

Klaus Betz

Knut Hickethier: Geschichte des Deutschen Fernsehens

1999

<https://doi.org/10.17192/ep1999.3.2903>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Betz, Klaus: Knut Hickethier: Geschichte des Deutschen Fernsehens. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 16 (1999), Nr. 3, S. 294–297. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1999.3.2903>.

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.

Knut Hickethier: Geschichte des Deutschen Fernsehens

Stuttgart, Weimar: Verlag J.B. Metzler 1998, 594 S., ISBN 3-476-01319-7,
DM 78,-

An dieser Stelle wurde bereits vor einigen Jahren die *Chronik zur Programmgeschichte des deutschen Fernsehens* von Joan Kristin Bleicher (sigma medienwissenschaft 1993) als nützliches Nachschlagewerk gewürdigt. Es war im Zusammenhang mit dem DFG-Sonderforschungsbereich 240 „Bildschirmmedien“ entstanden und sollte lediglich „erste Grundstrukturen der Programmentwicklung sichtbar machen.“ (S.7) Verwiesen wurde auf eine „umfassende Programmgeschichte

des Fernsehens“, welche noch im gleichen Jahr erscheinen sollte. Nun, ganz so schnell ging es zwar nicht, aber was Knut Hickethier dann 1998 präsentierte, geht dafür weit über eine bloße Programmgeschichte hinaus. Neben der sowohl chronologisch als auch genregeschichtlich und programmpolitisch angelegten Historie des deutschen Fernsehens – West wie Ost, öffentlich-rechtlich wie privat – behandelt der Hamburger Medienwissenschaftler auch die technischen, politischen, ökonomischen, juristischen und soziologischen Aspekte des Mediums.

Die Geschichte des deutschen Fernsehens läßt sich für Hickethier in vier große Phasen gliedern: 1. Die Phase der „technischen Visionen“ (bis 1933); 2. Die Phase der „Erprobung und Durchsetzung“ in der Zeit des Nationalsozialismus; 3. Die Phase des Wiederaufbaus des Fernsehens und seiner Entwicklung hin zu einem Massenmedium (bis Mitte der siebziger Jahre) und schließlich 4. die Phase der Entwicklung neuer Distributionstechnologien (Kabel, Satellit), welche 1984 zur Einführung des kommerziellen Fernsehprogramms und ab 1987 zur Etablierung des „dualen Systems“ führte.

Die Frühgeschichte des Fernsehens behandelt Hickethier auf 25 Seiten und genügt damit vollkommen der Erwartung des Lesers, Aufklärung über die technologischen Ursprünge, über die Motive der Erfinder und Anwender sowie über die Herausbildung einer eigenen Funktionalität des neu entstehenden Mediums zu erlangen. (Eine detaillierte Technologiegeschichte ist anderweitig nachzulesen, die umfangreiche Bibliographie enthält entsprechende Verweise.)

Eine deutliche Zäsur bedeutete das Jahr 1933 auch für die deutsche Medien-geschichte: Mit der Gründung des Ministeriums für Volksaufklärung und Propaganda begann die vollständige Unterordnung aller Massenmedien unter die Ziele von Staat und Partei, „die Medien übernahmen eine formierende Funktion im Sinne der Integration der Bevölkerung in den Staat.“ (S.33) Das Fernsehen blieb davon eigentümlicherweise zunächst ausgenommen: „Auch nach dem Programm-beginn des Berliner Fernsehsenders 1935 waren die NS-Machthaber zurückhal-tend und zögerlich, das Fernsehen in ihr Medienkonzept einzubeziehen“ (S.34) und konzentrierten ihre propagandistischen Interessen weiterhin auf die Presse und den Hörfunk. Die Behauptung, „das Fernsehen sei im Dritten Reich unpolitisch gewesen und habe eine Nische für widerstandsorientierte Mitarbeiter dargestellt“ (S.34), verweist Hickethier jedoch in den Bereich der Legende. Wie er anhand zahlreicher Programmbeispiele – z. B. an ersten Formen des Fernsehfeatures – nachweist, lassen sich genügend Belege für die „ideologische Indienstnahme des neuen Mediums“ (S.34) finden. Der Aufbau eines deutschen Senders im besetzten Frank-reich – gesendet wurde vom Eiffelturm aus – bildete den „Höhepunkt“ (vgl. S.57f). Trotz der enormen technischen Fortschritte konnte sich das Fernsehen im Natio-nalsozialismus nicht zu einem Massenmedium entwickeln. Die Ursache hierfür sieht Hickethier weniger im Mangel an Empfangsgeräten, sondern mehr noch im „Feh-len der gesellschaftlichen Auseinandersetzung über Aufgabe und Zweck des neu-en Mediums“ (S.59).

Nach dem 2. Weltkrieg konzentrierten sich die Anstrengungen, die Massenmedien in demokratisch legitimierter Form wiederherzustellen, zunächst auf den Hörfunk. Die Alliierten richteten in ihren Besatzungszonen Sender ein, und die Zahl der Empfangsgeräte erreichte bald den Stand der Vorkriegszeit. Das Radio wurde zum Hauptinstrument der kulturellen und ideologischen Erziehung des deutschen Volkes – worunter in den verschiedenen Besatzungszonen freilich nicht das gleiche verstanden wurde. Die Systemkonkurrenz beflügelte auf beiden Seiten die Anstrengungen, das Fernsehen technisch weiterzuentwickeln. Schließlich hatte (auch hier) der Westen die Nase vorn: Am 25.9.1950 stellte der NWDR den ersten Fernseh-Versuchsbetrieb der Presse vor. Emil Dovifat, seinerzeit Verwaltungsratsvorsitzender des NWDR, schwärmte: „Ein uralter Menschheits Traum erfüllt sich“ (S.71). Die DDR folgte erst zwei Jahre später: Ihr „offizielles Versuchsprogramm“ startete am 21.12.1952, zum 73. Geburtstag Stalins.

Die weiteren Stationen der Fernsehentwicklung können an dieser Stelle als bekannt vorausgesetzt werden. So der „Sündenfall Werbefernsehen“, der auf das Konto Bayerns geht (1956), die Versuche von Zeitungsverlegern, mit der Gründung der „Freies Fernsehen GmbH“ privates Fernsehen einzuführen (1958), die als „Adenauer-Fernsehen“ in die Geschichte eingegangene Episode der „Deutschland-Fernsehen GmbH“ (1960), die Gründung des ZDF (1961), die Zeit des 2. ARD-Programms (1961-1963), die Einrichtung der 3. ARD-Programme, die Zeiten der „Eurovision“ usw. usf. – bis hin zum „dualen System“ in der heutigen Form. Das Fernsehen hat sich in all den Jahren als flexibles Medium erwiesen, welches gesellschaftliche Veränderungen nicht nur nachvollzogen, sondern oft auch initiiert hat. „Modernisierungseffekte des Fernsehens“ (S.175ff) nennt Hickethier dies und meint damit u. a. die „Modernisierung der Anschauungen im Sinne der Bereitschaft, anderes zuzulassen“ (S.178). Eine Illusion?

Es macht Freude, in diesem reich bebilderten Band zu blättern, kindliche Fernseherlebnisse mit *Lassie*, *Fury* oder *Flipper* wieder aufleben zu lassen, die *Familie Hesselbach*, *Das Halstuch*, *Der goldene Schuß* – überhaupt: die große Samstagabendshow, als tatsächlich noch die ganze Familie wie bei einer ritualisierten Feier vor dem Apparat saß und Peter Frankenfeld, Joachim Kuhlenkampf oder Lou van Burg zusah. Und natürlich die gute alte *Sportschau* (war sie wirklich so gut oder ist *ran* ganz einfach so schlecht?), der *Beat Club*, der die berühmtesten Bands der Welt ins verschlafene Bremen schaffte, „Ekel Alfred“, „Welches Schweinderl hätten’s denn gerne?“-Lembke oder die „fünf Journalisten aus sechs Ländern“ mit dem später als Ex-Nazi enttarnten Werner Höfer (was Hickethier unerwähnt läßt). Aber auch die Fälle von Zensur, wie die Absetzung des medienkritischen Magazins *Glashauss* durch den Programmdirektor Werner Höfer (!), die kurzfristige Streichung des Films *Die verlorene Ehre der Katharina Blum* oder die Absetzung des Films von Günter Waltraff über seine Undercover-Tätigkeit bei der *Bild*.

Neben solchen eher nostalgischen Ausflügen in die Fernsehvergangenheit bietet das Buch zahlreiche Anregungen, über das Medium und seine Entwicklung selbst nachzudenken. So etwa, wenn Hickethier die Ablösung einer programmphilosophischen Gesamtkonzeption durch die Ästhetik eines einheitlichen Designs konstatiert. Die Anfänge dieses heute für jeden offensichtlichen Paradigmenwechsels sieht er bereits im Jahre 1973, als das ZDF ihr „corporate design“ einführte, welches seither als optische Klammer eines immer weiter ausdifferenzier-ten Programms fungiert (vgl. S.334f). Auch den wachsenden Konflikt zwischen dem Integrationsanspruch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und seiner immer stärker ausgeprägten Zielgruppenorientierung widmet der Autor ein mit zahlrei-chen Beispielen angereichertes Kapitel (vgl. S.336f). So gelingt es ihm, die heute viel beklagte Anpassung von ARD und ZDF an die Marktkriterien der privaten Konkurrenten (Programmverflachung, Quotendruck, Einkauf teurer Stars, Forde-rung nach Ausdehnung der Werbezeiten usw.) in ihrer Entstehung und Entwick-lung zu verfolgen. Der gängigen Auffassung, das Fernsehen habe aufgrund seiner Vervielfachung und Segmentierung seine ursprüngliche integrative Kraft verloren, widerspricht Hickethier allerdings: Neben weiterhin existenten „Kollektiv-ereignissen“ wie dem Oder-Hochwasser oder dem Tod Prinzessin Dianas gebe es eine „strukturelle Integration durch das Fernsehen“, indem dies „an der fortgesetz-ten Modellierung der Wahrnehmung von Welt und des Verhaltens in der Welt ar-beitet, ohne daß wir als Zuschauer dessen Modellierung bewußt wahrnehmen“ (S.538f). Trotz der auch von Hickethier benannten Negativerscheinungen (Ökonomisierung, Emotionalisierung, Parzellierung) wendet er sich abschließend gegen alle „apokalyptischen Warnungen vor der Zerstörung der Kommunikation und Kultur“ (S.543). Optimistisch prognostiziert er gar eine neue Moral: „Es zeich-net sich bereits ab, daß sich mit dem neuen Jahrhundert auch in den Medien eine neue Ernsthaftigkeit, eine Verantwortlichkeit und eine neue Moralität etablieren wird“. Schau`n mer mal.

Klaus Betz (Berlin)