

Input für die Veranstaltung:

„Zwischen Aufklärung und Bedeutungsverlust – Wie wichtig sind die Politikmagazine?“ (Samstag, den 4.7., 14.15 – 15.15 Uhr, K 3 Forum)

Thesen von Prof. Bernd Gäbler aus der OBS-Studie:

„...den Mächtigen unbequem sein“ - Anspruch und Wirklichkeit der TV-Politikmagazine (Otto Brenner Stiftung; AH 81; Frankfurt/Main Juli 2015)

1. Die Sender rühmen sich zwar der Politik-Magazine, behandeln sie tatsächlich aber nicht gut

Im Zeitraum der Untersuchung (Mitte September bis Ende Dezember 2014) gab es insgesamt 51 einzelne Ausgaben der analysierten acht politischen Magazine.

RTL hat **Spiegel-TV** auf den immer späteren Sonntagabend geschoben. Vorher läuft meist ein B-Movie, Anfangszeiten und Länge des Magazins variieren zwischen 45 Minuten und mehr als einer Stunde. Manchmal dauert Spiegel-TV bis 0.30 Uhr.

Frontal 21 läuft im Prinzip wöchentlich, fällt aber aus, wenn im ZDF Fußball-Champions-League ist (14.10.), aber auch, wenn parallel in der ARD Fußball läuft (18.11.). Ausgerechnet dann, wenn politisch etwas los ist, also um 19.20 Uhr ein ZDF-Spezial ausgestrahlt wird, wird frontal 21 gekürzt.

In der **ARD** gibt es sechs verschiedene Magazine an zwei Terminen (dienstags und donnerstags). Zwischen einer und der nächsten Ausgabe von Fakt lagen einmal zwei volle Monate. Das ist keine klare Markenführung. Wenn Fußball ist (DFB-Pokal am 28.10., Länderspiel am 18.11.), fallen die politischen Magazine aus, ebenso zur ESC-Vorauswahl und zur Bambi-Verleihung. Sie sind der Programmpuffer vor den Tagesthemen. Wenn nach der Tagesschau ein ARD-Brennpunkt gesendet wird, werden die Magazine gekürzt, einmal sogar auf eine Stummelausgabe von nur 15 Minuten.

Die ARD-Programmdirektion gibt in jedem Jahr eine Broschüre „Qualität und Quote“ heraus. In den Jahren 2012 und 2013 rühmte sie sich darin auch der politischen Magazine. In der Ausgabe für das Jahr 2014 kommen die politischen Magazine schon gar nicht mehr vor.

2. Die Inhaltsanalyse der politischen Magazine ergibt: Es gibt ein Übergewicht von Themen aus den Bereichen Gesundheit und Soziales

Im analysierten Zeitraum behandelten fast 40 % aller Beiträge in den ARD-Magazinen (36 von 95) Themen aus den Bereichen Gesundheit und Soziales. Dabei war übrigens nur ein Beitrag, in dem es um Ebola ging. Einzelne Missstände, ja sogar Einzelschicksale stehen oft im Vordergrund. Zur Digitalisierung gab es dagegen nur einen Beitrag. Große, über die Tagespolitik hinausweisende Themen wie Grundsätzliches zu Europa, Ziel und Zweck der Bundeswehr oder Zukunft der Arbeit kommen viel zu selten, der NSU-Prozess kam gar nicht mehr vor.

Viele Beiträge sind völlig losgelöst oder abgetrennt von der Partei- und Innenpolitik. Die wird weitgehend den Nachrichten und Hauptstadtstudios überlassen. So findet eine Aufspaltung der Politik-Berichterstattung in Macht- und Parteitaktik einerseits und Gesellschaftspolitik andererseits statt.

3. Es gibt einen gemeinsamen „Look“, eine „Machart“ der Politik-Magazine, die leicht zur Marotte werden kann

Fast alle Magazine bieten einen Wechsel von Moderation und Beitrag an. Der Wortanteil der Moderation ist gering. Es besteht die Gefahr einer wenig variablen, montonen Gestaltung. Durch die Sendelänge von 30 Minuten (bei den ARD-Magazinen) ist es kaum möglich, mit stark unterschiedlichen Längen der Beiträge zu spielen oder gar ein mehrminütiges Live-Interview einzubauen. Die verantwortlichen Politiker kommen so fast nur in Häppchenform vor.

Typische Formen des Magazin-Journalismus sind: Überfall-Interviews; Anonymisierungen; Journalisten, die sich selbst beim Telefonieren oder Tippen zeigen; Zitate aus Dokumenten; nachgestellte Szenen, die meist aber eher vorgestellte Szenen sind. Manches davon ist sicher notwendig, vieles verkommt zur Masche.

Wenn wir uns nicht allein Highlights anschauen, die es natürlich immer wieder gibt (z.B. Monitor in Sömmerda), sondern durchschnittliche Beiträge, so dominiert ein Beitragstypus, den die Engländer „patronising journalism“ nennen. Ein Reporter kümmert sich um Betroffene, deren Schäden eine Versicherung nicht zahlt. Die Betroffenen leiden, die Versicherung verdient viel Geld. Am Ende erreicht der Reporter etwas für die Betroffenen. Bei der klassischen Recherche-Simulation nennt ein Interessenverband dem Rechercheur besonders „krasse“ Fälle, die dieser dann verfilmt und der Verbandsfunktionär kommt als „Experte“ zu Wort.

Manchmal werden auch Spekulationen als Recherche ausgegeben. Fakt entlarvt militante Tierschützer als terroristisch und stellt aufgeregt dem Geschäftsführer des Reiseunternehmens Unister nach, weil das Magazin die Akten einer staatsanwaltschaftlichen Ermittlung kennt. Beide Beiträge sind leider ohne jeden

Kommentar aus der Mediathek entfernt worden. Kontraste anonymisiert sogar die Leiterin des Kindergartens am Görlitzer Park und frontal 21 (28.10) anonymisiert, bei einem Treffen auf der Parkbank, den islamistischen Freund eines nach Syrien gezogenen deutschen Dschihadisten – von dem wir am Ende aber erfahren, dass es nur ein Schauspieler war, der diesen Freund spielte.

4. Es gibt eine gemeinsame „Ideologie“ der politischen Magazine: den Glauben an die Allzuständigkeit des Staates

Natürlich hat Politik sehr viel mit dem Staat und Gesetzen zu tun. Gesetze sollen geschaffen oder verändert, Gesetzeslücken sollen geschlossen werden. Darauf zielen sehr viele Magazinbeiträge. Die Standardformulierung – sowohl in den Filmbeiträgen wie in den Moderationen – lautet: „Die von XY Betroffenen werden alleingelassen“. Um irgendwen kümmert sich die Politik nicht bzw. resignierte oder wütende Bürger „fühlen sich allein gelassen“. Das gilt fast immer: für Schmerzpatienten; für Menschen, die allein sterben; für Opfer von Banken, die mit einer Renditeerwartung von 20 Prozent in einen Schiffsfonds investiert haben, der nun nichts mehr wert ist; für Anwohner, in deren Grundstücke Baumwurzeln ragen; für Hausbesitzer, die Gebühren bezahlen müssen; für Dorfbewohner, in deren Wald zu viele Spinnerrauen sind.

Dass es Eigenverantwortung gibt, Selbsthilfe, bürgerschaftliches Engagement wird fast immer zugunsten eines behaupteten Dualismus von unschuldigen Betroffenen und untätigen Politiken geleugnet. Klagend oder appellativ wird unterstellt: Der Staat soll alles regeln – aber ganz schlimm ist es, wenn sich dann die Parteien streiten. Dieser Blick auf den fürsorglichen Staat ist der Blick eines Konsumenten.

5. Ein Wort zur Quote

Es gibt eine ausgefuchste „Wissenschaft“ der Quoten, Marktanteile, Sendeplätze etc. Im Großen und Ganzen lassen sich die öffentlich-rechtlichen Magazine in drei Kategorien sortieren:

- frontal 21 = ungefähr 8 Prozent Marktanteil
- Die ARD-Magazine am Donnerstag = ungefähr 10 Prozent Marktanteil
- Die ARD-Magazine am Dienstag = ungefähr 12 Prozent Marktanteil

Der Unterschied beim Marktanteil der ARD-Magazine am Dienstag und am Donnerstag entspricht ziemlich genau dem Unterschied des Vorprogramms.

Quotenkönig ist derjenige, der es schafft, das Abschalten der Zuschauer, die gerade noch das Quiz oder die Krankenhausserie angeschaut haben, möglichst hinauszuzögern. Darum prägt das Vorprogramm die Magazine besonders am Dienstag. Sie beginnen regelmäßig mit emotional aufgeladenen Gesundheitsthemen

(Report Mainz bezieht sich dabei sogar moderativ auf die Sachsenklinik) oder bastelt weinende älteren Damen schon in den Vorspann ein (Report München).

6. Handlungsempfehlungen

frontal 21 hat im Prinzip gute Voraussetzungen, um als starke Marke des ZDF ein abwechslungsreiches, investigatives und aufklärerisches wöchentliches Magazin zu sein. Nur: Das ZDF müsste das auch wollen. Es fehlt an einer stabilen Beitragsqualität, einer langfristigen Recherchestrategie und einem attraktiven Online-Angebot.

In der **ARD** haben mindestens ein Drittel aller gezeigten Beiträge nichts in Politik-Magazinen zu suchen. Es sind Service-Beiträge oder Beiträge, die nur dem Emotions-Management dienen. **Sechs Magazine sind zu viele**. Weniger wäre mehr. Eine Reduktion auf wenige, starke Marken wäre sinnvoll. Kontraste und Fakt wirken überfordert – zu viele Beiträge haben nur das Niveau für Regionalmagazine. Sie sollten als erstes in die jeweiligen Dritten Programm zurückgezogen werden. Die ideale Sendungsdauer ist 45 Minuten. Das böte Gestaltungsspielraum: für kurze und lange Formen, geistreiche Moderationen und Interviews. Ein Zeichen für die ernste Absicht, ein Politik-Magazin mit der Kraft zum „Agenda Setting“ zu etablieren, wäre ein starkes ARD-Magazin, ausgestrahlt wöchentlich, am Montag um 20.15 Uhr.

Insider, die den Apparat kennen, halten das für ausgeschlossen. Die einzelnen Sender seien so stark, dass eine Binnenkonkurrenz unbedingt notwendig sei – aber auch die Reduktion auf zunächst vier, dann zwei Magazine wäre (bei der Konzentration der redaktionellen Stärken) ein Gewinn.

Spiegel-TV muss sich entscheiden, was es sein will: ein politisches oder buntes Gesellschaftsmagazin für Allerlei.

(Es gilt das gesprochene Wort)