

Julia Oppermann

Geschichtsvermittlung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen: DIE DEUTSCHEN im ZDF

2014

<https://doi.org/10.25969/mediarep/14642>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Oppermann, Julia: Geschichtsvermittlung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen: DIE DEUTSCHEN im ZDF. In: Thomas Nachreiner, Peter Podrez (Hg.): *Fest-Stellungen*. Marburg: Schüren 2014 (Film- und Fernsehwissenschaftliches Kolloquium 25), S. 204–214. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/14642>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Geschichtsvermittlung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen: DIE DEUTSCHEN im ZDF

Der Blick in die Geschichte durch das Fernsehen

Die öffentliche Resonanz bezüglich des so genannten »Geschichtsfernsehens« wuchs in den letzten Jahren immer stärker an. Es besteht ein Bedarf an deutscher Geschichte (im Sinne einer historischen Kontinuität) und die Angebote sind mannigfaltig. Auch wenn es wenig definitionsstark beschrieben wird: zu bemerken ist ein »Geschichtsgefühl«, was als Wunsch nach emotionaler Rückbesinnung aufgefasst werden kann. Dabei wird die Öffentlichkeit immer weniger durch den Input der akademischen Geschichtsforschung geprägt, sondern vielmehr von Fernsehformaten, die auch als »Historytainment«¹ umschrieben werden können. »Geschichte ist so zu einem neuen, medialen Wochenbett deutscher Identitätsgeburten geworden.«² Das Fernsehen ist zugleich als Filter zu verstehen, denn was an Ereignissen und Personen nicht in visueller Form präsentiert wird, kann kaum Teil einer öffentlichen Geschichtsvorstellung werden. Viele Wissenschaftler³ waren schon vor Jahren der Meinung, dass das Fernsehen Einfluss auf die Vorstellung der Vergangenheit nehmen wird. Diejenigen Themen, die durch das Fernsehen verbreitet werden, bestimmen das Bild von der Geschichte in der Bevölkerung.⁴ Durch Filme und Fernsehsendungen historischen Inhalts wird ein Großteil der allgemeinen Geschichtsvorstellungen gespeist.⁵ Quantitative Erhebungen belegen zudem, dass sich das Fernsehen zu einem favorisierten Medium der Geschichtsaneignung entwickelt hat.⁶ Davon ausgehend, dass jede Gegenwart sich seine eigene Sicht auf seine Vergangenheit schafft, wird diese Sicht heutzutage durch das Leitmedium Fernsehen vermittelt. Medieninhalte können als Quelle einer Mentalitäts- und Alltagsgeschichte betrachtet werden, die Rück-

¹ Ebenfalls geläufig ist die Beschreibung »Historytainment«, solche Begriffe sollen die Vermengung von Vermittlung historischer Bildung mit Unterhaltungselementen verdeutlichen.

² Edgar Lersch, Reinhold Viehoff: Geschichte im Fernsehen. Eine Untersuchung zur Entwicklung des Genres und der Gattungsästhetik geschichtlicher Darstellungen im Fernsehen 1995-2003, *Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen Band 54*, Berlin 2007, S. 35.

³ **Hinweis:** Aus Gründen der Lesbarkeit wird im Folgenden auf eine geschlechtsneutrale Formulierung verzichtet. Es sind jedoch immer beide Geschlechter im Sinne der Gleichbehandlung angesprochen.

⁴ Margot Berghaus: Geschichtsbilder – Der »iconic turn« als »re-turn« zu archaischen visuellen Erlebniswelten. In: Martin Lindner (Hrsg.): *Drebbuch Geschichte. Die antike Welt im Film*, Münster 2005, S. 10–24.

⁵ Hilde Hoffmann: Geschichte und Film – Film und Geschichte. In: Sabine Horn, Michael Sauer (Hrsg.): *Geschichte und Öffentlichkeit. Orte – Medien – Institutionen*. Göttingen 2009, S. 135–143.

⁶ Andrea Brockmann: *Erinnerungsarbeit im Fernsehen. Das Beispiel des 17. Juni 1953*. Köln 2006, S. 1. Schon vor zehn Jahren konnten Erhebungen feststellen, dass über 70% der Befragten sich mit Fernsehsendungen über Geschichte informierten (Vgl. Renate Köcher (Hrsg.): *Allensbacher Jahrbuch für Demoskopie 2003-2009*. Bd. 12. Die Berliner Republik, New York 2009, S. 78).

schlüsse auf das Befinden des Publikums erlaubt.⁷ Sie gelten als Indikatoren für ihre Entstehungsbedingungen, z.B. ökonomische Einflüsse, das gegenwärtige Werte- und Normensystem oder aktuelle geistige Strömungen. Der Inhalt und die Form des deutschen Geschichtsfernsehens können Aufschluss über den Zustand des kollektiven Gedächtnisses und der Erinnerungskultur der Bevölkerung geben.

In erfolgreichen Geschichtssendungen spiegelt sich mehr wider, als der Zeitvertreib für ein historisch interessiertes Publikum. Die Gründe für den Konsum von Geschichtsdokumentationen werden oft allein auf den Unterhaltungswert reduziert. Zeitgleich wird damit ausgeschlossen, dass auch eine intensive Reflektion (im Vorfeld oder im Anschluss) des Themas in Betracht kommt. Dabei kamen Wissenschaftler bei der Auswertung von qualitativen Studien zu dem Schluss, dass die wichtigsten Motive, sich mit Geschichtsformaten im Fernsehen zu beschäftigen, ein Identitätsmanagement und die Ansammlung von kulturellem Kapital waren. Die Zuschauer würden sich vor allem von anderen abheben wollen und erhofften sich Hilfe bei ihrer eigenen Identitätsarbeit. Das Interesse an historischen Persönlichkeiten würde außerdem einem Bedürfnis nach sozialem Vergleich geschuldet sein, denn die prominenten Köpfe der Geschichte dienten auch als Projektionsfläche.⁸

Da ein Fernsehprodukt verkauft werden will, wird es an die Erwartungshaltungen der Fernsehkonsumenten angepasst. Die Produktionen orientieren sich an bereits erfolgreich verkauften Formaten. »Das Publikum ist nicht Öffentlichkeit im gesellschaftlichen, sondern Markt im ökonomischen Sinne.«⁹ Für den Erfolg von Film und Fernsehen muss das Medium dynamisch und flexibel auf sein Publikum reagieren, Diskurse aufgreifen und Strömungen erspüren können. Das würde im Rückschluss bedeuten, dass sich größtenteils an bereits vorhandenen Vorstellungen der deutschen Geschichte orientiert und damit eher ein Geschichtsbild verfestigt, als erneuert wird. Geschichte im Fernsehen muss jedoch immer auch als Markt verstanden werden.

Einen übergeordneten Platz im deutschen Geschichtsfernsehen nehmen die Produktionen von Guido Knopp und seiner Redaktion *Zeitgeschichte* im ZDF ein. Auch im öffentlichen Raum erfahren ihre Produktionen die meiste Beachtung und werden mittlerweile auch in allen großen Feuilletons Deutschlands ausgewertet.¹⁰ Die Geschichtsdokumentationen aus dem Hause ZDF sind zu einer eigenen Marke herangewachsen, sie werden in zahlreiche Länder weiter vertrieben und ihre Methodik gilt als stülbildend.¹¹

⁷ Martin Gronau: Der Film als Ort der Geschichts(de)konstruktion. Reflexionen zu einer geschichtswissenschaftlichen Filmanalyse. In: *AEON – Forum für junge Geschichtswissenschaft* 1, 2009, http://wissens-werk.de/index.php/aeon/article/viewFile/10/pdf_3 (28.01.2012).

⁸ Michael Meyen: Was wollen die Zuschauer sehen? Erwartungen des Publikums an Geschichtsformate im Fernsehen. In: Albert Drews (Hrsg.): *Zeitgeschichte als TV-Event. Erinnerungsarbeit und Geschichtsvermittlung im deutschen Fernsehfilm*. Rehbürg-Loccum 2008, S. 55–73.

⁹ Saskia Handro: Mutationen. Geschichte im kommerziellen Fernsehen. In: Vadim Oswalt, Hans-Jürgen Pandel (Hrsg.): *Geschichtskultur. Die Anwesenheit von Vergangenheit in der Gegenwart*. Schwalbach 2009, S. 75–97.

¹⁰ Edgar Lersch bestätigt, dass es noch keine umfassende Dokumentation bzw. Analyse des kritischen publizistischen Echos auf die Produktionen der ZDF Redaktion *Zeitgeschichte* gibt.

¹¹ Peter Kümmel: Ein Volk in der Zeitmaschine. In: *Zeit Online* 26.02.2004, http://www.zeit.de/2004/10/Steam_Punk (16.05.2010).

Innerhalb ihrer Arbeiten beschäftigten sich Guido Knopp und seine Mitarbeiter über Jahre hinweg intensiv mit dem Thema Nationalsozialismus. Sie waren der Schlüssel zu seinem heutigen Erfolg und legten den Grundstein für seine eigene Präsenz in der deutschen Medienlandschaft. Dies begründet sich in den außergewöhnlich guten Quoten der mehrteiligen Serien zu Adolf Hitler und seiner Führungsriege.¹² Zum Zeitpunkt der Ausstrahlung waren diese Formate eine Ausnahmeerscheinung und markierten den Startpunkt des Erfolges der Redaktion Zeitgeschichte. Auch wenn Guido Knopp für seine Hitler-Reihen bekannt ist, so wurde und wird sich auch mit einer Vielzahl anderer Themen befasst. Ein Großprojekt sticht dabei besonders heraus, welches hier vorgestellt werden soll. Die Dokumentationsreihe DIE DEUTSCHEN, welche vom ZDF als Idealmodell konzipiert wurde, steht für den großen Wurf nach der umfangreichen medialen Bearbeitung des Dritten Reiches. Diese Produktion richtete den Blick in die tausendjährige Vergangenheit Deutschlands und wollte dessen Wurzeln ergründen. Die Erfolge der Redaktion und die breite Etablierung ihrer Produktionen zum Nationalsozialismus waren die Basis für die Umsetzung dieser Dokumentationsreihe. Sie gaben Guido Knopp und seinen Mitarbeitern die Mittel und Möglichkeiten, von zwölf Jahren deutscher Diktatur den Blick auf eintausend Jahre deutsche Geschichte zu richten.

Eingebettet ist die Sendereihe in eine Vielzahl von gesellschaftlichen Strömungen, die eine Konjunktur der deutschen Geschichte anzeigen. Zentral ist hier eine Art Sehnsucht nach Orientierung: Die entgrenzte Konsumwelt mit seiner zunehmenden Vereinzelung kann eine Suche nach Sinnhaftigkeit kaum befriedigen. Was bietet gegenwärtig noch eine verlässliche Antwort auf das Woher und Wohin? Wenn Zukunftsvisionen nicht mehr geglaubt werden und den Menschen die popkulturellen Ersatzbefriedigungen nicht mehr ausreichen, dann wächst die Bedeutung der Erinnerungskultur.¹³ So ist es oftmals der Blick in die Vergangenheit, der die Gewissheit gibt, dass es auch in Zukunft weitergehen wird. Schließlich wurde es in der Vergangenheit auch immer geschafft, sich gegen Widrigkeiten durchzusetzen. Dies ist ein Versuch den Vertrauensverlust der modernen Gesellschaft zu kompensieren. Die Geschichte stellt eine Kontinuität dar, in der sich das Streben nach Verlässlichkeit und Vertrautheit erfüllt.¹⁴ Viele Wissenschaftler sehen gerade die moderne Faszination für die Geschichte (und damit ist durchaus nicht nur die nationale gemeint) als eine Reaktion auf den Verlust von utopischen Potentialen.¹⁵ Neben der Frage nach Selbstverortung hat sich insbesondere in den jüngeren Generationen ein neues nationales Selbstbewusstsein Platz verschafft, welches auch ein Interesse an der eigenen Geschichte beförderte.

Die Idee zu einem Format wie DIE DEUTSCHEN soll schon seit Jahren in der Redaktion Zeitgeschichte vorhanden gewesen sein. Doch erst nach der Jahrtausendwende

¹² Es reihten sich weitere Produktionen zu Adolf Hitler ein, so: Hitlers Krieger, Hitlers Frauen, Hitlers Kinder und Familie Hitler – Im Schatten des Diktators.

¹³ Michael André: Archetypen des Grauens. Über die Sentimentalisierung und Dramatisierung von Geschichte im Fernsehen. In: Claudia Cippitelli, Axel Schwanebeck (Hrsg.): *Fernsehen macht Geschichte. Vergangenheit als TV-Ereignis*. Baden Baden 2009, S. 43–56.

¹⁴ Werner Weidenfeld: Historisch-politische Kultur. In: Guido Knopp, Siegfried Quandt (Hrsg.): *Geschichte im Fernsehen. Ein Handbuch*. Darmstadt 1988, S.191–195.

¹⁵ Edgar Wolfrum: Geschichtspolitik in der Bundesrepublik Deutschland 1949-1989. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 45, 1998, S. 3–15.

schien sich abzuzeichnen, dass die Zeit »reif« war, ein Projekt umzusetzen, welches sich Jahrhunderten der deutschen Geschichte und nicht nur einer bestimmten Epoche widmete. Die gute Resonanz beim Publikum bestätigte das Gespür der Produzenten.

»DIE DEUTSCHEN – Ein Jahrtausend deutsche Geschichte«

DIE DEUTSCHEN wurden mit jeweils zehn Folgen in der ersten Staffel vom 26.10. bis zum 25.11.2008 und in der zweiten Staffel vom 14.11. bis zum 21.12.2010 ausgestrahlt. Das Großprojekt wurde immer auf dem Sonntagabend-Sendeplatz um 19:30 Uhr und um 20:15 Uhr dienstags ausgestrahlt. Die Sendereihe entstand als Zusammenarbeit der Hauptredaktion Kultur und Wissenschaft und des Programmbereichs Zeitgeschichte-/Zeitgeschehen des ZDFs. Sie gilt als Leuchtturmprojekt, ein Investment des Senders in Ausstattung und Vermarktung. Schon weil in Zukunft keine solchen epischen Formate für Dokumentationen zu erwarten sind, handelt es sich um eine Ausnahmeerscheinung in der Fernsehlandschaft.

Die Reihe spürt den Ursprüngen der deutschen Geschichte vom achten bis zum zwanzigsten Jahrhundert nach. Sie schlägt eine Schneise in eine brüchige Vergangenheit. Nach Bekunden der Produzenten wollte man herausfinden, was in den »Rucksack der deutschen Identität« hineingepackt und mitgenommen wurde in die Bundesrepublik Deutschland unserer Zeit. Im Klappentext der DVD-Box der ersten Staffel ist zu lesen: »Es geht um zehn Jahrhunderte wechselvoller Vergangenheit – ihre Spuren führen bis in unsere Gegenwart.«¹⁶ Jeder einzelnen Folge wurden Fragen voran gestellt, unter die sich die 45-minütige Reise in die Historie scheinbar stellt: »Wer sind wir? Woher kommen wir? Fragen an eintausend Jahre deutsche Geschichte.«¹⁷ Diese Leitfragen zielen eindeutig auf das Bedürfnis nach Identität und die Herkunftsneugier der Gesellschaft. Es wurden genau diese Fragen als Überschrift der Reihe ausgewählt, weil sie einen Nerv trafen. Nach eigenem Bekunden, ging es dabei nicht nur um die Menschen, die Geschichte machten, sondern auch darum, was die Geschichte mit den Menschen machte. Um dies zu vermitteln, wurde eine attraktive Form der Darstellung gewählt und gleichzeitig auf intensive Beratung von Wissenschaftlern gesetzt, so »[...] fanden zwei Gewerke zusammen: die Präzision der Forschung und die Darstellungskunst der Fernsehmacher«¹⁸.

Die Dokumentationsreihe folgt in seiner Bearbeitung der deutschen Vergangenheit dem biografischen Aufbau und stellt insgesamt zwanzig Personen der deutschen Geschichte vor. Ausschlaggebend für die Wahl der Personen waren ihr Bekanntheitsgrad und ihre Verbindung zu zentralen Ereignissen der deutschen Geschichte. Jeder der gewählten Exponenten soll einen Teil seiner Zeit repräsentieren, als Stellvertreter für eine bestimmte Epoche oder Zäsur in der Geschichte. Über sie soll der Zuschauer dann in das jeweilige Jahrhundert hineingeführt werden. Die Geschichte der Deutschen in dieser Dokumentationsreihe ist eine Geschichte von bedeutenden Personen, ausgestattet mit Regierungsmacht oder anderen Formen des Einflusses. Es sind diejenigen, denen Auto-

¹⁶ »Die Deutschen«, Otto und das Reich, ZDF Enterprises GmbH 2008.

¹⁷ Otto und das Reich, ZDF Mediathek: <http://www.zdf.de/ZDFmediathek/kanaluebersicht/aktuellste/565650#/beitrag/video/616394/Otto-und-das-Reich,00:21-00:35> (04.06.2012).

¹⁸ ZDF Jahrbuch 2008 – »Die Deutschen«: http://www.zdf-jahrbuch.de/2008/programmarbeit/arens_knopp.php (14.03.2010).

rität schon in die Wiege gelegt wurde oder sie später errangen. Von den zwanzig Folgen widmen sich elf Folgen Kaisern, Königen, Fürsten und nur zwei portraitierten eine Frau (die wiederum keine Herrscherinnen waren). Die erste Staffel beginnt mit Otto dem Großen im zehnten Jahrhundert. Die zweite Staffel setzt sogar noch früher mit Karl dem Großen im achten Jahrhundert ein. Beide Staffeln enden in ihren letzten Folgen in der Weimarer Republik und geben im Sekundenlauf noch einen Ausblick auf das heutige Deutschland. Alle ausgesuchten Persönlichkeiten sollten nicht nur ihre Zeit repräsentieren, sondern auch ihr Erbe für das gegenwärtige Deutschland. Ein Deutschland, welches sich zwischen Einheitsbestrebungen und Spaltungen bewegt hätte.

In jeder Staffel wurde daneben eine weitgehend vergessene historische Person vorgestellt: in der Ersten Robert Blum, in der Zweiten Gustav Stresemann. Es sind keine namhaften Männer. Weder Blum, Mitglied der Frankfurter Nationalversammlung, der auf den Barrikaden des Wiener Oktoberaufstands 1848 kämpfte, noch Stresemann, der Reichsaußenminister der Weimarer Republik, der den Friedensnobelpreis erhielt, gehören zu den geläufigen Gesichtern der deutschen Geschichte. Jedoch stehen sie für dessen demokratische Tradition. Von Seiten der Redaktion sah man sich diesen Vorbildern der deutschen Demokratie verpflichtet und widmete ihnen jeweils eine Folge, auch wenn diese die jeweils niedrigsten Quoten ihrer Staffeln markierten. Robert Blum und Gustav Stresemann werden ganz im Sinne ihres Vorbildcharakters gezeichnet, ihre Darstellungen fallen weit weniger ambivalent als die anderer Protagonisten aus. Was deutlich werden soll, ist ihr unermüdlicher Einsatz für ein demokratisches Deutschland, welches also nicht erst nach 1945 wachsen musste. Das Erbe Blums und Stresemanns ist Bestandteil der deutschen Geschichte.

Die visuelle Umsetzung von DIE DEUTSCHEN

Das Geschichtsfernsehen der Prime Time gründet sich auf Personalisierung, Emotionalisierung und Dramatisierung. Sie bilden die Schlagwörter unter denen sich Produktionen am Geschichtsmarkt positionieren und auch dem Konkurrenzdruck ihres Sendeplatzes standhalten. Sie leiten die Ausgestaltung einer Produktion, welche Handlungsstränge gezeigt werden, über den Einsatz der Musik, der Kamera, der Schnittfrequenz: also wie ein historisches Thema das Publikum fesseln kann. Dabei weist der Medienhistoriker Edgar Lersch darauf hin, dass sich das ästhetische Formenarsenal von Geschichtsdokumentationen seit Jahrzehnten immer derselben Mittel bedient, allein das Mischungsverhältnis und das Tempo hätten sich verändert, um sich den geänderten Nutzungsgewohnheiten der Zuschauer anzupassen.¹⁹ Wirklich neu ist meist nur die verbesserte technische Umsetzung.

Die vier Basiselemente der gegenwärtigen historischen Dokumentationen sind der Sinn vermittelnde Kommentar, die Zeitzeugenaussage (falls vorhanden), die Bildpräsentation und die szenische Rekonstruktion oder auch szenisches »Nachempfinden« (Spiel-

¹⁹ Edgar Lersch: Zur Geschichte dokumentarischer Formen und ihrer ästhetischen Gestaltung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen. In: Thomas Fischer, Rainer Wirtz (Hrsg.): *Alles authentisch? Popularisierung der Geschichte im Fernsehen*. Konstanz 2008, S. 109–136.

filmszenen) genannt.²⁰ In DIE DEUTSCHEN gibt es wie in jeder Produktion der Zeitgeschichte-Redaktion den allwissenden Kommentator und ein Zusammenschnitt von Aufnahmen historischer Orte, Gebäude, Dokumente usw. Zeitzeugenaussagen konnte es allerdings für die Reihe nicht geben. Man entschied sich dafür, die Arbeit mit Historikern, die als wissenschaftliche Berater fungierten, auszuweiten und Interviews mit ihnen zu führen. Es wurde mit einer ganzen Reihe renommierter Historiker und anderer Fachwissenschaftler zusammen gearbeitet, deren Interviewausschnitte in der Dokumentation eine kommentierende Funktion haben. Dadurch gewinnt die Produktion an Seriosität und Authentizität, gleichzeitig sollte den Wissenschaftlern eine Plattform geboten werden, mit dem Medium Fernsehen zu arbeiten und ihre Forschung damit einem breiten Publikum zugänglich zu machen. Skeptiker sehen den Einfluss von Historikern auf solche Produktionen jedoch weiterhin als begrenzt an.

Die Kooperation mit etwa dreißig Experten war nicht das einzige Novum in dieser Reihe. Sie wurde so aufwendig gestaltet, wie keine andere Dokumentarreihe des ZDFs vor ihr, untermalt mit etlichen Computeranimationen und aufwendigen Spielszenen. Gerade für DIE DEUTSCHEN wurde durchgängig mit »szenischen Zitaten« gearbeitet, die zentraler Baustein der Serie sind. Für den Großteil der Folgen ist kein originäres filmisches Material vorhanden, das verwertet werden konnte. Im Gegensatz zu Filmmaterial, welches aus dem sendereigenen Archiv verwendet werden kann, sind Schauspielszenen kostenintensiv: Kostüme, Komparsen, die Miete für Drehorte und professionelle Schauspieler wären in solchem Umfang z.B. für Produktionen der Dritten Programme unerschwinglich. Dies wird einen Teil dazu beigetragen haben, dass eine Folge bis zu einer halben Million Euro gekostet hat.²¹ Zum Ausstrahlungstermin der Sendereihe hätte es keine besseren Animationen und Visual Effects in internationalen Dokumentationen gegeben.²² In vielerlei Hinsicht orientierten sich die Produzenten an den großen TV-Events was die digitale Bearbeitung bei Massenszenen, historischen Stadtbildern oder auch Karten anbelangt. Um den Zuschauern aus filmästhetischer Sicht das zu bieten, was sie aus den Kinosälen gewöhnt sind, wurde auf Spannungseffekte und schnelle Schnitte gesetzt, sodass sich einige Szenen einer Videoclip-Ästhetik annähern. Auch wenn dies für den Anspruch eines Bildungsfernsehens befremdlich wirkt, so ist dies nur die konsequente Umsetzung von Guido Knopps Anspruch: »Mir ist das Thema zu wichtig, um es nur für wenige verständlich zu machen. [...] Aufklärung braucht schließlich Reichweite.«²³

²⁰ Lersch/Viehoff 2007, S. 26.

²¹ Sven Felix Kellerhoff: Tausend Jahre Geschichte als TV-Serie verpackt. In: *Welt Online* 25.01.2008, <http://www.welt.de/fernsehen/article2621844/Tausend-Jahre-Geschichte-als-TV-Serie-verpackt.html> (09.08.2011).

²² Peter Arens: Zur ZDF-Doku »Die Deutschen«: Lasst uns gelassener sein. In: *sueddeutsche.de* 15.11.2008, <http://www.sueddeutsche.de/kultur/zur-zdf-doku-die-deutschen-lasst-uns-gelassener-sein-1.555998> (14.03.2011).

²³ Karsten Linne: Hitler als Quotenbringer – Guido Knopps mediale Erfolge. In: *1999. Zeitschrift für Sozialgeschichte des 20. und 21. Jahrhunderts* 17.2, 2002, S. 90–101.

Dabei scheint es nicht um Menschen wie »Du und Ich« zu gehen. »Geschichte erscheint wieder als Geschichte großer Männer und Abfolge bedeutender Schlachten.«²⁴ Dies gilt zwar als wissenschaftlich überholt, aber Strukturen und Strömungen in Komplexität und Kontext darzustellen (z.B. Mentalitäts- oder Strukturgeschichte), verläuft oftmals spannungslos. Gefragt sind im Geschichtsfernsehen Stoffe, die sich als geschlossenes Stück erzählen lassen. Man hätte kein Interesse an einer Erzählkultur der offenen Fragen, Widersprüche und Brüche, resümiert Journalist Fritz Wolf.²⁵ Zuschauererfolge würden nur über Emotionen und das Element Spannung erzielt.²⁶ Geschichte soll sinnlich erfahrbar sein, denn dann könne es im Idealfall Neugier, Anteilnahme und Betroffenheit auslösen.²⁷ Daher verläuft die Darstellung der Protagonisten konsequent dramatisch und emotional, auch wenn dies teilweise die Leitfragen »Wer sind wir? Woher kommen wir?« konterkariert. Vieles Episoden aus dem Leben der Hauptfiguren stehen in keinerlei Bezug zu einem Verdienst, der sich in der Gegenwart Deutschlands bemerkbar machen könnte. Doch die Produzenten folgen der Fernsehlogik. Daraus ergibt sich ein Fokus auf Liebesgeschichten, innere Konflikte und schicksalhafte Begebenheiten. Die Darstellungsconventionen des Fernsehens entscheiden im großen Maße über Erfolg oder Misserfolg einer Produktion: Das Schicksal (der Platz im Leben), der Kampf (gegen Feinde, um Macht) und die Liebe sind Motive, die eine Fernsehsendung erfolgreich machen. Sie sind allgemeingültige, universelle, überzeitliche, ja sogar außerkulturell gültige Motive, die sich fundamentalen Beziehungen widmen. So bauen historische Stoffe auf ahistorischen »Basismotiven« auf.²⁸ Die Hauptdarsteller begegnen dem Zuschauer zwar im historischen Gewand, geben ihm jedoch das Gefühl, dass ihre Sorgen und Herausforderungen den Problemen im 21. Jahrhundert erstaunlich ähnlich sind. Mit ihren Sehnsüchten, ihrer Zerrissenheit, den Intrigen und Nöten schaffen sie immer auch eine emotionale Nähe.

Auf den Sendeplätzen zur Prime Time kommen die ökonomischen Zwänge stärker zum Tragen, da auch das öffentliche Fernsehen ein Massenpublikum erreichen will und muss. So bemerkt Guido Knopp in einem Interview: »Wenn Sie um 20:15 Uhr historische Themen anbieten, dann unter der Maßgabe, dass Geschichte spannender sein kann, als jeder Krimi [...]«²⁹ Die Konkurrenz zum parallelen Unterhaltungsprogramm wird deutlich. Mit dieser Einschätzung liegt er dicht an den Bedürfnissen des Publikums. In

²⁴ Fritz Wolf: Trends und Perspektiven für die dokumentarische Form im Fernsehen. Eine Fortschreibung der Studie »Alles Doku – oder was? Über die Ausdifferenzierung des Dokumentarischen im Fernsehen«. Redemanuskript, Düsseldorf 2005, S. 13, http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/wolf_dokuform/wolf_dokuform.pdf (23.20.2010).

²⁵ Ebd.

²⁶ Tobias Winkler: Das Thema Hitler ist abgehandelt – Interview mit ZDF-Historiker Guido Knopp, <http://www.medienhandbuch.de/news/das-thema-hitler-ist-abgehandelt-interview-mit-zdf-historiker-guido-knopp-8065.htm> (23.06.2009).

²⁷ Alva Gehrmann: »Wir legen viel Wert auf Authentizität«, Interview mit Guido Knopp. In: *Das Parlament* Nr. 42, 17.10.2005, <http://webarchiv.bundestag.de/cgi/show.php?fileToLoad=1717&id=1149> (13.09.2010).

²⁸ Berghaus, S. 17.

²⁹ Rainer Wirtz: Alles authentisch: so war's. Geschichte im Fernsehen oder TV History. In: Fischer/Wirtz: *Alles authentisch?*, S. 9–32.

Zuschauergesprächen wurde oft genau dies unterstrichen: das Fernsehen dürfe einen nicht langweilen und dies stehe durchaus nicht im Widerspruch zu einem Lerneffekt, vielmehr wolle man entspannen und lernen zugleich.³⁰ Fritz Wolf fasst den Stand des deutschen Geschichtsfernsehens zusammen: es bedient sich der modernsten narrativen Mittel, propagiert jedoch ein altes Geschichtsdenken, es setzt auf vertraute Erzählmuster und durch die Gleichsetzung mit anderen Medien-Erlebnisse wird aufgehoben, was Geschichte fremd macht.³¹ Die eingängigen Darstellungsweisen eines Großteils des Geschichtsfernsehens haben sich beim Publikum etabliert und schaffen Erwartungshaltungen. Durch die mediale Wiederholung von typischen und prägenden Geschichtsbildern entstehen zusätzliche Bezugspunkte.

Neue Vermarktungsstrategien und Erfolg der zwei Staffeln

Das ZDF hatte zur Bewerbung der Sendereihe eine ganze Medienlawine angeschoben, die über den herkömmlichen Verkauf von Begleitbüchern und DVD-Boxen hinaus ging. Gezielte Marketingaktionen sollten den Erfolg beim Publikum vorbereiten. Dazu wurde auf eine Crossmedia-Strategie aus Anzeigenwerbung, Onlineangeboten und Voraus- bzw. Begleitsendungen gesetzt.³² In der Anzeigenwerbung für die Printmedien und Plakatierungen für die Reihe wurden z.B. einige Protagonisten mit jugendlichen, zeitgenössischen Attributen versehen: Otto von Bismark trägt Sonnenbrille und macht eine Kaugummiblase und Hildegard von Bingen rasiert sich die Beine. Der Slogan der Werbung lautet: »Wer wir waren, wer wir sind«. So wird bereits hier ausdrücklich mit dem Aspekt der Identitätsfindung geworben und aus Werbezwecken mit Anachronismen gearbeitet. Die Vergangenheit wird als PR-Aktion in die Gegenwart geholt.

Die Eigenwerbung wurde auch auf die anderen Programme des Senders ausgeweitet. So berichteten die eigenen Nachrichtenmagazine (wie das heute-journal) über den Erfolg der Reihe, schließlich hatten die Folge zu Otto dem Großen fast 6,5 Millionen Zuschauer gesehen.³³ Die Reihe war nicht nur hinsichtlich ihrer Produktionskosten eine Investition des Senders, für sie wurde auch ein eigenes interaktives Online-Modul für die ZDF-Mediathek aufgebaut. Hier können alle Einzelfolgen und Trailer abgerufen und die Historikerinterviews in voller Länge gesehen werden, es gibt ein Quiz, eine Community zum Austausch mit anderen Zuschauern und interaktive Karten mit Zusatzmaterial. Das gesamte Angebot ist ebenfalls auf der Internetpräsenz der Wissenssendung »Terra X« vorhanden. Die Seiten sind professionell aufgemacht und leicht zu navigieren, jeder Nutzer kann sich individuell nach seinen Wünschen entweder nur einen kurzen Überblick verschaffen oder sich intensiver mit den Sendungen beschäftigen. Erstmals wurde ein solches Angebot für eine Dokumentationsreihe realisiert, wobei dies auch an der Verbesse-

³⁰ Meyen, S. 71.

³¹ Wolf, S. 13.

³² Walter Hömberg: Die Aktualität der Vergangenheit. Konturen des Geschichtsjournalismus. In: Klaus Arnold, Walter Hömberg, Susanne Kinnebrock (Hrsg.): *Geschichtsjournalismus. Zwischen Information und Inszenierung*. Münster 2010, S. 15–30.

³³ Elmar Krekeler: »Die Deutschen« und das stinkende Eigenlob. In: *Welt Online* 29.01.2008, <http://www.welt.de/fernsehen/article2643911/Die-Deutschen-und-das-stinkende-Eigenlob.html?print=true#reqdrucken> (13.11.2011).

rung der technischen Möglichkeiten lag. So wird die Doku-Reihe nicht nur einmal ausgestrahlt und dann auf anderen Sendeplätzen oder Sendern wiederholt. Die Serie ist dauerhaft abrufbar und immer für den Nutzer präsent, dem eine »virtuelle Zeitreise« geboten wird. Das ZDF hat seine Reichweite mit der Pionierarbeit in der Mediathek enorm erhöht und damit auch vielversprechende Wege der Vermarktung gefunden.

Die Dokumentationsreihe wurde zur selben Zeit als ein Bildungsangebot konzipiert. In einer Kooperation mit dem Verband der Geschichtslehrer Deutschlands wurden für die Einzelfolgen Unterrichtsmaterialien erarbeitet, die ebenfalls online auf der Mediathek zur Verfügung stehen. Dadurch wird dem Bildungsauftrag des Senders nachgekommen und ein junges Publikum an die eigenen Formate herangeführt. Es werden nicht nur die Wohnzimmer Deutschlands erreicht, sondern auch die Klassenräume, wo anhand der Folgen Geschichte vermittelt und abgefragt wird. »[...] Die Dokumentarreihe DIE DEUTSCHEN hat auf dem Gebiet historischer Themen die Grundlage für eine nachhaltige Zusammenarbeit zwischen dem ZDF und den Schulen geschaffen.«³⁴ Zweifelsohne wurden für dieses Projekt materielle und personelle Investitionen im großen Maßstab getätigt. Die erste Staffel war in der Tat ein Erfolg mit einer Durchschnittsquote von 5,1 Millionen Zuschauern (und konnte damit an die Erfolge der Hitler-Reihen aus den 90ern anknüpfen), wohingegen die nachfolgende Staffel nur noch einen Schnitt von vier Millionen aufweisen konnte.³⁵ Der Anklang auf die Online-Angebote zur Sendung war durchweg positiv. Das Video des ersten Beitrags zu Otto dem Großen war das erfolgreichste seines Jahres in der ZDF-Mediathek.³⁶

Tausend Jahre deutsche Geschichte in Serie

Die zwei Staffeln zu tausend Jahren historischer Großereignisse stießen beim Publikum auf große Resonanz. Damit war die Redaktion wieder zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Wie schon bei den Hitler-Reihen hatte sie ein Gespür dafür, was die Gesellschaft umtreibt. Die neue Generation will mehr von seiner Geschichte, will über 1933 hinaus wissen, wo ihre Vergangenheit liegt. Wenn sich das ZDF deutscher Geschichte vom achten Jahrhundert an widmet, kommt beim Zuschauer an: der Nationalsozialismus ist *ein* Kapitel der deutschen Geschichte, nicht *das* Kapitel. Daneben lässt sich eine veränderte Sicht auf das eigene Land beobachten. Es ist gerade dieses neue »Gefühl«, eine neue Form des Nationalbewusstseins, welches auch Interesse an der deutschen Geschichte *vor* Hitler und dem Zweiten Weltkrieg bewirkt. Ein neues deutsches Selbstbewusstsein trifft somit auf die Frage nach Selbstverortung und bildete das Fundament für die mediale Umsetzung und die Wirkung der Reihe DIE DEUTSCHEN. Nach Aussagen

³⁴ Pressemitteilung: Dokumentarreihe »Die Deutschen« setzt Standards für Zusammenarbeit mit Schulen, ZDF Pressestelle, Mainz 12.12.2008, http://www.unternehmen.zdf.de/uploads/media/FSR-Die_Deutschen_-_1212_01.pdf (14.06.2011).

³⁵ Die erste Staffel konnte einen Marktanteil von durchschnittlich 16,1% verzeichnen, die zweite Staffel kam auf 12,3%. Am erfolgreichsten hier war die Folge zu Hildegard von Bingen mit 5,43 Mio. Zuschauern (16,9% Marktanteil). In: ZDF Jahrbuch 2010, Chefredaktion Zeitgeschichte/Zeitgeschehen, <http://www.zdf-jahrbuch.de/2010/programmchronik/zdfchefredaktion/zeitgeschichte-zeitgeschehen.php> (08.03.1212).

³⁶ Pressemitteilung.

von Guido Knopp und Peter Arens ging es dabei nicht um die Fixierung auf das Nationale, sondern um die Vermittlung der langen föderalen Tradition. Es sollte das Ringen um Einheit und Freiheit im internationalen Kontext und natürlich die »[...] lange unerfüllten Hoffnungen und Ziele unserer Geschichte – Einheit, Freiheit und Frieden« aufgezeigt werden.³⁷

Mit Sicherheit ist davon auszugehen, dass aufgrund der großen Reichweite der Reihe und des etablierten Stils, ein Einfluss auf die deutsche Erinnerungskultur und das kollektive Gedächtnis der Bevölkerung ausgemacht werden kann. Besonders konstruktivistische Medientheoretiker gehen davon aus, dass das Fernsehen ein »Erinnerungsgenerator« ist.³⁸ Gerade bezüglich dieser »weit entfernten« Vergangenheit gibt es kaum Bilder z.B. eines Karl des Großen oder Heinrich IV., welche in der Erinnerung der Menschen mit anderen Darstellungen der Person konkurrieren müssten. Empirische Befunde zur Nachhaltigkeit medialer Einflüsse fehlen aber noch. So muss sich bei Spekulationen darüber, wie viel oder wie wenig Einfluss eine Fernsehsendung auf ein Geschichtsbild hat, doch stets bewusst gemacht werden, dass die Bilder einer solchen Reihe nicht ungefiltert in den Zuschauer übergehen. Der Prozess der Rezeption ist weitaus komplexer und von unterschiedlichsten Faktoren abhängig. Die Verarbeitung von Fernsehbildern ist immer im Kontext zu sehen, z.B. von individuellen Facetten wie Wissensstand, ob die Sendung allein oder in Gesellschaft geguckt wird, welche Anschlusskommunikation es gibt und vieles mehr. Daher sollten Rückschlüsse über die Beeinflussung der Massen durch solche Formate eher vorsichtig formuliert werden. Es liegt auf der Hand, dass mit einigen kurzen Ausflügen in die deutsche Vergangenheit nicht umfangreich Herkunft und Identität zu ergründen ist. Die Geschichte, die von großen Männern gestaltet wird und damit den Eindruck erweckt, dem Rest der Bevölkerung würde sie vielmehr zustoßen, ist ein antiquiertes Geschichtsverständnis, welches die Wissenschaft lange hinter sich gelassen hat. Wo bleiben »die« Deutschen wenn es im Grunde genommen nur ein paar Stellvertreter sind, denen sich genähert wird? Hier verwehrt der Darstellungszwang eine moderne Sicht auf die Geschichte, eine die komplex, grenzübergreifend und kontrovers ist.

Die Reihe bewegt sich in den bekannten Schemata und erfüllt die Erwartungshaltung an seine Gestaltung, die von den Produzenten zum Teil selbst geschaffen wurde. Der Sehnsucht in der Vergangenheit etwas über seine Identität zu erfahren, einen Sinn zu generieren, der auch Hoffnung für die Zukunft gibt, wird in der Serie mit der Geschichte einer jahrhundertelangen Anstrengung um ein spätes Glück begegnet. Dem deutschen Volk sei es allezeit darum gegangen zusammenzuwachsen. Stets wird darauf hingewiesen, wo die einenden Momente in der Vergangenheit zu finden sind, sei es im geteilten Leid oder im Kampf gegen einen gemeinsamen Feind. Die deutsche Geschichte ist dann doch ein Weg, der wohl zu mancher Zeit schwierig war, aber der nun endlich zu dem führte, was über Jahrhunderte ausgefochten wurde. Die historischen Krisen der Vergangenheit konnten überwunden werden. Dies ist wohl etwas, was Redakteuren und Autoren unterstellt werden kann. Die Geschichte schien in all ihren Wendungen ein Ziel vor Augen zu haben. Im Endeffekt sind alle Episoden doch nur ein Baustein für die deut-

³⁷ Peter Arens: »Die Deutschen«, ZDF Jahrbuch Band 45, Mainz 2008, S.143–146.

³⁸ Saskia Handro: »Erinnern sie sich...«. Zum Verhältnis von Zeitgeschichte und Fernsehen. In: Susanne Popp et al. (Hrsg.): *Zeitgeschichte – Medien – Historische Bildung*. Göttingen 2010, S. 202–218.

sche Einheit in Frieden und Freiheit. Schon in der Vergangenheit scheinen die Einwohner der deutschen Lande nach den gesellschaftlichen Verhältnissen der Gegenwart gestrebt zu haben. Die demokratische Tradition Deutschlands wird anhand von Robert Blum und Gustav Stresemann betont: ein demokratisches Erbe, das es zu bewahren gilt. Das System, in dem wir heute leben, wurde von Generationen von Deutschen erträumt und erhofft. Wir müssen es stützen, verteidigen und dürfen uns vor allem glücklich schätzen, in dieser Zeit zu leben. Erinnerungsarbeit ist auch eine Pflicht und wenn eine Redaktion politische Personen wie Blum und Stresemann eine filmische Aufarbeitung ihrer Verdienste zu Teil werden lässt, dann auch, weil sie Erinnerung und Bewusstsein für ein demokratisches Deutschland schaffen will. Die Darstellung eines langen Wegs durch die Jahrhunderte kann als Demokratieerziehung angesehen werden, es legitimiert zumindest das gegenwärtige politische System. Auch wenn die Protagonisten nicht verklärt werden sollten, so ist der mythische Moment im Narrativ der »Deutschen« der lange Weg der Bevölkerung bis man letztlich in einem geeinten, freiheitlichen und friedlichen Deutschland ankommt.