

Dietrich Mack

Die Ambivalenz der Gefühle: Kooperation Film und Fernsehen – eine Vernunfttehe

1985

<https://doi.org/10.25969/mediarep/2829>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Mack, Dietrich: Die Ambivalenz der Gefühle: Kooperation Film und Fernsehen – eine Vernunfttehe. In: *Augen-Blick. Marburger Hefte zur Medienwissenschaft*. Heft 1-2: Der neueste deutsche Film. Zum Autorenfilm (1985), S. 59–72. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/2829>.

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.

Dietrich Mack:

Die Ambivalenz der Gefühle:

Kooperation Film und Fernsehen - eine Vernunfttöte

Ich spreche zu Ihnen, meine Damen und Herren, als Redakteur und Produzent einer Fernsehanstalt, der den Nachteil hat, nicht allzu lange dieser Profession nachzugehen. Manche bewerten es allerdings auch als Vorteil. Wer sich über diesen Beruf orientieren möchte, dem empfehle ich die ernste Satire, die Benjamin Henrichs in der ZEIT (26.10.1984) über die Theaterintendanten schrieb. Auch unser Stand und Beruf ist in Verruf. Fazit dort - und hier gleich zu Beginn: Ich habe keine Chance, aber ich nutze sie. Doch ich will Sie nicht mit Identitätsproblemen langweilen, sondern, Luther-fest, frisch auftreten, das Maul auf tun und bald, genauer: leider erst in 50 Minuten aufhören. Abendfüllend ist das nach Film- und Fernsehrichtlinien zum Glück noch nicht.

Die Formulierung des Themas, Wortwahl und Interpunktion, gefallen mir nicht, doch sie sind dem Gegenstand irgendwie angemessen. Denn in dieser Beziehung zwischen Film und Fernsehen führen Kopf und Bauch höchst merkwürdige Soli auf, dissonant zumeist, ein harmonisches Zusammenspiel ist selten. So nehme ich die Wörter und sage: Eine Kooperation zwischen Film und Fernsehen findet statt. Ob es eine Vernunfttöte ist, sei mit Vorsicht unterstellt. Die Gefühle sind mit Sicherheit ambivalent.

Beginnen wir mit einigen Tatsachen, leider auch Zahlen. Seit weit mehr als 20 Jahren findet eine intensive Zusammenarbeit zwischen Fernsehen und Filmwirtschaft statt und zwar in allen Programmbereichen. 1960 - 1982 investierte das Fernsehen, durchaus eigennützig, mehr als 7 Milliarden Mark in die Filmwirtschaft. Im wesentlichen verteilt sich diese Summe auf drei Bereiche: Ankauf, Nebenleistungen, Produktion.

1. Für Ankäufe wurden in diesem Zeitraum 1,6 Milliarden Mark (22,8 %) ausgegeben. Über Händler oder direkt wurden einzelne Filme oder, wie jüngst, ganze Pakete gekauft. Man kann einen Film fürs Fernsehen für 100.000,- Mark kaufen oder, wie die BBC, für 10 Millionen Dollar ("Vom Winde verweht"). Der Preis, frei ausgehandelt, richtet sich nach der vermeintlichen oder echten Attraktivität, nach Lizenzgebiet und -zeit. Die Preistendenz für diese sogenannte Software ist steigend. Das liegt an einem zunehmenden Bedarf des Fernsehens (im Jahresschnitt werden in den drei Programmen der öffentlich-rechtlichen Anstalten mehr als 1.200 Filme gesendet) und an der aufziehenden Konkurrenz von Video und Privatfernsehen. Man hortet, reibt sich die Hände und wartet. Es gibt Prognosen, die einen Durchschnittsankaufspreis von 500.000,- Mark nennen.

2. Knapp 10 % der genannten Summe wurden für Nebenleistungen ausgegeben, vor allem für Synchronisation ausländischer Filme, die am liebsten angekauft werden. Die durchschnittlichen Synchronkosten pro Film betragen etwa 60.000,- DM.

3. 4,8 Milliarden, das sind 68 %, investierte das Fernsehen in Auftragsproduktionen oder in Beteiligungen an Kinoprojekten. 80 % dieser Summe gingen an deutsche Fremdfirmen, das heißt an Produktionsfirmen, die nicht (wie die Bavaria oder Studio Hamburg) zum Teil oder zur Gänze dem Fernsehen gehören. Um diese Aufträge bemühen sich sehr viele: wenige große, einige mittlere und sehr viele kleine Produzenten, Rucksackproduzenten genannt: Mehr als 1.000 insgesamt, etwa 100 ernstzunehmende Spielfilm-Produzenten, dezentralisiert allesamt und oft in Personalunion von Produzent und Regisseur. Das Fernsehen vergibt Auftragsproduktionen, wenn es keine eigene - personelle wie technische - Kapazität frei, wenn es Schwierigkeiten mit Coproduktionen oder wenn es keine Rechte hat. Es beteiligt sich, aus der Sicht der Fernsehspiel-Abteilungen, an Kinoprojekten, wenn es teilhaben will am erhofften Ruhm oder um das sogenannte "Abkommen", von dem später die Rede sein wird, zu erfüllen.

Fazit: Ankauf, Beteiligung und Produktion sind die wichtigsten Formen der Kooperation zwischen Fernsehen und Filmwirtschaft. Das Fernsehen wurde zum größten Filmproduzenten in Deutschland, investiert heute im Jahresschnitt 400 Millionen in die Filmwirtschaft. Dies betrifft, ich wiederhole es noch einmal, alle Programmarten. Dem Spiel- und Fernsehfilm wende ich mich nunmehr zu.

Ohne Zweifel ist der Ankauf eines Spielfilms noch die billigste, aber fast immer auch die reizloseste Form der Programmgestaltung, vergleichbar einer Theater-Gastspiel-Bühne. Dem Publikum allerdings, dies muß nüchtern festgehalten werden, ist die Herkunft des Programms vollkommen egal. Es gibt da keinen wie auch immer gearteten Zuschauer-Stolz auf eine Eigenproduktion, im Gegenteil, alte und vor allem amerikanische Spielfilme haben in der Regel eine viel breitere Akzeptanz.

Die Beteiligung, im Durchschnitt 500.000,- DM, sichert dem Fernsehen einen Film, auch wenn die Sendung erst nach einer mehrjährigen Kinoauswertung möglich ist. Vom Ruhm des möglichen Kinoerfolges allerdings fällt für das Fernsehen wenig ab, ich erinnere an die "Blechtrommel", an "Fanny und Alexander" oder "Paris-Texas". Auf dieses Problem komme ich später nochmals zurück. Die Beteiligungen werden frei ausgehandelt oder innerhalb des "Abkommens" realisiert. Dieses "Abkommen", das seit 1974 dreimal fortgeschrieben wurde und jetzt bis 1986 läuft, schreibt Rahmenbedingungen vor. Es hat ein Finanzvolumen von insgesamt 184 Millionen Mark und hat bis September 1983 174 Koproduktionen zuwege gebracht; hinzu kommen 27 Vorabkäufe.

Das "Abkommen", belastet mit sehr ambivalenten Gefühlen, ist ein Teil der Filmförderung in Deutschland. Es gibt fast keinen deutschen Film, der nicht aus Steuern, Kinoabgaben oder Rundfunkgebühren gefördert würde. Es gibt staatliche, halbstaatliche oder auch selbstverwaltete Förderungs-Einrichtungen. Zehn insgesamt mit mehr als 40 Spielarten. Die wichtigsten sind: Die Film-Förderungsanstalt in Berlin, das Bundesministerium des Inneren, das Film-Fernsehabkommen, die Berlin- und die Hamburg-Förderung. Einige honorieren den Erfolg (Referenzfilm-Prinzip), andere die bereits erbrachten oder zu

erwartenden Qualitäten. Es gibt eine reine Wirtschaftsförderung (z.B. Berlin) oder eine nicht so klare Qualitätsförderung. Das Volumen beträgt im Jahresschnitt 80 - 100 Millionen Mark, auf den ersten Blick eine beachtliche Summe, im Vergleich zur Theatersubvention bescheiden.

Selbstkritisch ist zu vermerken, daß vielerlei gefördert wurde: Ohne Zweifel Spitzenproduktionen ebenso wie der Nachwuchs, vor allem aber ein dickes Mittelmaß. Etwa ein Drittel der deutschen Kinoproduktion findet so gut wie kein Publikum. Die Listen, gespickt mit prominenten Namen aller Couleur, werden sorgfältig gehütet. Auch Seichtes wird oft zum Flop, das mag tröstlich stimmen. Nur 8 von knapp 100 Filmen, die 1979 - 1983 mit Fernsehbeteiligung entstanden, hat mehr als 1 Million Besucher, 50 Filme aber weniger als 50.000. Doch erst bei 500.000 Besuchern sind die Kosten für eine Ein-Millionen-Produktion gedeckt.

Sie wissen, meine Damen und Herren, Filmproduktion ist teuer, personal- und zeitintensiv. 30 bis 50 Personen bilden das Team, vom Regisseur bis zum Fahrer, vom Kameramann bis zur Baubühne. Sie arbeiten mit den Darstellern und Komparsen durchschnittlich 30 Drehtage an einem abendfüllenden Spielfilm, im Schnitt also werden 3 Minuten pro Tag gedreht. Hinzu kommen Wochen, manchmal auch Monate für die Vorbereitung (Motivsuche, Casting) und für die Filmbearbeitung (Schnitt, Mischung). Natürlich divergieren die Ausgaben kräftig. Ein Dialogstück im Studio ist vergleichsweise billig, die personenreiche Außenproduktion eines historischen Stoffes entsprechend teuer. Ein Minutenpreis von DM 10.000,- gibt einen Durchschnittswert an. Eigenproduktionen, die dem Programmteam nur direkte Kosten anlasten, sind entsprechend billiger. Ein "Tatort" zum Beispiel ist auch heute noch für 600.000,- DM direkter Kosten zu realisieren. Wenn man Glück hat, sehen ihn 18, einschließlich Wiederholung 25 Millionen Menschen. Große Kinofilme, die ihre Produzenten ruinieren oder sanieren, manchmal beides im Wechsel, können das Zehnfache, internationale Filme auch das Hundertfache kosten. Low budget-Filme sind wirtschaftlich selten erfolgreich. Es ist wie am Spieltisch: je höher der Einsatz, desto größer auch der mögliche Gewinn. Der deutsche Markt jedoch ist klein. Neidisch blickt man über den großen Teich, dort investiert man zum Beispiel in die Werbung für das Industrieprodukt Film bis zu einem Viertel der Produktionskosten. Wir können uns schlecht entscheiden, träumen von den großen Aufnahmen, die Filmkultur und Filmgeschichte, Fernsehkultur und Einschaltquote verbinden, das Individuelle und das Industrielle.

Die wirtschaftliche Realität des deutschen Films bleibt nüchtern. Der Verleihanteil in der Bundesrepublik beträgt weniger als 10 % - in den fünfziger Jahren waren es 45 %, im Jahre des Oberhausener Manifests noch 28,5 %. Ausländische Filme beherrschen das Kino, amerikanische weit an der Spitze mit 60 %, gefolgt von französischen und italienischen Produktionen. Das Kino verhält sich also ähnlich wie der Ankauf des Fernsehens. Geschrumpft ist das Kino in mancher Hinsicht: Etwa 3.600 Kinos verfügen heute über weniger als eine

Million Plätze - 1959 waren es noch 7.000 mit knapp 3 Millionen Plätzen. Damals gingen jährlich mehr als 800 Millionen ins Kino, heute nur etwa 125 Millionen. Auch eine soziologische Einschränkung hat stattgefunden: Mehr als 70 % der Erwachsenen waren seit einem Jahr oder länger nicht mehr im Kino, 42 % der Besucher sind jünger als 20 Jahre, 80 % unter 30 Jahren. Die Zielgruppe besteht heute also aus Jugendlichen und Cineasten. Film als Massenkultur hat die Masse weitgehend verloren. Die Platzausnutzung beträgt ca. 30 % - im Sprechtheater sind es 70 %, im Musiktheater über 80 %. Aber auch als kultureller Ort hat das Kino viel von seiner Aura eingebüßt. Es wird zwar immer noch als sozialer Treffpunkt, als Kommunikationsort beschworen, aber dies ist - wie der Slogan "Kinospaß für die ganze Familie" - oft nur Erinnerung und Wunsch. Weniger als ein Drittel der Kinos verfügt über mehr als 300, nur vier über mehr als Tausend Plätze. Der Kinopalast, das Kinotheater wurde in Kinokomplexe mit Zellen umgewandelt, die als Schuhkartons apostrophiert werden. Die Bild- und Tonqualität in diesen Räumen ist oft miserabel, keineswegs besser als die eines Video-Heimkinos.

Die Schuldigen für diese Fluchtbewegung sind schnell gefunden. Es sind immer die anderen, an Maschinenstürmern hat es nie gefehlt. Historiker erinnern sich: Das Theater verklagte einst den Film und dann den Rundfunk, der Film sucht die Schuld beim Fernsehen, das Fernsehen erstarrt vor den Neuen Medien. Das Theater drohte 1913 mit Berufsverboten, die Internationale Artistenloge und der Deutsche Musikerverband brandmarkten 1929 den Tonfilm als "wirtschaftlichen und geistigen Mord", der Film in den sechziger Jahren forderte barsch: Keinen Meter Film fürs Fernsehen! Man empfand das Fernsehen zunächst als Belästigung, dann als eine Belastung. Die Verbindung, so Georg Ramseger in seiner Rede beim Deutschen Filmpreis 1961, trage alle Züge einer Mesalliance: "Man könnte manchmal vermuten, daß manche unserer Filmproduzenten das Mittelmäßige ... so außerordentlich mittelmäßig drehen, um sich (weiterhin) beim Fernsehen zu empfehlen."

Das ewige Thema, die Macht des Geldes korrumpiere die Macht der Phantasie, wurde neu, aber nicht sehr originell variiert. Als das damals neue Medium Fernsehen das Publikum faszinierte, dem Kino die vermeintlichen Erbhöfe Publikum und Geld zu nehmen drohte, waren Forderungen nach einer Zwangsabgabe schnell bei der Hand. Dagegen wehrte sich das Fernsehen und so einigte man sich schließlich 1974 auf das bereits erwähnte Film-Fernseh-Abkommen, das viele Merkmale einer Gütergemeinschaft hat. Die Fernsehforderung nach Mitsprache bei Buch, Regie und Besetzung wird selten erfüllt, die Kinoforderung nach einer Vorabspielfrist von 24 Monaten ist festgeschrieben, sie kann bei Mißerfolg im Kino jedoch auf 6 Monate verkürzt werden. Ein Gremium, paritätisch besetzt, empfiehlt aufgrund eines direkt oder indirekt eingereichten Drehbuchs und einer entsprechenden Kalkulation die Beteiligung, eine kleine Kommission entscheidet über low-budget-Produktionen. Obwohl Koproduktionen zunächst eine echte Kinochance haben sollen, finden sie oft keinen Verleiher. Ihr Abspielort bleibt dann das Fernsehen. In der dritten

Fortschreibung dieses Abkommens (1984 - 1986) ist nicht nur die Förderung von Spielfilmen, sondern ausdrücklich auch die von Dokumentarfilmen vorgesehen.

Die Beziehung zwischen Kinofilm und Fernsehen hat bisher drei Zeitalter erlebt: Die sechziger, die siebziger und - mit aller Vorsicht - die achtziger Jahre. Unvorsichtig kann man sie mit folgenden Etiketten versehen: Fernsehen statt Kino - Symbiose - Kontrast. Im Rückblick gelten die fünfziger Jahre als Blüte des Kinos. Nie gab es so viele Filmtheater, nie so viele Plätze, nie so viele Besucher. Doch sie gelten auch als die Zeit der künstlerischen Stagnation für die deutsche Filmproduktion. Heimatfilm, Biederkeit, Innerlichkeit, Wirklichkeitsferne sind die Schlagworte. Die sechziger Jahre dann werden als Jahre des Umbruchs gesehen, ausgelöst vom Oberhausener Manifest 1962. Der junge deutsche Film, der Fluchtbewegungen abschwor und der Gegenwart wie der Vergangenheit standzuhalten suchte, fand seine Heimstatt jedoch nicht im Kino, sondern im Fernsehen. Lapidar: Der junge deutsche Film fand im Fernsehen statt. In den siebziger Jahren setzte er sich durch, wurde zum neuen deutschen Film. Sie kennen die Namen von Fassbinder bis Kluge, von Schlöndorff bis Wenders. Günther Rohrbach erfand den Slogan vom "amphibischen Film". Und man lebte eine Zeitlang gut damit. Kinoerfolge stellten sich ein, das Selbstbewußtsein und die Selbstständigkeit des Kinos wuchsen. Ohne Zweifel gewannen deutsche Filme Weltgeltung, der wirtschaftliche Welterfolg hinkt hinterher. Nun sucht man erneut nach Wegen der Partnerschaft, denn der Film braucht noch immer die Gelder des Fernsehens, das Fernsehen die Erfolge des Films. Eine Notgemeinschaft?

Wer die Beziehung zwischen Fernsehen und Kino über Statistiken, Zahlen und Abkommen hinaus beschreiben will, tut sich leichter mit Spitzen, auch Spitzfindigkeiten als mit Standortbestimmungen. Die Beziehung ist belastet mit Ressentiments, Denunziationen, Vorwürfen und Vorurteilen. Eine Mesalliance, eine Notgemeinschaft, im besten Fall eine Partnerschaft? Als Liebesbeziehung hat man sie nie gesehen, vielmehr jede Umarmung zugleich als Vergewaltigung gefürchtet. Natürlich kreisen die Schuldzuweisungen auch um Zahlen, um Publikum und Geld. Tiefer jedoch sind die Gefühle verletzt. Die Psychologie ist kaputt. Auf beiden Seiten fehlt es weder an Platzpatronen noch an scharfer Munition. Doch man kann sich trösten, auch manche Waffen wurden stumpf, manche Thesen museal. Gewiß haben in den Fernsehanstalten die öffentlich-rechtliche Sicherheit, die Reichweiten an Publikum und Geld manche Sensibilität getötet. Der Film hat dem Vorschub geleistet, indem er alle Kreativität, Phantasie, Sensibilität, kurz: den gesamten Kunstanpruch für sich reklamierte und das Fernsehen zum Zahlmeister degradierte. Fernsehtag ist Zahntag, das schafft keine Freunde.

Konkret: Der Filmregisseur, der ins Fernsehen hinabsteigt, gibt sich schamvoll, als ob sein Fernsehspiel "ein Antrag auf Zulassung zum Kino" (Egon Monk) ist - oder er gibt sich entsprechend generös. Er sucht Feinkost im Kaufhaus. Sein Team muß groß und prominent sein,

durchsetzt mit Vertrauten. Mehrere Assistenten müssen ebenso her wie ein freier Kameramann, ein Szenenbildner und Cutter. Das Fernsehen mag, wenn es schon sein muß, das Fußvolk stellen. Der Regisseur fordert zusätzliche Drehtage, exotische Motive, Vorproben, am liebsten 35mm-Material. Er ist ein Gast, der sich seine Speisen und seine Gesellschaft am liebsten mitbringt, dem Anspruch zuliebe selbstverständlich. Ihre Möglichkeit, Hechte im Karpfenteich der Festangestellten zu sein, mindern sie durch miserable Psychologie. Beim mangelnden Respekt bleibt die mögliche Produktivität auf der Strecke, die aus einer Konfrontation erwachsen kann. Dies gilt ganz konkret und ganz allgemein: Förderung wird als Zensur, Fernsehen als Kunst-Verhinderung, der Produzent als Gegner des Regisseurs empfunden. Vorschub hat dem vor allem der sogenannte, recht deutsche "Autorenfilm" geleistet, der den Regisseur verabsolutierte und isolierte, den Produzenten zum Buhmann mit geringer Reputation aufbaute, das Team mit dem Hinweis "ein Film von X" in die Ecke stellte. Da blitzt, ideologische Herkunft ignorierend, deutsches Genieverständnis auf - zum Ruhm mancher Einzelleistung, zum Schaden der arbeitsteiligen Filmproduktion. So ist das Freund-Feind-Verhältnis immer latent, der Erfolg deckt die Spannung zu, der Mißerfolg legt sie bloß.

Man mache sich keine Illusionen: Produkte der Massenkultur - und Film ist die Massenkultur par excellence - sind immer auch Geschäftsprodukte. Was Bernhard Wicki für die amerikanische Filmproduktion feststellte, gilt ganz allgemein: "Der Regisseur steht fast immer vor der Alternative: Wenig Geld für die Produktion und viel Freiheit - oder viel Geld und wenig Freiheit." Die Macht der Phantasie wird sich immer an der des Geldes reiben, besonders exemplarisch beim Film. Das verdrängen meisterlich viele Autoren, wenn sie mit dem Fernsehen zusammenarbeiten. In Kürze: Sie träumen vom Kino und arbeiten, der Not gehorchend, für das Fernsehen. Abgrenzung ist die Regel, Zustimmung Prominenter wie Jack Gold, Egon Monk oder Edgar Reitz die Ausnahme. Wir werden alles unternehmen müssen, um die Ausnahmen zur Regel zu machen.

Meine Damen und Herren, als Praktiker spreche ich zu Ihnen, der für sich allerdings den Anspruch reklamiert, noch nicht alle Nachdenklichkeit abgestreift zu haben. Einige kritische Anmerkungen daher zur eigenen Arbeit.

Das Fernsehspiel-Programm einer Rundfunkanstalt, das sich produktionstechnisch aus Ankäufen, Beteiligungen oder Eigenproduktionen zusammensetzt, ähnelt dem Spielplan eines Stadttheaters mit Ambitionen. Die Vielfalt der Genres, der Themen, der Stoffe und Personen tendiert zur Beliebigkeit. Man befindet sich mit Goethes Theaterdirektor in guter Gesellschaft. Kontur und Konzentration sind selten festzustellen. Absprachen, Abgrenzungen zwischen den einzelnen Anstalten der ARD haben, wie im Theater, nicht funktioniert. Die politischen Drohgebärden von Fusionen werden uns vielleicht dazu zwingen.

Was ist das nun, ein Fernsehspiel? Es gibt Fernsehspiel-Autoren, -Regisseure, -Dramaturgen, -Abteilungen, doch beim Publikum hat sich der Begriff, vom Hörspiel entlehnt, nicht durchgesetzt. Die Frage des Materials, ob elektronisch, Film oder Video, die Frage der Produktionsart, ob Studio oder Außen, interessiert, wie gesagt, das Publikum wenig. Man sieht eben einen Film, orientiert sich eher am Genre eines Krimis oder Lustspiels. So falsch empfindet das Publikum nicht: Film ist als Technologie und Kunstform auf Vervielfältigung angelegt, kann für die Leinwand oder für den Bildschirm benutzt werden.

Historisch gesehen war das Fernsehspiel zunächst vor allem Fernsehtheater, Kultur wurde ins Wohnzimmer gebracht: Armchair-Theatre klang besser als Pantoffel-Theater. Alfred Andersch meinte 1962: "Das ideale Fernsehspiel scheint eine Art reduziertes Theater zu sein ... ein Theater in Großaufnahme." Und er berichtet von Fernseh-dramaturgen, die dem Autor rieten: Denken Sie gar nicht an den Film, denken Sie, wenn Sie für uns schreiben, ans Theater. Das vornehmlich im Studio produzierte englische TV-Play galt als Vorbild. Später suchte man die Nähe zur Realität und die zum Kino. Die Entwicklung habe ich geschildert. Eine neue ästhetische Bedeutung gewann das Fernsehspiel aus dem, was 1962 im Oberhausener Manifest fürs Kino gefordert und dort später eingelöst wurde: Die Erkundung der Wirklichkeit, kritische Analyse der Gegenwart, Aktualität. Das Fernsehspiel suchte die Zeit zu erforschen und setzte sich vom Eskapismus der UFA-Tradition ab, war programmatisch eine Art von Journalismus mit szenischen Mitteln. Es wollte aufklären und informieren, statt nur zu unterhalten. So bot das Fernsehen dem Kino eine materielle Basis und ein großes Publikum. Das Kino nutzte dies, ergriff die ästhetischen Mittel des Fernsehspiels. Seit den sechziger Jahren fand der deutsche Autorenfilm im Fernsehen statt. Im Kino regierten ausländische Spielfilme. Jetzt rieten die Fernseh-dramaturgen: Denken Sie gar nicht an das Theater, denken Sie, wenn Sie für uns schreiben, an den Film. Das Fernsehspiel verlor seine gerade gewonnene Kontur. Auch im eigenen Haus wuchs die Konkurrenz. Der Anteil an Kaufproduktionen nahm zu, Spielelemente durchziehen alle noch so seriösen Sparten. Neil Postmans Hinweis auf Aldous Huxley kommt einem in den Sinn: "Sich zu Tode vergnügen". So kam das Fernsehspiel, gern als Flaggschiff des Senders etikettiert, ins Schlingern: Denn das Kino, zu neuem Selbstbewußtsein erwacht, zog Stoffe und Künstler an sich. Im Fernsehen selbst überwuchern Film- und Serienankäufe das eigene Produkt. Fernsehspiel droht ins Kulturghetto abzuwandern, wird vor die fatale Alternative gestellt, um 20.15 Uhr populär oder um Mitternacht anspruchsvoll zu sein. Hinzu kommt die Furcht, daß auch die Dritten Programme dem mosaikalen Gesetz der Einschaltquoten unterworfen werden.

Weitere Schwierigkeiten und Zwänge ergeben sich aus den Tarifverträgen, Beschäftigungsansprüchen, Produktionsrichtlinien und Honorarrahmen. Team- und Studiokapazitäten müssen lange vor Drehbeginn festgelegt werden, die Honorare werden durch einen Rahmen geregelt, der für prominente Film- und Theaterleute wenig attraktiv ist.

Erfolgreiche Filmschauspieler kann das Fernsehen nur selten engagieren, sie fordern Tagesgagen von DM 5.000,- oder mehr, der Höchstsatz im Fernsehen liegt bei etwa DM 2.000,-. Prominente Regisseure erhalten für eine Operninszenierung etwa DM 60.000,-, für ein Fernsehspiel DM 30.000,- bis 35.000,-, im Theater sind sie vielleicht acht, im Fernsehen 12 Wochen beschäftigt. Dieses Bild verändert sich allerdings, wenn man die Prominentenebene verläßt; da ist das Fernsehen im Vergleich zum Theater viel sozialer.

Die Pflicht der Aufsichtsgremien ist es, die Einhaltung der Rundfunkgesetze zu überwachen. Mit diesen Gesetzen kann man leben, mit ihrer Auslegung nicht immer. Die Gremien üben keine direkte Zensur aus, doch sie haben die Möglichkeit, ein bereits gesendetes Programm als nicht sendefähig anzuprangern. Dies kann, zumindest im Wiederholungsfall, klimatische Folgen zeitigen. Die Programmverantwortung innerhalb eines Senders liegt, wie es der Titel signalisiert, beim Programmleiter. Er ist letztlich für die Abnahme einer Sendung verantwortlich. Aber was abgenommen ist, muß noch nicht gesendet werden. Die ARD-Programmkonferenz kann den Beitrag streichen, einzelne Anstalten können sich ausschalten. Dann wird über die "Gemeinschaftsfähigkeit" diskutiert, werden unter Umständen Filme wie "Die Reinheit des Herzens" (Robert von Ackeren) oder "Im Zeichen des Kreuzes" (Minow-Boldt) ins Dritte Programm verbannt - als ob es dort eine andere Qualität von Zuschauern gäbe.

Doch kehren wir noch einmal zur Freiheit zurück, nämlich der, wie ein Fernsehspiel entsteht. Dafür gibt es keine Norm, keine Vorschrift, doch es gibt viele Möglichkeiten: Man will ein Thema behandeln, einen Stoff realisieren, ein Genre pflegen, mit bestimmten Autoren zusammenarbeiten - oder man will eigene Träume verwirklichen. An einen bestimmten Etat gebunden, doch ansonsten frei von Auflagen, kann man in dieser oder anderer Weise initiativ werden. An Angeboten, die bei Koproduktionen meist von der Filmwirtschaft kommen, an Anregungen und Ansinnen mangelt es nicht. Die Chancen für ein unaufgefordert zugeschicktes Exposé, Treatment oder Drehbuch sind aber ebenso gering wie im Verlagswesen. Wenig lustvoll werden sie lektoriert und beurteilt, Goldkörner sind rar. Die Erfahrung zeigt, an Stoffen fehlt es nicht, wohl aber an Autoren, die eine Geschichte in Bildern erzählen können.

Eine Randbemerkung an diesem Ort: Meiner Meinung nach besteht ein Defizit in der wissenschaftlichen Behandlung und Bewertung von Drehbüchern. Dieses Schicksal teilt das Drehbuch zum Beispiel mit dem Opernlibretto, obwohl hier inzwischen mancher Wissenschaftler den Hut des Respektes vor Lorenzo da Ponte oder Metastasio zieht. Ich meine, daß Forschung und Lehre der Universitäten diesen Bereich der Fernseh-dramaturgie sträflich vernachlässigen. Aber zunächst liegt es natürlich an uns selbst. Manche Dramaturgen haben inzwischen gelernt, dem Fernsehautor nicht das Theater oder den Film als Vorbild zu nennen, sondern - mutig - das Fernsehen. Sie sind auf der Suche nach einer eigenen, attraktiven Identität, wissend, daß der Rang eines Kunstwerks auch durch das Maß an Eigenständigkeit definiert wird.

Denn dies ist das eigentliche intellektuelle Problem. Die Suche nach eigenen ästhetischen Möglichkeiten und Herausforderungen.

So steht auf dem Meßblatt des Fernsehspiels: Die Entwicklung einer eigenen Dramaturgie und Ästhetik, auf dem der Zusammenarbeit von Film und Fernsehen: Die Verbindung von Qualität und Wirtschaftlichkeit. Ich weiß, daß Rom im Süden liegt, aber wie man hinkommt, weiß ich nicht. Das Gebiet ist rauh. Nach Radio Eriwan klingt die Frage, was der Unterschied sei zwischen einem Bordell und einer Fernsehanstalt in Deutschland? Im Prinzip keiner. Anrühlich sind beide, doch das Bordell ist älter. "Negativ" ist, wie Norbert Schneider schrieb, ein Kürzel für vielfältige Unzufriedenheit: Unzufriedenheit in der Öffentlichkeit, in den Gremien, in den politischen und gesellschaftlichen Parteien und Organisationen, Unzufriedenheit bei verwandten Institutionen wie Filmwirtschaft oder Theatern, aber auch in den Sendern selbst. Die Krise wird institutionalisiert, die Energie vor der Klagemauer verbraucht. Im Griechischen besagt die Krise nicht nur Streit, sondern auch Entscheidung, und in der Medizin das deutliche, meist schnelle Ende einer Krankheit; bei Genesung werden die Krankheitsstoffe ausgeschieden. Das geht nicht ohne Schmerzen ab. Die Diagnose ist ernst. Politik und Unterhaltung, Einfluß und Einschaltquoten, bestimmen die Richtung. In den Gremien und Hierarchien hat das einstige Flaggschiff Fernsehspiel nur eine schwache Lobby. Das trifft auch auf die Öffentlichkeit zu. Der gesellschaftliche, kulturelle und ästhetische Stellenwert des Films wird weit höher eingestuft als der des Fernsehspiels. Rang und Plazierung der Fernsehkritik in großen Zeitungen spiegeln dies wider. Theater, Musik, Kunst und Literatur befinden sich im Salon des Feuilletons, Filme manchmal auch. Fernsehen wird in die Kammer gesteckt, es ist nicht "kultursignifikant" (Joachim Kaiser). Ein schlechter Kinofilm erregt mehr Aufmerksamkeit als ein gutes Fernsehspiel, Ausnahmen wie "Heimat" bestätigen diese Regel. Bei Koproduktionen werden Fernseheteiligungen schamvoll verschwiegen, die Fristen für die Kinoauswertung verhindern eine kulturelle Öffentlichkeit, die selbstverständlich nicht gleichzusetzen ist mit Masse. Ein Beispiel: Beim Kinostart von Eric Rohmers Filmkunstwerk "Perceval de Gallois" schwärmte die Presse von einem epochalen Ereignis, als der Südwestfunk diesen Film in Originalfassung seinen Zuschauern zumutete, ignorierte man dies. Eine intellektuelle Öffentlichkeit oder gar Lust am Fernsehen scheint es in Deutschland kaum zu geben. Und in der Tat: Allzuoft bestätigt das Fernsehen das grundsätzliche Problem der Massenkultur, es macht nicht neugierig. Es bedient, bestätigt Gewohnheiten, tendiert zur Konvention oder zum Eskapismus: Wir haben Probleme genug, laßt uns "Dallas" sehen, das sind nicht unsere Probleme. Das Etikett wird verpaßt, und es paßt manchmal auch: Vor der Mattscheibe sitzen Millionen mit der berühmten Pantoffelkino-Mentalität, sie glotzen und lassen sich beieseln, Sehen und Hören haben sie verlernt.

Mit der Normalität der Rezeption wird das Fernsehen immer leben müssen. Zwar ist es "die demokratischste Möglichkeit" (Egon Monk) des demokratischen Mediums Film, doch es hat auch die ständige

Tendenz zu einer Demokratisierung auf niedrigstem Niveau. Diese system-immanente Gefahr beschrieb Günther Gaus in Mainz, nachzulesen in der ZEIT (26.10.84). Er wies auch darauf hin, daß das Ausschalten des Fernsehgerätes nicht nur ein physischer, sondern vor allem auch ein intellektueller Akt sei - damit die Frage nahelegend, was zu tun sei, damit das Einschalten eines Fernsehgerätes nicht nur ein physischer, sondern auch ein intellektueller Akt ist.

Noch einmal und nun konkret: Was ist zu tun? Wir müssen die eigenen inhaltlichen und formalen Möglichkeiten nützen: das Experiment nicht scheuen, den Dokumentarfilm wagen, den Nachwuchs fördern.

Fernsehspiel muß eine eigenständige Form des Cinéma-Vérité sein, das Unbequeme, Gegenwärtige, Aktuelle darstellen, denn "für den, der gerne schnell arbeitet, für den wird das Fernsehen das reizvollere Medium sein" (Jack Gold). Beispiel hierfür sind "Der Kunstfehler", "Im Zeichen des Kreuzes", "Das leise Gift". Erneut wird auch das Live-Fernsehspiel erprobt.

Wie kein anderes Medium können wir die große Form, den Mehrteiler und die Serie entwickeln, die vom Zuschauer die Geduld des Zuschauens erfordert und ihm die Möglichkeit der Identifikation bietet. Kontinuität statt Konvention. Beispiele hierfür sind "Die Geschwister Oppermann", "Rote Erde", "Heimat".

Wir können kleine Formen, aktuelle und kritische Video-Filme ins Programm bringen.

Wir sollten die Scheu, unsere Produkte der Kritik vorab auszuliefern, ebenso ablegen wie die Prüderie, im eigenen Programm für Fernsehspiele nicht zu werben.

Auch einem kritischen Gedächtnis sollten wir die Fernsehspiele zugänglich machen, die Archive öffnen, ein Repertoire anbieten. Zur kulturellen Identität gehört auch ein historisches Bewußtsein.

Fernsehspiele als Fernsehereignisse: Diesen Zustand der außerordentlichen Erfahrung dürfen wir nicht dem Theater oder dem Kino überlassen. Schlagzeilen wie "Niveau kommt vom Fernsehen", womit die Allgemeine Zeitung Mainz (5.9.84) die Beiträge von Reitz und den Brüdern Taviani bei der Biennale meinte, müssen ihren Seltenheitswert verlieren.

Nur dann werden wir nicht nur die Masse bedienen, sondern auch eine kritische kulturelle Öffentlichkeit gewinnen, die es sich - das sei anklagend vermerkt - in ihrem Sozialverhalten oft einfach macht: Im Kino die Jugend und Intellektuellen, vor dem Fernsehen - als Ersatz für lästige Aufgaben der Großfamilie - die Kinder und Alten.

Das Nachdenken über die eigenen Möglichkeiten soll das Selbstbewußtsein fördern, die Bescheidenheit mehren: Zum Kinofilm verhält sich das Fernsehen wie Kammermusik zur Orchestermusik. Oder mit den Worten von Sergio Leone: "Das Fernsehspiel muß realistisch auf einem kleinen Schirm angelegt sein. Ein intimes Schauspiel, das man sich zu Hause ansehen kann." Aber selbst auf der Bühne des Bildschirms können wir "eine Schule des Sehens" kultivieren, können uns ohne Selbstverleugnung als Entwicklungsabteilung des Kinofilms,

als - den Begriff bei seiner Substanz genommen - Provinztheater der Filmkultur verstehen. Anrühlich erscheint mir dies nicht zu sein, auch das Taschenbuch hat einen nicht nur legitimen, sondern überaus wichtigen und selbständigen Platz auf dem Buchmarkt. Wir müssen also Positionslichter setzen, Positionen bestimmen. Das setzt uns vom Kino ab und das verbindet uns mit dem Kino.

Auch das Kino kann nur überleben, wenn es nicht die Schuld beim anderen sucht, sondern wenn es seine eigenen Möglichkeiten wiederentdeckt. Dem Fernsehen und den Neuen Medien kann das Kino nicht mit geborgten Qualitäten begegnen, nicht mit Forderungen, die den Charakter von Schuldzuweisungen haben. Bis heute hat es an derartigen Forderungen nicht gefehlt. Ich nenne einige: keine Filme am Wochenende im Fernsehen, fernsehfreie Tage, Quotierungen wie in Frankreich, d.h. 50 % deutscher Filmanteil im Fernsehprogramm mit einer Vorlaufzeit von drei Jahren, Beteiligung aller an der Finanzierung, Ausgleichsabgabe für nicht-europäische Produkte, Verleih-Förderung, Medienordnung, Platz im Satellitenfernsehen, Recht auf Arbeit und natürlich Bestandsgarantien für Kinobesitzer, Filmproduzenten und Filmregisseure. Für diese Forderung kann man zwar Verständnis haben, denn es herrscht eine große politische Konfusion und Unruhe, doch ich glaube, Bestandsgarantien, Schutzräume, Schutzfristen und Schutzzölle sind Holzwege. "Schutz, Errettung des Kinos kann nicht ein noch so ausgeklügeltes Subventions- oder Restriktionssystem bieten", schrieb Heinrich von Nussbaum in epd (20.10.84). Damit würde die Filmwirtschaft zu einer Subventionswirtschaft von staatlichen Behörden.

Wirklich helfen kann das Fernsehen dem Kino nicht, es verschleiert höchstens die Probleme, verdeckt die Strukturkrise in der Filmwirtschaft. Als Defizite des Kinos werden genannt: Keine großen Produktionsbudgets, keine Werbeetats, keine Stars, keine Kinohauptstadt. Mit Blick auf die Filmhistorie kann man auch ohne Zynismus hinzusetzen: Produziert mehr Skandale und Prozesse.

Diesen Befund faßte Sergio Leone in die lapidare Aufforderung zusammen: "Dem Fernsehen richtiges Kintopp entgegenzusetzen" (Spiegel, 8.10.84)! Mit dieser Forderung steht er nicht allein. Die Erfolge des Kinos können nur im Kino stattfinden. In Deutschland fordert und findet zum Beispiel Bernd Eichinger neue Maßstäbe für Produktions- und Rezeptionsformen. Der große, spektakuläre Ausstattungsfilm zeitigt Erfolge, 70mm-Film, Showscan-System sind gefordert, ermöglichen eine neue Qualität des Sehens, setzen der Erfahrung der Einsamkeit das Erlebnis der Masse entgegen. Der Film der Zukunft könne nur überleben, wenn er wie Rockkonzerte in große Stadien verlegt werde. Kino also als Gegenwelt zur Gegenwart, als Traumfabrik des Gestern und Morgen, als grande illusion. Auch das Kino hält den Amphibien-Film, trotz erfolgreicher Beispiele wie Bergmanns "Szenen einer Ehe", nicht für zukunftsweisend. Heute ersehnt man die Eigenständigkeit, träumt von den eigenen Möglichkeiten.

Bei den Mainzer Tagen der Filmkritik 1983 wurde die Beziehung Film-Fernsehen untersucht. Zur Diskussion stand nicht das Informationsmedium Fernsehen, das Kinokenntnisse vermitteln, Zugänge schaffen kann, die sonst verschlossen sind. Dies gilt für den Film ebenso wie für das Theater. Nur wenige haben den Zugang zu einer Staatsoper, nicht alle den zu einem Filmtheater. Als Transportmedium kann das Fernsehen auch, indem es Film verbraucht, Filmkultur fördern. Untersucht wurde in Mainz der Standort der Produktionsmedien Film und Fernsehen. Nur wenige Teilnehmer forderten eine radikale Trennung zwischen Fernsehen und Kino, die Mehrheit plädierte für eine auf Eigenständigkeit basierende Zusammenarbeit. Trotz gemeinsamer Technologie sind Film und Fernsehen zwei unabhängige Medien mit partiellen Gemeinsamkeiten, Vermischungen sind schädlich. Das Schlagwort vom amphibischen Film wurde feierlich begraben. "Ein Film, der versucht, alle Märkte zugleich zu treffen, kann für keinen Markt interessant sein" (Alexander Kluge). Interessant für den anderen ist jeweils das, was eigenständig und spezifisch ist. Dies war auch der Tenor einer gemeinsamen Schlußerklärung: Ausgerüstet mit eigener Identität gemeinsame Initiativen entwickeln zur Herstellung einer nationalen und internationalen Öffentlichkeit. Dies scheint die Losung der achtziger Jahre zu sein.

Im Hintergrund stand und steht das Gespenst der Neuen Medien. Eine Programmvermehrung wird es geben; es wäre dumm, dies zu ignorieren, und klug, die Vielfalt zu gestalten. Die Unruhe der Kinobesitzer kann man nachempfinden, die der Filmproduzenten weniger, denn wie sie auch heißen mögen, Video, Pay TV, Satellitenfernsehen, Privatfernsehen, gefräßig nach Programmen, vor allem nach Spielproduktionen, sind sie alle. Eigenproduktionen werden sie sich vorerst kaum leisten können. Doch die in Mainz beschworene begrenzte Koalition zwischen Fernsehen und Film kann schnell brüchig werden, denn vieles deutet darauf hin, daß die Alternative Bildschirm gegen Leinwand heißen wird, und den Bildschirm teilen sich viele Medien. Ist es nur zynisch, wenn man behauptet: Verbündeter des Kinofilms wird der sein, der am besten zahlt? Selbst Alexander Kluge schrieb in diesem Jahr: "Wir müssen uns einem Markt stellen, der nach Einschaltquoten rechnet." Eine mutige Hoffnung, wenn man Opportunität nicht unterstellen will. Oder ist es nur eine besondere Form der Resignation: Unser Ideal ist das Kino, unsere Wirklichkeit aber sind die Neuen Medien?

Dies im Sinn und die Zukunft des "Abkommens" zwischen Film und Fernsehen im Blick, plädiere ich für eine Polarisierung der Schwerpunkte: Das Fernsehen beteiligt sich nur an Projekten mit echten Kinochancen. Es ist wirklicher Teilhaber an allen Risiken, allem Ruhm, vielleicht sogar am Gewinn. Zum anderen fördert das Fernsehen, was im Kino wenig Chancen hat, Nachwuchs, Experiment- und Dokumentarfilm. Und es entwickelt und pflegt seine eigenen inhaltlichen und formalen Möglichkeiten.

Die Gefahren sind größer als die Chancen, denn Fernsehen verändert die Kultur - so stellte Neil Postman bei der Eröffnung der Frank-

furter Buchmesse 1984 fest - wie früher die Druckerpresse, mit der Tendenz "sich zu Tode zu vergnügen"! Nicht Orwell, sondern Huxley ist der Prophet. Technisch gesehen ist die Entwicklung Film-Fernsehen-Video eine Entwicklung zur Programm-Freiheit, vergleichbar den Möglichkeiten einer eigenen Büchersammlung. Doch es ist zu befürchten, daß wir diese mögliche Freiheit und Freizügigkeit schlecht nützen. Hoffnung liegt darin, daß an Reiz verliert, was man ständig hat und daß nach einer Phase der Übersättigung eine neue attraktive Anspruchs-Diät folgen wird. Wir können viel dazu tun, wissend, daß dies nicht ein Problem der Technik und des Geldes, sondern vor allem der Redlichkeit und Moral ist. Warnend schrieb Adorno bereits 1951 in den "Minima Moralia": "Wenn der Kenner des neunzehnten Jahrhunderts sich nur einen Akt der Oper ansah, mit dem barbarischen Seitenaspekt, daß er sein Diner von keinem Spektakel sich mochte verkürzen lassen, so kann mittlerweile die Barbarei, der die Auswegsmöglichkeit zum Diner abgeschnitten ist, an ihrer Kultur sich gar nicht sattfressen. Jedes Programm muß bis zu Ende abgegessen werden. Die Fülle des wahllos Konsumierten wird unheilvoll. Sie macht es unmöglich, sich zurechtzufinden, und wie man im monströsen Warenhaus nach einem Führer sucht, wartet die zwischen Angeboten eingekeilte Bevölkerung auf den ihren." In einer Diskussion 1962 verknappte er das Problem lapidar: "Die Menschen haben ein Recht darauf, nicht angeschmiert zu werden, selbst wenn sie darauf bestehen, angeschmiert werden zu wollen."

Mit Luther habe ich begonnen, mit Brecht schließe ich. Er schreibt in seiner Radiotheorie 1927: "Ein Mann, der etwas zu sagen hat und keine Zuhörer findet, ist schlimm daran. Noch schlimmer sind Zuhörer daran, die keinen finden, der ihnen etwas zu sagen hat." Ich war gut daran und hoffe, daß Sie, meine Damen und Herren, nicht allzu schlimm daran waren.

Anmerkung

Die Diskussion wird sehr lebhaft in Zeitungen und Zeitschriften, vor allem in Fachorganen wie "Media-Perspektiven", "FUNK-Korrespondenz", "ebd." und anderen geführt. Die Pressedienste mit einschlägigen Artikeln wuchern üppig.

Auf vier Bücher weise ich hin:

1. Vierzehn Mutmaßungen über das Fernsehen, München 1963 (dtv), mit Beiträgen von Joachim Kaiser, Alfred Andersch, H.H. Stuckenschmidt, Th.W. Adorno u.a.
2. Dieter Prokop, Faszination und Langeweile, Stuttgart 1979; soziologischer Ansatz, etwas trocken geschrieben, doch mit reichem Material und vor allem mit vorzüglicher Bibliographie.
3. Filmkultur - Filmverbrauch. Zum Stand der Beziehungen zwischen Kino und Fernsehen. Protokoll der Mainzer Tage der Fernsehkritik 1983, Mainz 1984.

4. Förderung essen Filme auf..., hrsg. von Gisela Hundertmark und Louis Saul, München 1984; nützlich als Materialsammlung vor allem im Dschungel der Förderungsmöglichkeiten.