

DEUTSCHLANDFUNK

Redaktion Hintergrund Kultur / Hörspiel

Redaktion: Ulrike Bajohr

Quote, Quatsch und Qualität

Der deutsche Fernsehmarkt und seine Währung
von Barbara Sichtermann und Simon Brückner

Produktion: 3.-6. Juni ab 8.40 in 8/1 !

Sprecher: M.H. Cirpici

Sprecherin: N. Boguth

Sendung: 7. Juni 2013

Urheberrechtlicher Hinweis

Dieses Manuskript ist urheberrechtlich geschützt
und darf vom Empfänger ausschließlich zu rein
privaten Zwecken genutzt werden.

Die Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige
Nutzung, die über den in §§ 44a bis 63a Urheberrechtsgesetz
geregelt Umfang hinausgeht, ist unzulässig.

© **Deutschlandradio** ||

Musik: CD Fadenkreuz, Tatort Theme2K3, Clubremix

Track 1: Radio Edit

Track 3 DJ Spacecase Meet Observer Remix

Track 4: Villa+Vernet Lounge Mix

Arch.nr.: 6080074/LC06350

O-Ton Darkow

Sie haben mir zu Beginn unseres Gespräches die erschreckende Mitteilung gemacht, dass Sie mit diesem Thema eine ¾ Stunde Sendezeit abdecken wollen. Glauben Sie ernsthaft, dass jemand eine ¾ Stunde mir und Ihnen zuhört? Das können Sie vergessen

Ansage:

Quote, Quatsch und Qualität

Der deutsche Fernsehmarkt und seine Währung

Ein Feature von Barbara Sichtermann und Simon Brückner

Collage mit Fernseh-O-Tönen

Sprecherin

Ob sie als Erfolge verbucht werden können - die Fuballubertragung, die Casting-Show, der „Tatort“ oder der Dreiteiler „Unsere Mütter, unsere Väter“- das erfahren die TV-Produzenten und Redakteure am Morgen nach der Ausstrahlung.

Sprecher

Sie erfahren es über die Einschaltquoten. Die *Quote* gibt oder nimmt den Segen fürs Weitermachen.

Sprecherin

Entspricht sie den Erwartungen oder geht sie gar darüber hinaus, darf der Privatsender die nächste Staffel planen und seine Preise für die Werbeminuten erhöhen.

Für 30 Sekunden kann er ab 1.500 Euro im Vorabendprogramm verlangen, 30 bis 60.000 Euro bei attraktiven Shows und bis zu 400.000 bei Events wie einem Fußball-WM-Endspiel.

Sprecher

Ist die Quote mies, gibt es auch bei den Öffentlich-Rechtlichen, ein besorgtes Kopfschütteln und für etwaige Fortsetzungen kein grünes Licht.

Sprecher 2

„Wir sind in einem Wettbewerb um die Gunst des Publikums. Wenn wir mit sehr schönen Sendungen in der Akzeptanz insgesamt auf sechs, sieben Prozent absacken, dann sind wir erledigt.“ Fritz Pleitgen, langjähriger WDR-Intendant, gegenüber Spiegel-Online.

Sprecherin

Gemessen wird die Quote bei der Gesellschaft für Konsumforschung in Nürnberg. Geschäftsführer der Sektion Fernsehforschung bei der GfK ist Michael Darkow.

O-Ton Darkow

Im Fernsehen können wir den Nachweis führen, wie es sozusagen mit dem Aussteigen aus dem Programm abläuft, gerade dann, wenn es um etwas schwierigere Themen geht. Dann wissen wir halt, dass nach einer halben Stunde Ende eigentlich des normal-aufmerksamen Sehverhaltens gegeben ist, und dann steigen die Leute ab. Logische redaktionelle Konsequenz daraus: Ihr Leute auf der Reportage- und Dokumentarseite, macht doch bitte aus euren 45-Minuten-Geschichten dreißig. Ja, aber in drei- das geht gar nicht. Das Thema ist so kom- da brauchen wir mind- und wenn nicht-eigentlich müssten wir ne Stunde. So in etwa.

Sprecherin

Michael Darkow kennt seine Pappenheimer. Das Publikum, meint er, ist

vergnügungssüchtig und erträgt höchstens dreißig Minuten Information. Wahrscheinlich hat er Recht. Zwar können auch „schwierigere Themen“ Vergnügen bereiten und länger fesseln und quietschbunte Shows eher nerven, aber in der Regel sind Zuschauer, die so denken, in der Unterzahl.

Sprecher

Und an diesem kniffligen Punkt wird die Quotendebatte kulturkritisch.

Sprecherin

Es kann nicht sein, sagen die Kulturkritiker, dass auch bei den öffentlich-rechtlichen Sendern, die einen gesetzlichen *Bildungsauftrag* haben, nur der Massenzuspruch belohnt wird und die qualitätsvollen Nischen austrocknen.

Sprecher

Dass der Quatsch an Raum gewinnt, während die anspruchsvollen Dokumentationen zusammengekürzt werden.

O-Ton Siegert

Denn die Frage ist ja, was erwarte ich jetzt, wenn ich sage, ich will eben Bildung haben oder Kulturauftrag, oder wie man es immer nennen will, will man ein anspruchsvolles Publikum mit was unterhalten und warum soll man das tun? Wenn, geht es vielleicht darum, Kultur als ne Kommunikation zwischen Leuten, die sich intensiv mit Sachen beschäftigen, äh zu leben und auch ins Fernsehen zu bringen.

Sprecherin

Hubertus Siegert ist Dokumentarist und Mitglied in der deutschen Filmakademie. Er wünscht sich ein anderes Fernsehen.

O-Ton Siegert

Und intensive Beschäftigung mit Themen ist eben was anderes als Fernsehverhalten und Fernseher anmachen und sich einfach berieseln lassen. Und das mein ich jetzt gar nicht negativ, berieseln lassen ist völlig

legitim. Es ist nur die Frage, ob man eben so'n An- und Ausschaltverhalten als...als Werturteil, als ästhetisches Urteil durchgehen lassen will, was so was wie Kultur herausarbeitet. Und das bezweifle ich sehr, und in dem Zusammenhang fühl ich mich als anspruchsvoller Zuschauer diskriminiert vom Fernsehen.

Sprecherin

Zu einem Markt mit der Währung Einschaltquote wurde das Fernsehen erst 1984, als die kommerziellen Sender den Öffentlich-Rechtlichen Konkurrenz machen durften.

Sprecher

Mit dem so genannten „dualen System“, begann die Schlacht um die Aufmerksamkeit des Publikums.

Sprecherin

Und das wollte Spaß, es guckte immer öfter RTL und SAT1 und strafte ARD und ZDF als langweilige Oberlehrer ab.

Sprecher

Zwar wurde den öffentlich-rechtlichen Sendern mit den Gebühren eine Menge Geld in die Kassen gespült, sie hätten sich also keine finanziellen Sorgen machen müssen. Aber das taten sie trotzdem.

Sprecherin

Denn sie fragten sich jetzt: Können wir auch weiterhin Gebühren verlangen, wenn unser Publikum schrumpft? Statt ihren Vorteil zu nutzen und mit ihren reichen Mitteln vorzugsweise ihrem Kulturauftrag gerecht zu werden, schielten sie zu den Privaten hinüber, um dort in punkto Spaßfaktor kräftig

abzukupfern. Bildungsauftrag hin oder her – erstmal musste das Publikum bei der Stange gehalten werden.

O-Ton Kammann

Man muss sehen, es gab auch schon vorher eine Art von Konkurrenz zwischen ARD und ZDF, es gab durchaus auch die Quote, und es gab das Ringen um zählbare Erfolge, aber das war eben nicht existenziell, weil es nicht darauf ankam, etwas besser zu verkaufen, damit man überhaupt überleben konnte.

Sprecher

Der Chef des unabhängigen Grimme-Instituts, das die berühmten Fernsehpreise vergibt, Uwe Kammann, kennt das Dilemma.

O-Ton Kammann

Als die Privaten kamen, da war das eben systembedingt, dass man vom zahlenmäßigen Publikumserfolg lebt, und damit hat sich alles fundamental geändert, so seh ich das.

Weil dann auch das politische Entscheidungspublikum gesagt hat: Na klar, die sind ja erfolgreich, die anderen fallen da zurück, muss man doch fragen, ist dann noch gerechtfertigt, dass die Gebühren bekommen? Insofern hat das nach und nach eine qualitative Konkurrenz unterminiert und Fernsehen zu einer rein quantitativen Konkurrenz gemacht.

Sprecher

In diesem Konkurrenzgerangel wird, wie Diemut Roether schreibt, Chefin des medienkritischen Evangelischen Pressedienstes, nur noch in Kategorien des *Sportkommentars* berichtet:

Sprecher 2

Wer gewinnt? Und wer verliert?

Sprecher

Es kommt aber darauf an, zu *qualitativen* Kriterien zurückzufinden, also von der Frage: Wie erziele ich den größten Marktanteil? hin zu der Frage: Wie mache ich *gutes* Fernsehen?

Sprecherin

Dafür haben wir nichts anderes als die Debatte – unter Kritikern, Machern, Zuschauern, in den Feuilletons, den Mediatheken, bei Preisverleihungen und auf Twitter.

Sprecher

Im dem Maße jedoch, wie die Bedeutung der Zuschauerzahlen für den deutschen Fernsehmarkt wuchs, trat der professionelle Medienjournalismus in vielen Zeitschriften, Fernseh- und Hörfunksendern den Rückzug an. Eine Entwicklung, die auch der oberste Quotenverwalter Michael Darkow kritisch sieht.

O-Ton Darkow

Ich finde nach wie vor, dass es eigentlich einer kontinuierlichen Auseinandersetzung mit Medienthemen in Medien bedarf, weil Medien so eine extrem hohe Alltagsbedeutung haben, und ich finde es so schade, dass mehr und mehr der äh eigentlich Medienmagazine verschwinden, ich find's ganz schlimm, dass es das nicht mehr gibt.

Sprecherin

Das Neue, Relevante und Ureigene an einem Fernsehangebot lässt sich aus Zuschauerzahlen nicht unmittelbar ablesen.

Sprecher

Und so etwas wie ein ehernes Gesetz der Quote gibt es auch nicht.

Sprecherin

Eine von der Kritik bejubelte Serie wie Dominik Grafs „Im Angesicht des Verbrechens“ fällt beim Publikum durch. Und ein vorab für problematisch gehaltener Film wie „Unsere Mütter, unsere Väter“, der den schuldhaften Verstrickungen junger Deutscher im Zweiten Weltkrieg nachgeht, erzielt Traumquoten.

O-Ton Bickel

Mit diesem Dreiteiler "Unsere Mütter, unsere Väter", haben wir auf ner bestimmten Ebene gegen alle Quotenregeln verstoßen.

Sprecherin

Alexander Bickel ist Redakteur beim ZDF, er hat das Projekt mitverantwortet.

O-Ton Bickel

Wir haben eben vermeintlich unbekannte Gesichter besetzt, wir haben fünf Hauptfiguren erzählt in einer für Primetime-Verhältnisse doch komplexen und anspruchsvollen Dramaturgie, wir haben ein Thema, was man jetzt als im Redakteursdeutsch als düster oder dunkel oder schwierig äh verschreien könnte, haben wir erzählt, wir haben eine Zeit erzählt, über die es wirklich schon eine ganze Reihe von Fernsehfilmen gibt. Und all diese Einwände sind in der Reaktion, die wir jetzt auf den Film bekommen haben, auch formuliert worden, also das heißt, das ist durchaus sozusagen ein legitimer Einwand gewesen, oder ein Bedenken, was wir vorher getragen haben, aber trotzdem ist es so, dass die Mehrzahl der Leute die Machart als neuartig empfunden hat, die Gesichter als authentisch, die komplexe Dramaturgie als anspruchsvoll, und irgendwie aber anregend und fesselnd und spannend, also insofern, alles was man als Rezept hier nennen könnte, kann auch gegen einen verwendet werden.

O-Ton Benedikt

Die einfache Erklärung ist vielleicht: Es war extrem gut gemacht. Das ging mir zumindest dann so, aber auch das ist etwas, was ne lange Geschichte hinter sich hat, also, diese letztlich sieben Jahre, die es gebraucht hat, um von der Idee zu dem fertigen Film zu kommen, sind natürlich immer auch begleitet

gewesen von einer Debatte und auch ner Reflexion und sicher auch ner Hinterfragung, ja. Wird uns das gelingen?

Sprecher

Auch Benjamin Benedikt gehört zu den Machern des fiktionalen Kriegsfilms, der über sieben Millionen Zuschauer erreichte. Als Produzent bei der Firma "Teamworx" konnte Benedikt zusammen mit Nico Hofmann eine Reihe weiterer Quotenhits ins Programm bringen. Den Erfolg von „Unsere Mütter, unsere Väter“ hat er zwar erhofft, aber er konnte keineswegs damit rechnen.

O-Ton Benedikt

Aber es stand am Anfang in dem Sinne ne Setzung, dass man sagt: Wir trauen diesem Thema und wir trauen auch uns in ner differenzierten und damit komplexen und damit schwierigen, aber letztlich glaub ich wirklich dann dadurch auch erfolgsträchtigen Art und Weise, zu erzählen. Damit ist aber natürlich weder die Arbeit noch die Qualität gesichert, ja. Das ist ja das Fatale auch dieser Weg von der Idee zum fertigen Film. Ich glaub, Woody Allen beschreibt das, wie er immer sagt, er hat die Idee, und er denkt, er hat jetzt sozusagen auf dem Niveau von Bergmann und Renoir gepunktet, und dann sitzt er im Schneiderraum, und das ist schon sehr viel tiefer angesiedelt, und am Ende sitzt er im Kino, und es ist dann doch wieder nur ein Woody Allen, wobei ich würde sagen, es ist dann aber immerhin n Woody Allen geworden, so, was heißt das schon "nur".

Sprecherin

Greifen wir das Beispiel kurz auf: Woody Allen ist eine Institution des amerikanischen Kinos – und kann doch unter den Bedingungen seines liberalen Heimatmarktes nur schwer produzieren.

Sprecher

Der Meister arbeitet inzwischen mit Geldern aus Europa, wo Kultur noch subventioniert wird.

Sprecherin

Trotzdem haben seine Filme durchaus auch kommerziellen Erfolg. Vielleicht kann man es so sagen: Qualität *und* Quote – das schließt sich keineswegs aus, aber beides zu verbinden, geht doch nicht immer. Wer auf jeden Euro schauen muss, wird Anspruch und Experimenten gegenüber stets misstrauisch bleiben und auf Leichtes oder Altbewährtes setzen.

Sprecher 2

„Sehen Sie, es war das Missverständnis in vielen öffentlich-rechtlichen Anstalten, dass sie glaubten, ihr eigener Geschmack müsse auch der der Masse sein. Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler. Und wir diskutieren aus der Angler-Perspektive.“ Helmut Thoma, ehemaliger Programmchef von RTL.

Sprecherin

Heute hat sich diese Sicht sogar im deutsch-französischen Kooperationsprojekt ARTE durchgesetzt. Vor allem ARTE Deutschland versucht sich seit etwa 2007 mit einer Reihe von Programmreformen aus der Kunst- und Kulturecke heraus zu retten, wünscht sich mehr "Leichtigkeit" und ist bemüht, seinen Marktanteil von ca. 0,8 auf möglichst über 1% zu steigern. Dafür werden Sendeplätze für freie Autorenfilme gestrichen, Unterhaltungs- und Serienformate gestärkt und Dokumentarfilme nur noch mit synchronisierter Sprachspur anstatt mit Untertiteln gesendet.

Sprecher

Das Argument jedes Mal: die Quote.

Collage mit Fernseh-O-Tönen

Sprecherin

„Quote“ ist ein Wort für den Alltagsgebrauch.

Sprecher

Die Profis sprechen von „Sehbeteiligung“: Wie viele Menschen haben zu einem bestimmten Zeitpunkt eine bestimmte Sendung geschaut? Heraus kommt eine absolute Zahl, zum Beispiel 9,31 Millionen.

Sprecherin

So viele haben am 12. Mai 2013 den Kieler „Tatort“ geguckt.

Sprecher

Der „Marktanteil“ dagegen bezieht sich auf den Anteil vom Gesamtpublikum, den ein Sender im Wettrennen mit den übrigen Programmanbietern errungen hat. So kam besagter Tatort beispielsweise auf einen Marktanteil von 27%, auf ein reichliches Viertel von rund 35 Millionen Fernsehzuschauern an diesem Abend.

Sprecher

Sehbeteiligungen und Marktanteile werden durch die GfK, die Gesellschaft für Konsumforschung erhoben.

Sprecherin

Deren Auftraggeber ist die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung: In ihr sind die vier großen Fernsehfamilien zusammengeschlossen: die beiden öffentlich-rechtlichen Anstalten sowie Pro 7/SAT 1 und RTL - unter

Einbeziehung von Vertretern der Werbetreibenden.

Sprecher

Ein für Deutschland repräsentatives Panel von 5.000 Haushalten mit fast 10.500 Personen teilt täglich ihr Ein- und Ausschaltverhalten mittels der von der GfK eigens installierten Geräte mit; die Werte werden gesammelt, entsprechend der realen Zusammensetzung der deutschen Bevölkerung gewichtet und hochgerechnet.

Sprecherin

Es gibt noch manche Zusatzleistung der findigen Statistiker von Nürnberg. Zum Beispiel die Verlaufskurven.

O-Ton Benedikt

Es gibt auch den sehr, sehr klaren Befund der ersten Minute, der ersten drei Minuten, der ersten fünf Minuten und der ersten zehn Minuten. Das sind sozusagen so die Momente, wo man merkt, bleibt n Publikum oder nicht. Nach einer Minute, wenn dann schon 500.000 aussteigen, hat man eben n großes Problem, aber auch wenn man merkt, dass in den ersten zehn Minuten anderthalb Millionen aussteigen, merkt man, es ist einem nicht gelungen, diese Faszination zu entfalten am Anfang.

Sprecher

Solche Verlaufskurven, auf denen sich genau erkennen lässt, an welcher Stelle wie viele Zuschauer ab-, auf welche Programm sie umgeschaltet haben, sind für Produzenten wie Benjamin Benedikt besonders wichtig.

O-Ton Benedikt

Was es sonst gibt außer den Quoten jetzt, das hatten wir auch bei "Unsere Mütter, unsere Väter", da gab's zum Beispiel n Moment, wo wir schon festgestellt haben, dass diese, ja wie soll man sagen, Härte des Programms beispielsweise zu nem leichten Abfall noch mal geführt hat grade beim ersten

Teil in dem Moment, in dem der russische Kommissar erschossen wurde, ja. Da merkt man so richtig, da ist es um 150 000 Zuschauer runtergegangen. Das war aber auch der einzige Moment, also ansonsten sind die Quoten ja wirklich herausragend. Aber da hab ich das zumindest sozusagen so abgelesen, dass man wirklich in Reaktion auf den Film merkt, es gab da ne gewisse äh Gruppe von Zuschauern, die sagte, es greift sie offensichtlich zu sehr an, und sie sind da aus dem Programm ausgestiegen. Unsere Sorge wäre aber gewesen, dass dann zwei Millionen aussteigen und nicht Hunderttausend.

Das Problem beim Filmemachen ist natürlich immer, dass diese Erkenntnisse in dem Sinne im Guten wie im Schlechten zu spät kommen, weil der Film dann damit sozusagen abgeschlossen ist, und es gibt dann diese schöne Aussage, dass fast jedes Kunstwerk eigentlich nie vollendet, sondern immer nur verlassen wird. Manchmal würde man dann auch sagen, man geht noch mal ran oder verändert was.

Sprecherin

Viele Verbesserungsvorschläge für die Quotenerhebung stehen im Raum.

Sprecher

So etwa die Forderung, es nicht bei der Quote der Erstausstrahlung zu belassen; die die Zuschauer von Wiederholungssendungen sollten mitgezählt werden.

Sprecherin

Dann würden unter den jährlichen Top-Ten nicht mehr ausschließlich Fußballübertragungen zu finden sein, sondern ebenso Spiel- und Dokumentarfilme, die wieder und wieder ausgestrahlt werden.

Sprecher

Ferner gibt es die Forderung, die statistische Grundgesamtheit um Ausländer oder die Gäste im "Public Viewing" zu erweitern. Schließlich die Idee, technisch zu überprüfen, ob Zuschauer auch wirklich zuschauen – oder die

Glotze nur nebenbei laufen lassen. –

Sprecherin

Viele dieser Vorschläge, so weiß Michael Darkow, wären technisch nur mit viel Geld umzusetzen, und keiner rührt gern an die magisch anmutende Bedeutung, welche objektivierbaren Messdaten beigelegt wird.

Sprecher

Darkow plädiert deshalb für einen besonnenen Umgang mit der Fernsehforschung. So warnt er davor, hinter jedem Quotenerfolg ein aufgegangenes Konzept zu wittern, denn Zusammensetzung und Größe des Publikums schwanken und sind auch von zufälligen Einflüssen abhängig.

Sprecherin

Biergartenwetter zum Beispiel, nach vielen Regentagen.

Sprecher

Für einige der beliebtesten Vermutungen gibt es in Darkows Zahlen keinerlei Beleg. So etwa für die Behauptung, dass immer mehr anspruchsvolle Zuschauer ihr TV-Gerät ganz gern auf der Sondermüllstation entsorgen.

Sprecherin

Oder dass man vorher abschätzen könne, welche Leute welches Format gucken.

O-Ton Darkow

Bei den – ich nenn's jetzt mal – klassischen Minderheitenprogrammen hat man ja immer so ein gewisses Publikumsgrundrauschen. Also, das ist nicht so besonders dramatisch spürbar, sondern das ist immer irgendwie so da, da gibt's auch keine großen Sprünge nach oben oder unten, aber da ist immer irgendwas. Wie kommt das zustande? Macher haben dann sehr häufig die

Vorstellung: Ja, das ist ja mein Stammpublikum, das hab ich dann, das sind immer die Leute, die da bei mir dann so zuschauen, und dahinter steckt aber tatsächlich etwas ganz anderes, nämlich dass ich in jedem Publikum jeder Sendung eine Mischung habe aus Menschen, die sehr gezielt ein solches Programm sehen und dieses auch wiederholt tun oder häufig tun, und ich hab immer diejenigen, die eher zufällig da rein geraten, und die bleiben dann auch komischerweise manchmal n paar Sekunden mit da drin in diesem Programm, aber nicht unbedingt, dass sie dreißig Minuten durchschauen.

Sprecher

Also: Fast alle Deutschen sehen fern und sind dabei mit ihren Präferenzen schwerlich in einfache Schubladen zu sortieren.

O-Ton Darkow

Umgekehrt, wenn ich mir die hohen Sehbeteiligungen angucke, dann muss man lernen, dass die halt nicht zustande kommen, weil es dieses Programm ist, das alle Dummen, Blöden und Alten gucken, sondern die hohen Werte kommen immer nur dadurch zustande, dass dann auch diejenigen mit als Zuschauer auftreten, die eigentlich nicht unbedingt die Zielgruppe sind, nämlich die eher besser Gebildeten, Intellektuelleren, Jüngeren und wie auch immer, die kommen dann einfach zusätzlich dazu, weil es attraktive Programme sind, und bringen dann die Werte nach oben. Genauso wird man auch im eigenen Bekanntenkreis dann wohl überrascht gewesen sein, dass es bei den ersten Big-Brother-Staffeln halt nicht nur – ich drücke es jetzt drastisch aus – ein Prol-Publikum gegeben hat. Und das mag bei dem berühmten Dschungel-Camp genau dasselbe sein, was dort an Effekten dann eintritt. Also man darf äh nicht immer direkt und unmittelbar aus der vermeintlichen Qualität eines Programmangebotes auf ein in bestimmter Weise strukturiertes Publikum schließen.

Sprecherin

Für Fernsehschaffende hat sich seit dem „Urknall“ von 1984 die Welt, so sieht es Grimme-Instituts-Chef Kammann, fundamental verändert.

O-Ton Kammann

Mit dem Aufkommen der Privaten änderten sich Zuschauerströme, weil auf einmal das zu sehen war, was vorher gar nicht im Angebot war, also im

Grunde der Bahnhofskiosk als ein Teil auf dem Fernsehschirm, und das war für viele interessant. Die hatten jetzt eine Wahlmöglichkeit, eine Option, konnten umsteigen, und insofern hat es sich eigentlich ganz selbstverständlich dahin entwickelt - statistische Wahrscheinlichkeit - dass ungefähr Hälfte-Hälfte erst das Publikum bei dem einen oder dem anderen war, und ich glaube immer so vierzig bis 43, bis 44 % des Publikums durchschnittlich und statistisch gerechnet, gucken Öffentlich-Rechtliche. Also das hat sich einfach so eingependelt.

Sprecherin

Konnten ARD und ZDF sich ehemals zurücklehnen und im Hochgefühl ihrer nationalen Bedeutung und ihrer guten volkserzieherischen Absichten Programm machen, wurden sie nun plötzlich aufgescheucht und zur Konkurrenz mit Spaßvögeln, Quatschmachern und Sex-and-Crime-Formaten getrieben. Zum Quotenwettbewerb.

Sprecher

Und der Gewinner ist...

Sprecherin

das Publikum: Es gibt mehr zu sehen, es ist bunter geworden auf dem Bildschirm. Spannung, Ultra-Modernes und vor allem: politisch Inkorrektes – das können die Privaten häufig besser, sie agieren weniger verdruckt und ohne das kleinste bisschen schlechtes Gewissen.

Sprecher

Und der Verlierer ist ...

Sprecherin:

ebenfalls das Publikum. Denn die Währung des Marktes ist eine Messgröße

mit dem Index Massengeschmack.

O-Ton Kammann

Und wenn es dann eben das sehr populäre Programm ist, völlig klar, dann kann man Publikum ködern, wenn man so will, oder man kann einfach sehen, das sind Interessen, die wir früher als Macher geleugnet haben, oder die wir auch nicht bedienen wollten, also das ist ja auch ne aktive Entscheidung. Und die Tendenz war dann auf einmal zeitweilig so, dass auch bei den Öffentlich-Rechtlichen die Quantität stärker gewichtet wurde als die Qualität. Da haben wir gedacht: Wir dürfen ja nicht Teile verlieren, wir müssen das Publikum zurück gewinnen, und dann gab es eben einen Anpassungsprozess in Teilen des Programms, und das glaub ich war ganz fatal.

Sprecherin

Was sich mit dem dualen System unweigerlich ändern musste, waren die Sehgewohnheiten der Zuschauer. Die Nation mit der Fernbedienung in der Hand passt sich den rascheren Taktzeiten an, die ihr von den Schnittfolgen auf dem Bildschirm vorgegeben werden.

Sprecher

Der harte Wettbewerb um die Aufmerksamkeit des Publikums verführt zum Tempo: ehe ich riskiere, sagt sich der Regisseur eines TV-Movies, dass sich die Zuschauer aus meinem Werk herauszappen, lasse ich ihnen lieber keine Zeit zum Atemholen.

Sprecherin

Auch wenn sie nur weiter gucken, um sich in dem wirren Kaleidoskop zu orientieren – sie bleiben wenigstens dran.

Sprecher

Zu den schnellen Schnitten passen die Prinzipien spannungsgeladenen Erzählens, die heute bis in die Informationsformate hinein regieren. Sie treiben den Einsatz jeder "Story" zum Maximum

Sprecherin

– wenn möglich soll es um Leben und Tod gehen.

So kommt es dann, dass Sendungen, die leisere Töne anschlagen oder sich gar Zeit nehmen, erst ausgestrahlt werden, wenn die Nation schläft.

O-Ton Siegert

Wenn da mal 30 Sekunden nix ist, wenn da mal möglicherweise noch n leeres Bild ist, damit man nachwirken lassen kann, was an Gedanke oder an Gefühl in der Minute davor entwickelt worden ist, da sagt jeder Redakteur, das muss raus, hier schalten die Leute ab. Es stimmt, die Leute schalten ab, aber es sind nicht die Leute, die sich wirklich interessieren, sondern die Leute, die einfach so'n Dauerrauschen auch wirklich brauchen für ihr Lebensgefühl. Und wenn sie's nicht haben, tja. Und ich find eben, dass es ne Diskriminierung ist der anspruchsvollen Zuschauer, die durchaus nen Film zu schätzen wüssten, der auch mal was zu beobachten hat, der auch mal Stille enthält, die sich wirklich vor den Fernseher setzen, und die sehen dann auch wirklich was, und die hören auch was von einem Film. Aber es wird n kleiner Teil sein, nur den quasi immer auszuschließen halte ich für'n Fehler. Und wenn die Redakteure sagen, jaja, Sie können sich das ja auf'm Festplattenrekorder jederzeit alles aufzeichnen, was wir um fünf Uhr senden, dann sage ich, ja, dann könnt ihr euer Programm gleich abschaffen, weil dann haben wir nämlich eigentlich schon Video on demand.

Sprecherin

Noch findet Hubertus Siegert für seine abendfüllenden Dokumentarfilme beim Fernsehen engagierte Partner - auch wenn es schwerer geworden ist.

Sprecher 2

"Experimentierfreude will ich ermutigen. Also macht ruhig Fehler. Wenn Ihr keine Fehler macht, lernt Ihr nichts.... Nicht zu viele Fehler, aber bitte keine

Angstkultur."

Tom Buhrow nach seiner Wahl als neuer Intendant des WDR.

Sprecher

Wir haben den Redakteur Alexander Bickel, der beim ZDF für Fernsehfilme in der Primetime zuständig ist, gefragt, ob an dem Klischee, dass Leute seine Standes schon vor dem Frühstück auf die Quoten vom Vortag starren, trotzdem etwas dran sei. Er hat Ja gesagt, aber dann doch einige Einschränkungen gemacht.

O-Ton Bickel

Also die Quote an sich ist nur ein Grundnahrungsmittel – wär jetzt mein.. mein Bild dafür – es gibt genügend andere. Und dazu zählt für mich natürlich: wie sehr gelingt es, ein Thema zu formulieren, was man sich vorgenommen hat in so einer Geschichte, also wie sehr gelingt es, Erzählweisen nach vorne zu bringen, und wenn das alles gelingt, wenn man ne Besetzung hat, die man sich gewünscht hat, was auch nicht immer passiert, wenn die Inszenierung so ist, dass man sagt: So'n Film hatten wir noch nicht um die Uhrzeit im Programm, dann ist tatsächlich die Quote letzten Endes eine Größe, die man zurückstellen kann und auch zurückstellen muss. Gleichzeitig, dadurch, dass die Quote alle haben, das ist ne gemeinsame Währung, ist sie eben auch Gesprächsstoff.

Collage mit Fernseh-O-Tönen

Sprecherin

Der Fernsehmarkt ist riesig.

Sprecher

Mittlerweile werden dort jährlich rund 13 Milliarden Euro umgesetzt – hauptsächlich Gebühren und Werbeeinnahmen.

2007 waren es 9,7 Milliarden.

Sprecherin

Noch nie haben so viele Menschen so lange ferngesehen wie heute: im Durchschnitt fast vier Stunden pro Tag.

Sprecher

Kein Wunder, dass sich auch die Politik für das Medium mit den enormen Reichweiten interessiert. Schließlich war es in den frühen 1980er Jahren ein Anliegen konservativer Politiker, den Fernsehmarkt zu liberalisieren, ihn für private Anbieter zu öffnen. Das Mantra hieß seinerzeit: Angebot und Nachfrage regeln alles am besten.

Sprecherin

Das duale System wird heute nicht mehr in Frage gestellt. Michael Darkow hält unser Fernsehuniversum sogar für die beste aller TV-Welten, und er kennt sich aus.

O-Ton Darkow

Wir haben in Deutschland eines der oder gar das beste, balancierteste Fernsehsystem, das man sich in der Welt überhaupt vorstellen kann. Wir haben eine für eigentlich derzeit alle Marktbeteiligten sehr stabile und äh wirklich auch ausgewogene Konstellation zwischen öffentlich-rechtlichen Angeboten auf der einen Seite und privaten kommerziellen Angeboten auf der anderen Seite. Und gerade was dabei auch die Seite Werbemarkt angeht, ist auch eine ich denke ausgesprochen gut funktionierende Geschichte. Nun mag es natürlich diejenigen geben, die sozusagen die Belämmerten in diesem Markte sind, det sind die vielen Kleinen, die nicht richtig auf die Beine kommen. Da muss man sagen: Tja...

Sprecherin

Dass es den öffentlich-rechtlichen Rundfunk gibt, ist in Deutschland von der Verfassung geboten. Er soll zugleich staatsfern und gesellschaftsnah sein. Finanziert wird er deshalb nicht über eine Steuer, sondern direkt von den Bürgern, über die Haushaltsabgabe.

Sprecher

Damit wird die sogenannte Grundversorgung an Information und Unterhaltung garantiert – wozu nach Urteil des Bundesverfassungsgerichtes auch anspruchsvolle kulturelle Sendungen gehören, die unter den harten Bedingungen des freien Marktes nicht durchsetzbar wären.

Sprecherin

Hier stellt sich immer wieder die Frage, ob ARD und ZDF nicht vollends auf Werbung verzichten sollten – sie nutzen diese Einnahmequelle vor 20 Uhr ja auch.

Sprecher 2

„Würden die Werbeinnahmen gestrichen, müssten die Beiträge erhöht werden.“

Thomas Bellut, ZDF-Intendant.

Sprecher

Kritische Internetzeitungen wie „Netropolitik.org“ schlagen außerdem vor, der Nation die großen öffentlich-rechtlichen Rundfunkarchive zur freien Verfügung zu überlassen. Das scheitert unter anderem an den Rechten der Autoren .

Sprecherin

Hier könnte die Politik segensreich eingreifen. Denn sie soll den strukturellen und finanziellen Rahmen für den Rundfunk setzen, sich vor inhaltlichen Eingriffen aber hüten.

Sprecher

De facto kümmern sich Politiker lieber um Personalien und geraten dabei in Gefahr, ihre Kompetenzen zu überschreiten.

O-Ton Kammann

Nehmen wir den Fall Nikolaus Breder, Chefredakteur des ZDF. Der wurde ja abgesägt von der Politik, damals von Roland Koch, weil er sagte, "heute journal" und "heute" verlieren ja so stark an Publikum, die gehen ja auf einmal zu RTL, da müsste eigentlich ein ganz anderer ran. War eigentlich gar nicht seine Baustelle, aber es war ein klarer Mechanismus, dass sie sagen, wir erwarten von euch auch Quote, also im Sinne möglichst hoher Zuschauerzahlen. Da wurde gar nicht gefragt, welche Qualität die Nachrichten haben und warum man vielleicht mit Boulevard-Nachrichten das junge Publikum für sich gewinnen kann, sondern es wurde einfach nur die Zahl genannt, es war für ihn ausreichend, um zu sagen: Ich regiere in eine Anstalt hinein.

Wenn die Politik wirklich kulturinteressiert ist, dann würde sie, glaube ich, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit einem anderen Freiraum versehen und ihm auch wahrscheinlich dann ohne großes Lamento garantieren, dass diese Finanzierung ausreichend ist. Dass sie insgesamt äh sehr üppig ist, das ist ja mit Abstand das bestdotierte Rundfunksystem in der Welt, das kann man gar nicht bestreiten. Insofern mag ich auch nicht Gejammer von den Anstalten.

Sprecher

Aber das mächtige Massenmedium Fernsehen ist verpflichtet, sich keineswegs mit dem Zerfall der Zuschauerschaft in immer kleinere Grüppchen abzufinden.

Sprecher 2

„Wenn alle für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zahlen, sollen auch alle etwas finden, das sie interessiert. Wir müssen Programme für Mehrheiten und Minderheiten bieten.“ Lutz Marmor, Intendant des Norddeutschen Rundfunks und Vorsitzender der ARD.

Sprecherin

Dennoch setzen ARD und ZDF immer öfter auf Spartenkanäle wie 1Festival oder ZDFneo, um ihren Kulturauftrag zu erfüllen und neue Publikumsgruppen zu binden.

Sprecher

Es muss indessen auch so etwas geben wie eine Integrationsfunktion des Mediums. Damit sind Sendungen gemeint, die *alle* sehen wollen oder wenigstens breite Mehrheiten wie z. B. Tagesschau, Tatort, Dschungelcamp oder – früher einmal - „Wetten, dass...“.

Sprecherin

Damit ist aber *auch* die Verantwortung der Programm-Macher angesprochen, allen Gruppen in der Gesellschaft gerecht zu werden –

Sprecher

nicht nur denen, die als potente Consumer gelten und nicht nur denen, die mit einem Fernsehen als Lagerfeuer zufrieden sind.

O-Ton Siegert

Ich find n gut ausgewogenes Verhältnis von nem breiten Brot- und- Spiele-

Programm sozusagen und nem anspruchsvollen Programm, was aber auch noch innerhalb der Hauptaufnahmezeit der Menschen vor Mitternacht liegen muss, äh ist absolut notwendig. Und wenn die Leute sagen, wir brauchen unsere Kanalbindungen, dann ist es eben notwendig, sich n bisschen davon frei zu machen, denn dieser Weg führt total in den Abgrund, weil wir werden immer dämlicher im öffentlich-rechtlichen Rundfunk werden, wenn wir nur auf die Quote schielen, das ist systematisch einfach eingebaut, das kann mir auch keiner von den ARD-Leuten das Gegenteil beweisen.

Sprecherin:

Die Quotenfixierung, fürchtet der Dokumentarfilmer Hubertus Siegert, macht ARD und ZDF auf Dauer zu Kopien der Privaten.

O-Ton Siegert

Ich sehe einfach, dass, wenn man sich an dem werbefinanzierten Fernsehen orientiert und mit denen mithalten will, in der Breite und zwar ununterbrochen, dann landet man einfach in dem kulturellen Abseits, und dann hat man vielleicht immer noch die Quoten, weil man ja so viel Geld hat, dass man selbst RTL in Boden stampfen kann, aber man hat dann immer noch kein gutes Programm. Und eben auch die die Meinungsführer, die opinion-leader, die anspruchsvollen Menschen, die gucken kaum noch was. Die gucken sich halt dann ihr geliebtes Schalke an oder ihren geliebten Tatort oder ein, zwei Sachen, aber die verbinden mit dem Fernsehen überhaupt nichts Kulturelles und für ihr eigenes Leben Bedeutsames mehr.

Sprecherin:

Trotzdem ist das öffentlich-rechtliche Fernsehen im Buhlen um die Gunst des Publikums nicht ohne Erfolg.

Sprecher 2

"Wir können als ARD immer noch die größte Gemeinschaft für ein Thema interessieren, die in der zersplitterten Medienlandschaft des 21. Jahrhunderts denkbar ist." Peter Boudgoust, SWR-Intendant, im Jahre 2008.

Sprecher

2012 stand das ZDF an der Spitze - erstmals wieder seit sieben Jahren, mit einem Marktanteil von 12.6 Prozent. Platz drei ging an RTL.

Sprecherin

Der Zuwachs beruht allerdings nicht unwesentlich auf den Übertragungen der Fußball-Europameisterschaft, der Olympischen Spiele und einiger Champions-League-Partien, Inhalte, die auf anderen Kanälen ebenso geguckt worden wären. Polemisch ließe sich zuspitzen: Der Zuwachs beruht auf gekauften Quoten.

Sprecher

Teuer gekauften Quoten. Allein für die Champions League zahlt das ZDF die geschätzte Summe von 54 Millionen Euro pro Saison.

Sprecher 2

Tobias Schmid, Bereichsleiter für Medienpolitik beim Mitbieter RTL:

„Es ist faszinierend, wie das ZDF in Zeiten, in denen die Gesellschaft eine kritische Auseinandersetzung mit dem Umgang mit Gebühren fordert, das Geld mit vollen Händen raus wirft, um etwas anzubieten, was der Zuschauer (auf RTL) längst hatte - und zwar ohne einen Cent unserer Gebühren.“

Sprecherin

Doch den Fernsehmachern geht es eben – auf beiden Seiten - nicht bloß um Masse, sondern um *Bedeutung*.

Sprecherin

Sie spüren, dass ihre Kunst erst im Großereignis oder im kultischen Fernsehritual, in einem Programm, das die gesamte Bevölkerung vor dem Bildschirm vereint, ganz zu sich selbst kommt.

O-Ton Benedikt

Ich hoffe, dass es das Programm für die große Menge weiterhin geben wird, weil das auch eine Möglichkeit und eine Chance von Fernsehen ist, viele Menschen zu erreichen und damit auch bei vielen Menschen ein .. eine Debatte beispielsweise zu erreichen, ähnlich wie das bei "Unsere Mütter, unsere Väter" sicherlich war. Das ist ne Chance, die insbesondere das Fernsehen hat, diese Zahlen sind ja immer wieder doch erstaunlich, wenn man sie mit Kino vergleicht oder wenn man sie mit den Auflagenzahlen von Büchern erreicht, wo dann ein spektakulärer Erfolg eine Million verkaufte Exemplare darstellt und beim Fernsehen eben diese Zahlen so von sieben, acht Millionen, erstaunen uns dann selber immer wieder.

O-Ton Bickel

Wenn Sie so wollen, ist das die Utopie des Fernsehens, die aber auch immer wieder ne, wie Sie sagen, einen Kristallisationspunkt finden muss, einen Moment, in dem sich diese Utopie, dass a l l e davor sitzen, realisiert. Und zum Glück gelingt das, gelingt es noch. Ob das in zehn, fünfzehn Jahren noch ist, wenn die Linearität dann vielleicht tatsächlich eher zur Ausnahme geworden ist, da wird man ganz anders auf diesen Markt sehen. Aber im Moment ist das ne ganz große Qualität des Fernsehens, ~~dass es eben nicht~~ auf eine Strecke von zwei Monaten gesehen, ein Programm irgendwie die Leute sich hier und da einsammelt, sondern dass man sagt: es gibt eine Uhrzeit, da bieten wir euch das, und das gefällt Euch jetzt, und ob ihr jetzt 99 seid oder ob ihr 20 seid, das ist euer Programm. Das wünschen wir uns natürlich. Das wünschen wir uns im Grunde mit .. als ne Redaktion, die sich vorwiegend mit Primetime-Programmen befasst, das wünschen wir uns für alle unsere Programme. Ne Idee, die aus meiner Sicht deshalb wichtig ist, da komm ich jetzt wieder zum Öffentlich-Rechtlichen, ein gesellschaftlicher Diskurs auch davon abhängt, dass die Leute von denselben Dingen reden, und dasselbe ist eben nicht nur dasselbe, weil es dasselbe Thema ist, sondern weil es auch derselbe Rahmen ist, in dem ich das wahrnehme.-

Collage mit Fernseh-O-Tönen

Sprecherin

Linearität: Fernsehen nach dem Zeitplan der Programmvorschau,
Fernschauen live von Opas Ohrensessel aus. Wie lange wird es das noch geben?

Sprecher

- jetzt, wo man die Sendungen noch Stunden nach der Ausstrahlung auf den Mediatheken im Internet abrufen und per Smartphone in der U-Bahn konsumieren kann. Diese Art des Fernsehkonsums wird nämlich von der Quote noch *nicht* erfasst,

Sprecherin

- denn es reicht ja nicht, die Klicks zu zählen, es muss festgestellt werden wer, wann, wo und wie lange schaut.

Sprecher

Das ist technisch kompliziert. Trotzdem plant die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung, zusätzlich eine Online-Quote erheben zu lassen. Michael Darkow sieht einem solchen Auftrag ruhig entgegen.

O-Ton Darkow:

In den 80er Jahren des vergangenen Jahrhunderts, das ist schon irrsinnig lange her, gab es die wunderschöne deutsche Erfindung im Hause Grundig, das war nämlich das Thema Videorecorder. Von einer internationalen Funkausstellung zur nächsten: das wird alles Wahnsinn. Bald wird Fernsehen ganz anders stattfinden, nämlich genauso wie man Zeitungen oder Zeitschriften liest. Die kauft man, wenn sie am Donnerstag erscheinen, bis man sie gelesen hat, ist aber der Mittwoch der nächsten Woche erreicht. Also, alles schön nacheinander und so wunderbar demokratisch und selbstbestimmt, und jeder ist sein Programmdirektor und stellt sich alles das zusammen, plant vorher, und macht in seiner Hörzu die Kreuzchen für das, was er aufzeichnen will. Der Videorecorder hat aber eine minimalistische Bedeutung gehabt.

Also, das Vorhandensein von Geräten heißt noch lange nicht, dass man sie entsprechend nutzt, und so ist das bei diesen Videorecordern gewesen. Und dann kam die große Euphorie: Ja, das wird ja jetzt alles digital! Und die Bedienung, die ist ja so einfach. Da braucht man eigentlich sich nur noch davorzustellen, und schon klappt das alles. Also, kommt die

nächste Revolutionswelle, das war etwa vor fünf Jahren, und nix ist passiert. Es ist nichts passiert. Selbst in dem eigentlich deutlich technikaffineren USA muss man auch feststellen, dass die Behauptungen, dass Fernsehen einfach unbedeutend würde, schlichtweg quatsch sind. Es gibt auch keine wirklich ernsthaften quantitativen Belege dafür. An dieser Positionierung von Fernsehen als Live-Medium hat sich überhaupt nichts geändert.

Sprecher

Die Online-Quote wird trotzdem kommen,

Sprecherin

denn die kommerziellen Sender werden ihren Druck verstärken. Nur wenn die Werbekunden die Akzeptanz der Programme nachvollziehen können, zahlen sie die hohen Minutenpreise. Und gerade die junge, konsumorientierte Zielgruppe schaut mittlerweile gern Fernsehen im Internet.

Sprecher

Auch wenn nicht alles so fix geht, wie die Hersteller von Unterhaltungselektronik glauben machen wollen: Der Fernsehmarkt ist in Bewegung.

Sprecherin

2012 führte die Abschaltung der analogen Satellitenversorgung zu einer großen Digitalisierungswelle;

Sprecher

damit vergrößerte sich die Reichweite der neuen Sparten- und Pay-TV-Kanäle wie Eins Festival, 13th Street oder RTL Crime. Heute konkurrieren immer mehr Anbieter um die Gunst des Publikums –

Sprecherin

und sie wollen wissen, wer da guckt. Was also kommen wird, ist ein weiterer

Machtzuwachs der Quote.

Die Währung des Fernsehmarktes wird sozusagen immer härter, die Chancen auf hohe Marktanteile hingegen sinken.

Sprecher

Uwe Kammann sieht im Erfolg eines Kriegsdramas wie „Unsere Mütter, unsere Väter“ ein Beispiel dafür, dass es das große Publikum trotz all dieser Entwicklungen noch gibt.

O-Ton Kammann

Und das zeigt für mich eines: dass man nie und nimmer ein Publikum unterschätzen darf, dass man sozusagen schon im Kopf darauf hindenkt, dass sozusagen ganz Populäre, das Müllhafte, das Ordinäre wird von vorneherein einen größeren Erfolg haben, das glaube ich ist der große Irrtum, das ist die zynische Haltung, die ich selber wiederum sehr verächtlich finde. Mengenmäßiger Erfolg ist schön und gut und zeigt auch, dass ich, ja auch auf einen Nerv treffe damit und inhaltliches Interesse wachrufen kann. Aber ich darf es nicht erkaufen, indem ich meine eigene Haltung aufgabe und indem ich zynisch werde und sage: Ah, ich weiß ja ganz genau, was die Zutaten dafür sind, dann bediene ich das einfach so. Das finde ich sehr verwerflich, und da denke ich, dass der Teil unseres Rundfunksystems, der nicht auf diesen Mengenerfolg unmittelbar angewiesen ist, sich davon ganz frei machen sollte; aber dass er möglichst viele Menschen auch ansprechen will mit seinem Film, das finde ich absolut normal und richtig, denn sonst würde man ja auch Aufklärung als eine breite Aufklärung als Anspruch aufgeben, und das kann ich mir überhaupt nicht vorstellen.

Sprecher

Relevantes braucht die Qualitätsdebatte, die Reflexion, die Medienseiten in den Zeitungen, und es braucht ein vom Quotendruck zumindest fallweise befreites Selbstbewusstsein der Macher.

O-Ton Siegert

Wenn man denn quasi sich nach dem Publikum richten will, da wär's ja sinnvoller hinzugehen, qualitative Zuschauerbefragung zu machen und dann

rauszufinden: ach, die Leute wollen das und das doch nicht so sehr. Damit findet man aber noch keine neuen Ideen zur Gestaltung von Filmen und Shows und Programmen, die muss man selber haben. Und die – verdammt noch mal, es bleibt uns nichts anderes übrig, dieses Urteil müssen wir selber treffen.-Das ist ein ein Ringen der Expertengemeinschaft untereinander. Gute Sachen werden halt im Feuilleton beachtet, nicht so gute Sachen werden halt nicht so gut beachtet oder werden verrissen. Das heißt, es gibt ja so was wie einen Diskurs, und wenn man diesen Diskurs ernst nehmen würde, dann würde man auch den Kern des Begriffs Kultur ernst nehmen.

Sprecher 2

„Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat schon einmal geholfen, die damals noch junge Demokratie in Deutschland zu festigen. Die Aufgabe der nächsten Jahre wird ähnliche Dimensionen haben.“ Peter Boudgoust, Intendant des SWR.

Absage

Quote, Quatsch und Qualität

Der deutsche Fernsehmarkt und seine Währung

Sie hörten ein Feature von Barbara Sichtermann und Simon Brückner

Es sprachen: Nicole Boguth, Hüssein Michael Cirpici und Gerd Daaßen

Ton und Technik: Ernst Hartmann und Beate Braun

Redaktion und Regie: Ulrike Bajohr

Eine Produktion des Deutschlandfunks 2013