

Liane Rothenberger

Von elitär zu populär?

Die Programmentwicklung im deutsch-französischen Kulturkanal *arte*

Konstanz: UVK 2008

(Forschungsfeld Kommunikation; 27)

ISBN 978-3-86764-115-9

Liana Rothenberger hat sich für ihre nun als Buch vorliegende Dissertation vorgenommen, den „Aspekt der Programmgestaltung und die politische Dimension einer länderübergreifenden Zusammenarbeit“ in den Vordergrund zu stellen (S. 5f.). Beides sind bei einer Arbeit über den deutsch-französischen Kanal *arte* aus meiner Sicht die entscheidenden Forschungsfragen. Anders formuliert lautet das Erkenntnisinteresse: Ist eine Programmplanung und -gestaltung möglich, die die sehr unterschiedlichen Programmmentalitäten in beiden Ländern gleichermaßen berücksichtigt und die zu einem qualitativen und quantitativen Erfolg führt? Was Erfolg ist, wäre zu definieren, um ihn objektivierbar zu machen. Aber lässt sich Programmqualität so definieren, dass der Erfolg einer Sendung, eines Sendeplatzes, eines Senders messbar oder zumindest nach vereinbarten Kriterien ermittelbar ist? Das ist eine Fragestellung, mit der sich nicht nur Liane Rothenberger in ihrer Studie, sondern auch der Rezensent als *arte*-Beauftragter des NDR von 1991 bis 2001 praktisch auseinandersetzen musste.

Im Zentrum der Dissertation steht folgerichtig die Frage, „wie hat sich das Programm seit der Gründung des Senders im Jahre 1991 verändert?“ (S. 18). Es sollte also ein Stück Programmgeschichte geschrieben werden. Dies muss gelobt werden, da programmhistorische Arbeiten in der Regel einen hohen Schwierigkeitsgrad haben und die Untersuchungsgegenstände, nämlich Programme, nur schwer zugänglich sind. Zur Beantwortung der Frage nach der Programmveränderung wird ein Methodenmix verwendet: eine historisch-systematische Textanalyse mit dem Versuch der Darstellung von Programm- und Organisationsgeschichte, eine interkulturelle Medienanalyse mit Begriffsdefinition, Einordnung in das jeweilige nationale Umfeld und in eine übergreifende europäische Ebene. Bei diesen Schritten bedient sich die Autorin der gängigen Methode der Textinterpretation mit der Bemühung, möglichst viele Dokumente, Meinungen und publizistische Beiträge über den Sender auszuwerten, wobei es sich zum allergrößten Teil um bereits publizierte Texte handelt.

Als nächster Schritt folgt eine Inhaltsanalyse, die sich weitgehend auf das Kulturmagazin „Metropolis“ beschränkt und aus einer Dokumentenanalyse (u. a. Programmfahnen) und einer Videoanalyse von Sendeaufzeichnungen besteht. Hier steht ein empirisch statistisches Verfahren der Auswertung im Vordergrund. Warum gerade „Metropolis“ für eine empirisch gestützte Einzeluntersuchung ausgewählt wurde, wird nicht hinreichend klar, auch im Kapitel 1.1 „Aufbau und Methodik der Arbeit“ (S. 18-20) gibt es keine Begründung.

Als letzter und vierter Analyseschritt liegen der Studie Leitfadenterviews zur qualitativen Vertiefung der Analysedaten und der Literaturauswertung zugrunde. Letzteres ist ein notwendiger Analyseschritt, weil 16 Jahre nach Sendestart eine umfangreiche und systematische Archiv- bzw. Aktenrecherche noch nicht möglich ist.

Gliederung und Aufbau der Studie ist aus diesen Analyseschritten entwickelt. Das Kapitel 2 „Der Fernsehkanal Arte“ erläutert die Gründungsgeschichte, die Organisation und die Konkurrenzangebote, insbesondere von *3sat*. Arte gelingt es im Untersuchungszeitraum von 1991 bis 2007, den Marktanteil im Vergleich zu *3sat* zu steigern (Kapitel 2.4, S. 70ff.) Besonders relevant in diesem Hauptkapitel ein Unterkapitel zum Thema „Wie Deutsche und Franzosen Fernsehen machen“ (S. 95ff.). Ganz deutlich wird, dass eine programmintegrierte Planung und Produktion besonders wegen der unterschiedlichen Traditionen und Strukturen in Frankreich und Deutschland nicht zu erwarten war und auch nur sehr selten gelang. Die Gegensätze von zentralstaatlicher bzw. föderaler Rundfunkverfassung bis zu unterschiedlichen Geschichten der Fernsehentwicklung sind die wesentlichen Ursachen.

Aufschlussreich und informativ ist auch das Kapitel 3 „Arte als Kulturkanal-Definition und Konzeption“ (S. 107ff.) mit Erläuterungen zum unterschiedlichen Kulturbegriff in den beiden Ländern. Das deutsche Verständnis von Kultur ist eher offener, umfassender, der französische Kulturbegriff der Oberbegriff aller Künste. Die Feststellung von Liane Rothenberger, dass dieses sehr unterschiedlich Verständnis von Kultur in den ersten Jahren zu kontroversen Diskussionen über Programmprofil, -inhalte und Sendeschemata führte, kann der Rezensent bestätigen. Die Frustration über das gegenseitige Unverständnis war bisweilen sehr groß.

Als Hintergrundwissen nützlich ist das Kapitel 4 „Das deutsch-französische (Medien-)Verhältnis als Basis für Arte“ (S. 131ff.). Geschichte und Strukturen der Mediensysteme

werden erläutert, die Zusammenarbeit der beiden Länder (und ihre Probleme) in den Bereichen Kultur und Medien bis zur *arte*-Gründung lexikalisch geschildert. Die Darstellung der Diskussionen über Qualität und/oder Quote im Fernsehen sind leider etwas versteckt und kurz im Unterkapitel 4.6 „Die Vermittlungsfunktion von *arte*“ (S. 153ff) enthalten. Das Zwischenergebnis, die Sender in Frankreich und Deutschland richteten sich nicht nach einheitlichen Qualitätskriterien (S. 164), kann nur denjenigen überraschen, dem die Fernsehpraxis gänzlich unbekannt ist. Ob Qualitätssicherung überhaupt durch Rahmenvorgaben wie Sendeplatzbeschreibungen und (gleichzeitiger) Vorgabe von Quotenzielen möglich ist, ist zweifelhaft. Zu weit ist der Abstand zwischen dem Allgemeinen der Texte von Senderprofil, Sendeplatzbeschreibung und dem konkreten Endergebnis der fertigen Sendung. Quotenprognosen bei qualitätsvollen Kultursendungen erweisen sich häufig durch die tatsächlich erzielten Quoten als äußerst fehlerhaft. Quotensteigerung ohne Qualitätssicherung ist leichter als mit. Qualitätssicherung trotz Quotensteigerung lässt sich leicht behaupten, weil es für Qualität keine objektiven Maßstäbe gibt, für Marktanteile schon. Dass die Qualitätssicherung bei *arte* inzwischen durch Vorgaben erfolge, wie Liane Rothenberger in ihrem Zwischenergebnis (S. 164) feststellt, darf bezweifelt werden.

Kapitel 5 „*Arte* als Europakanal – Vielfalt oder Vereinheitlichung?“ behandelt EU-Medienprojekte, die nationalen und internationalen Medienmärkte sowie nationenübergreifende Fernsehprojekte. Die Geschichte und die Aufgaben der Europäischen Rundfunk-Union (EBU) werden in 24 Zeilen abgehandelt. Der Gesamtumfang der Dissertation von über 400 Seiten ist auch Folge solcher Exkurse, die gelegentlich den Argumentationsfluss eher stören als fördern (S. 165ff).

Im Kapitel 6 stellt die Autorin „Anlage und Aufbau der empirischen Untersuchung“ vor, die sie für die Programmanalyse des *arte*-Kulturmagazins „Metropolis“ verwendet (S. 217ff.). Die Unterkapitel zu Inhaltsanalyse, Kodierung und Leitfrageninterview sind schlüssig und zeigen, welche Fortschritte die Kommunikationswissenschaft bei der Entwicklung von Methoden zur Film- und Fernsehanalyse gemacht hat.

„Untersuchungsobjekt Programm“ ist die Überschrift des zentralen Kapitels 7 (S. 233-321). Breiten Raum bekommen die Diskussionen und Ergebnisse der acht Programmschemaänderungen seit 1991, meist ausgelöst durch den französischen Partner, der Reich-

weitenverbesserungen im französischen Fernsehmarkt anstrebte. Mehrfach infrage gestellt wurde die gemeinsame Ausstrahlung, und eine dem jeweiligen nationalen Markt verträglichere Startzeit des Hauptabendprogramms verlangt. Liane Rothenberger schildert die Abfolge und Diskussionslinien dieser Debatten: Kurz nach dem Beschluss über ein neues Schema begann bereits die Diskussion über die Notwendigkeit einer Schemakorrektur mit dem Ziel einer Reichweitensteigerung. Bisheriges Endergebnis dieser Diskussion sind Ratespiele und Kochreihen im Programmschema seit 2007.

Leider wird die Programmgeschichte der *arte*-Themenabende nur in einem sehr kurzen Unterkapitel abgehandelt (7.5): „Der Themenabend – Markenzeichen von *Arte*“ (S. 305-309). Immerhin wird die Kürzung der Länge und die teilweise Verschiebung des Sendestarts im Verlauf der verschiedenen Schemaänderungen deutlich.

Kapitel 8 „Untersuchungsobjekt Metropolis“ (S. 313-367) ist eine gelungene, empirisch untermauerte Einzelstudie über ein Kulturmagazin im Fernsehen. Der Befund ist eindeutig: Seit 2007 ist es „kürzer, bunter, lockerer, schriller und schneller geworden“ (S. 367).

Die im Titel der Publikation plakativ gestellte Frage zur Programmentwicklung von *arte* „Von elitär zu populär“ wird im zusammenfassenden und wertenden Schlusskapitel „Rückblick und Ausblick“ differenziert beantwortet. Die Schemakorrekturen, neue Formate und Inhalte sollten durch „zugängliche Sendungen mehr Zuschauer ansprechen und gleichzeitig den kulturellen Anspruch (...) wahren (...). Dass *Arte* in Fragen der Programmgestaltung mehr Wert auf Popularität legt, konnte an einigen Stellen belegt werden. Eindeutig ist auch ein Bemühen um einen durchgängigeren ‚audience flow‘ zu konstatieren, eine Bemühung, dem Publikum näher zu kommen, ihm die Programmaufnahme so bequem wie möglich zu gestalten“ (S. 383).

Das Verdienst der Veröffentlichung von Liane Rothenberger ist die insgesamt gelungene Beschreibung der Geschichte von *arte* einschließlich der Programmentwicklung. Spätere, breiter angelegte Untersuchungen auf der Basis von internen Unterlagen, Protokollen etc. werden ein genaueres Bild ergeben, aber das werden unmittelbar Beteiligte wie der Rezensent immer behaupten. Die notwendige Diskussion, wie populär *arte* sein darf, ohne seine Einmaligkeit aufzugeben und damit überflüssig zu werden, kann jetzt genauer geführt werden – und das ist nicht wenig.

Peter von Rüdén