der Versuchsphase von 1952–1955, so konstatiert die Leipziger Fernsehwissenschaftlerin, sei ein Experimentiergeist spürbar gewesen, aber auch nur, weil »die Wirkung des neuen Mediums noch viel zu gering war, als dass man mit ihr schon Politik hätte machen können.« Später sind es im staatlich gelenkten Fernsehen vielmehr kontrollierte Innovationen, die eine Fortschreibung des Mediums garantieren. »Die ständige Angst vor Kontrollverlust und unkalkulierbaren Risiken, verbunden mit dem festen Glauben an die Macht des Mediums, ließen seitens der politischen Führung und der Leitungsorgane des DDR-Fernsehens kaum Spielräume zur Erprobung neuer ästhetischer, inhaltlicher und formaler Elemente.«

Mit der Frage des Experiments als Teil von Senderkonzepten und Dachmarken setzen sich aus ganz unterschiedlicher Perspektive die Beiträge von Klaus Neumann-Braun/Axel Schmidt und Gottfried Langenstein auseinander. Sowohl der private Musiksender »MTV« als auch der öffentlich-rechtliche Sender »3sat« stehen charakteristisch für die Anfang der 1980er Jahre systematisch betriebene Erweiterung der Sender im Vor- und Umfeld der Zulassung privater Sender in Deutschland; beide jeweils für ganz unterschiedliche Tendenzen und gänzlich andere historische Entwicklungen bis zur Gegenwart.

In dem Sender »MTV« sehen die Autoren Neumann-Braun/Schmidt das herausragende Beispiel für die Veränderung kommerzieller Pop-Kultur. Ihr Fazit: »(Pop-)Musik und Bilder sind einen weiten Weg gegangen: Die Stationen heißen Visualisierung – Digitalisierung – Mobilisierung/Flexibilisierung.« Das Autorenduo zeichnet die Geschichte des Spartensenders vor dem Hintergrund strategischer und technischer Allianzen, aber auch vor der Folie ökonomischer Notwendigkeiten – vom Videoclip bis zum Handyklingelton. Die Entwicklung ist eine Form des Dauerexperiments in einem sich rasant wandelnden Lifestylemarkt zwischen musikalischer und visueller Software und technischer Hardware. Was einstmals als Video bei MTV seinen Anfang nahm, ist heute kaum wiederzuerkennen: »Die Bild-Musik ist entfesselt, schnell und spektakulär dynamisch geworden und hat sich zugleich als Klingelton und Soundschnipsel fragmentiert.«

Der Sender ist damit auch ein Beispiel dafür, wie stark innovative Formate dem Zeitgeist unterliegen, eine eigene spartenimmanente Dynamik entwickeln und sich in einem Prozess permanenter Selbstinnovation, die ja auch immer eine Form der Selbstreflexion bzw. Hinterfragung ist, selbst ihrer eigenen Grundlagen berauben.

Ein ganz anderes Experiment liegt dem öffentlich-rechtlichen Sender »3sat« zugrunde. Der Intendant Gottfried Langenstein skizziert in seinem Beitrag nicht nur die übernational-experimentellen Gründungsrahmenbedingungen, sondern auch den Versuch, auf Programm- und Formatebene ein alternatives Vollprogramm zu bieten, das durch seine Schwerpunkte Kultur und Wissenschaft die Fernsehlandschaft im deutschsprachigen Ausstrahlungsraum komplettiert. Die Kultur des Experiments hat hier eine wichtige Nische bekommen.

Die Geschichte von Medien ist immer zugleich die Geschichte der Entwicklung ihrer technischen Basis *und* die Geschichte ihres pragmatischen Gebrauchs durch Produzenten und Rezipienten – und das bedeutet, dass die Dynamik des medialen Fortschritts nur erklärbar wird vor dem Hintergrund der Interdependenz von technischen Möglichkeiten und pragmatischen Visionen. So müßig daher die Diskussion um ein historisches Apriori von Technik versus Gebrauch anmutet, so entscheidend sind in der Geschichte der jeweiligen Medien jene (gar nicht so seltenen) Momente, an denen jene Interdependenz sichtbar wird: nämlich die Momente des Experiments, in denen diejenigen, welche die Medien nutzen, an die Grenzen des technisch Machbaren oder an die Grenzen des programmatisch Gewollten stoßen.

Kaum ein Medium nun ist in seiner Geschichte ähnlich häufig durch experimentelle Situationen zu Veränderungen motiviert worden wie das auch im digitalen Zeitalter (noch) dominierende Leitmedium unserer Gesell-

schaft: das Fernsehen. Und wenngleich sich die Geschichte des Fernsehens aus unterschiedlichen Perspektiven zu Recht als Technik-, Programm-, Format-, Gesellschafts- oder Zuschauer-geschichte schreiben lässt, verspricht der fokussierte Blick auf innovative Experimente mit dem Medium der Television exemplarisch grundlegende Auskünfte über die Fortschrittsdynamik des meistgenutzten Mediums unserer Zeit.

Um 1900 beflügelte noch der Reiz der technischen Neuerung die Phantasie der Erfinder und Bastler – wenn auch damals weniger Unterhaltung und Information als vielmehr militärische und ökonomische Zwecke nicht das primäre Nutzungsinteresse ausbildete. Auch nach der Einführung des Sendebetriebs in den 1930er Jahren bestimmte die Frage der Bild- und Übertragungsqualität den Fernsehalltag. Jedoch erhoben sich auch schon zu dieser Zeit die ersten Stimmen, die in einem attraktiven Programm die einzige Überlebenschance des Fernsehens sahen. Die Fragen der Übertragung und des Empfangs bestimmten in den Nachkriegsjahren den Aufstieg zum Massenmedium. Der Fernseher, zunächst Statussymbol des Wirtschaftswunders der Nachkriegszeit und kollektiver Sammlungspunkt der modernen Gesellschaft, wird im Laufe der Zeit zum Massenmedium und Alltagsgegenstand. Mit der Einführung der MAZ-Technik veränderten sich die ästhetischen Möglichkeiten der Formate. Die Zeit der gesellschaftlichen Öffnung in den 1970er Jahren hat zu einer später nie wieder erreichten Experimentierfreude der deutschen Fernsehverantwortlichen geführt: Fernab von Quotendebatten und der Durchsetzung internationaler normierter Unterhaltungsstandards werden Experimente produziert und gesendet; noch lässt die finanzielle Ausstattung der Sender diese Möglichkeiten zu.

Nicht weniger wichtig als das Spielen mit unterschiedlichen Formaten sind technische Experimente wie die Einführung der schnell selbstverständlichen Fernbedienung, die Durchsetzung des Videorecorders oder die massenhafte Verbreitung der Satellitenempfangsanlagen und parallel dazu die Einführung des dualen Systems mitsamt der explosionsartigen Vermehrung von Sendern und Programmen: Lange Zeit fast unbemerkt setzt in den 1980er Jahren eine tendenzielle, gleichwohl irreversible Individualisierung der Nutzung des Fernsehens ein, von der sich erst noch zeigen muss, ob überhaupt und wenn ja, wie verändert, das Massenmedium Fernsehen sie am Ende überleben wird.

Heute nun, wo Private-Equity-Investoren ganze Senderketten übernehmen, scheint das ästhetische Experiment im Fernsehen zum Anachronismus zu werden. Beschwören auf der einen Seite die Chefs der Senderketten die Notwendigkeit des Experiments zur Stabilisierung und Steigerung der Quote, ist genau dieses Moment die eigentliche Bremskraft für die tatsächliche Innovationen. Denn wirklich neue Formate und Experimente

haben aufgrund des Quotendrucks nur ein denkbar kleines Bewährungs-fenster im Programm oder einen Sendeplatz fernab der massenkompatiblen Wahrnehmung. Gleichzeitig zwingt der Druck zur Massenkompatibilität zum Rückgriff auf bekannte, bereits erprobte und bewährte Muster. Die vom Medium und den Redaktionen geforderte ästhetische, inhaltliche und technische Standardisierung kann – zumindest innerhalb des klassischen Fernsehgeschäfts – nur in immer kleiner werdenden Fenstern hinterfragt und durchbrochen werden – wenn überhaupt. In diesem Sinne fordert und fördert das Fernsehen die laufende Neuerfindung des Bekannten bzw. die Wiedererkennbarkeit des Alten im Neuen. Zwar gibt es fast jeden Tag einen neuen Spartensender – von Golf-TV bis zum Astrosender –, jedoch beschränkt sich hier das innovative Moment auf die Differenzierung einzelner Angebote. Pessimistisch könnte man konstatieren, dass technische Innovationen nur noch dort den Fernsehalltag (mit)bestimmen, wo sie Produktionskosten senken bzw. neue Vertriebs- und Verwertungsstrategien und damit neue Kundenkreise erschließen bzw. die alten erhalten.

Zudem hat sich in den vergangenen Jahren die Entstehung neuer Präsentationsformen audiovisueller Formate aus dem Bereich des Fernsehens fast vollständig in die digitalen Welten des Internets und dort wiederum – als derzeit letzter Schritt der Individualisierung – aus der Kontrolle der Broadcast-Produzenten in die Hände von produzierenden Zuschauern verlagert. Die steile Karriere des Internetvideoportals »Youtube« ist hierfür nur das prominenteste Beispiel. Für die etablierten Sender gibt es konsequenterweise gar keine Alternative dazu, ebenfalls andere Abspielstätten zu erproben. Für das Mobiltelefon oder den Webbrowser werden z. Zt. neue Formen der televisionären Unterhaltung entwickelt – wenn auch derzeit zumeist nur als Ableger der durch die quotenträchtigen Senderplattformen bekannten Formate. Fernsehexperimente, die diesen Titel verdienen, weil sie nicht (oder doch: nicht nur) als Innovationen zur Generierung neuer Profitquellen, sondern zunächst als spielerische Auseinandersetzungen mit den Grenzen und Möglichkeiten des eigenen Mediums auftreten, werden gerade deshalb vor allem außerhalb des Fernsehers zu beobachten sein. Die Neuerfindung des Mediums als emphatischer Kern jedes Experiments verlangt derzeit eben konsequenterweise danach, das Medium zu verlassen. Ob das Fernsehen aus diesem Prozess so herauskommt, wie es in ihn hineingeraten ist – als Leitmedium unserer Gesellschaft nämlich –, lässt sich nur schwer prophezeien; dass es im Zuge der fortschreitenden Konvergenz der Einzelmedien schon in absehbarer Zeit ganz anders erscheinen wird, als wir es kennen – das wiederum ist ebenso absehbar, wie wenig überraschend. Denn der Wandel seiner Erscheinungsformen ist der Geschichte des Fernsehens schließlich schon immer inhärent.