media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

Klara Löffler

Kult im TV-Format. Die Serie »Kunst & Krempel«

2014

https://doi.org/10.25969/mediarep/13446

Veröffentlichungsversion / published version
Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Löffler, Klara: Kult im TV-Format. Die Serie »Kunst & Krempel«. In: Marion Meyer, Deborah Klimburg-Salter (Hg.): *Visualisierungen von Kult.* Wien: Böhlau 2014, S. 40–59. DOI: https://doi.org/10.25969/mediarep/13446.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:
https://doi.org/10.7767/boehlau.9783205793052.40

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0

Terms of use:
This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - No Derivatives 4.0 License. For more information see:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

KULT IM TV-FORMAT
Die Serie »Kunst & Krempel«

Klara Löffler

1. KULT UND KULT

Wie Bedeutung beigemessen wird, wie ein Phänomen als historisch, gesellschaftlich und kulturell bedeutsam beschrieben und bebildert wird, dies ist symptomatisch für ein Gemeinwesen und dessen Systeme: Wenn Banken, aber auch Flughäfen als »Kathedralen«[1] apostrophiert, das Museum als »moderne Ersatzkirche«[2] beschrieben, das Fernsehen als »Diesseitsreligion«[3] bewertet werden, dann werden die Religion und das Sakrale als Maßstab für die Charakterisierung von Lebensweisen und Lebensstilen eingesetzt, die man, ja: die meisten von uns als säkularisiert verstehen. Der Befund, der in derartigen Bildern, ob im Modell der Metapher, des Gleichnisses oder der Analogie, ausgedrückt werden soll, ist von großer Plausibilität: Banken und Flughäfen, Museen und Massenmedien haben die Religion als Ort und Instanz der Weltordnung und Weltdeutung abgelöst.

Gerade auch Medienwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler ziehen solche Bilder heran, um den Stellenwert und die Selbstverständlichkeiten insbesondere des Mediums Fernsehen zu diskutieren.[4] Dieses Bild – Fernsehen als Religion – scheint mir aus der Perspektive der volkskundlich orientierten Europäischen Ethnologie so aufschlussreich wie tragfähig, doch möchte ich es als sozusagen »abgekühltes Bild«[5], als Analogie nutzen, die nach der logischen Struktur der Phänomene fragt. Die Analogie sucht nach Parallelen, um sie zu hinterfragen, sie bleibt also ein provisorisches Werkzeug, dessen Reichweite immer wieder zu überprüfen ist.

Nicht von der Ablösung, sondern von einem Ineinander von Formen und Stilen in Religion und Medium gehe ich aus und damit von der Präsenz des Sakralen, genauer: spezifischer Ausprägungen des Sakralen auch in zeitgenössischen Alltagen. Die intensive Auseinandersetzung mit Religion als Teilsystem gerade auch in laizistisch und

1 Vgl. Botton (2010).
2 Brückner (2005) 44.
3 Mikos (2008) 109.
4 Vgl. Reichertz (2010a) 24 f.; Knoblauch (2009) 219–222.
5 Soentgen (2007) 100.

säkularisierten Gesellschaften, wie sie zumal im letzten Jahrzehnt in den Kultur- und Sozialwissenschaften zu beobachten ist, hat gezeigt, in welch enger Wechselbeziehung Religion und populäre Kultur gedacht werden müssen. So arbeitet der Soziologe Hubert Knoblauch unter dem Titel »Populäre Religion« das enge Bezugssystem zwischen den Transformationen von Kultur und deren Medien und den Transformationen christlicher Religionen heraus.[6] Im Blick auf die alltägliche Praxis von Religion betont auch der Europäische Ethnologe Martin Scharfe, wie einerseits Figuren, Gebärden und Performanzen der »Volksreligion«, jene Kultformen, die sich in der Praxis der christlichen Religionen herausgebildet haben, auch für andere Kulturleistungen bis hin zu ästhetischen Wertvorstellungen prägend sind und wie andererseits Kulturformen, die sich jenseits von Religion und Religiosität entwickeln konnten, den Umgang mit Religion bedingen.[7] Religion wird damit als Teil der Kultur und nicht jenseits der Kultur einer Gesellschaft angesiedelt.[8]

In einer ethnografisch ausgerichteten Medienforschung steht die Frage nach der kommunikativen Produktion und Zirkulation von Bedeutung in historischen und kulturellen Konfigurationen im Zentrum. »Das Fernsehen als ein spezifisches System der Gewinnung orientierender Erfahrung und der Erzeugung gesellschaftlichen Wissens und gesellschaftlicher Orientierungen leistet einen integralen Beitrag zur Verfassung heutiger Lebenswelten.«[9] Gerade weil dem Massenmedium Fernsehen in seinen Repräsentationen eine so herausragende Rolle in der Formierung und Durchsetzung von Weltbildern und -deutungen zugeschrieben wird, kann der Blick auf die Jahrhunderte hindurch so einflussreichen Größen wie Kirche und Religion helfen, die Fragen nach dem spezifischen Gewicht des Mediums zu schärfen.

Medien wie Religionen sind als Teilsysteme eingespannt in gesamtgesellschaftliche Zusammenhänge; zu gesellschaftlicher Bedeutung und Macht gelangen sie vor allem dadurch, dass sie von Gruppen und Individuen nicht nur rezipiert werden, sondern dass diese sie sich aneignen und in die Diskurse und Praktiken der Alltage aufnehmen.[10] In dieser praxeologischen Perspektive treffen sich empirische Kulturwissenschaften wie Europäische Ethnologie und Cultural Studies.[11] Die Stile und Formen, die im Umgang sowohl mit Medien als auch mit Religionen entwickelt worden sind und werden, sind extrem vielfältig und gleichzeitig relational. In den Populärkulturen der Gegenwart sind Kultformen, wie sie in Medien, besonders im Fernsehen, aufscheinen, mit

6 Knoblauch (2009) 193–283.
7 Scharfe (2004) 1–8. 87–111. 246–252.
8 Vgl. auch Soeffner (1994).
9 Keppler (2006) 92.
10 Mikos (2008) 22; Hepp (2011) 72.
11 Vgl. Winter (2006).

zeitgenössischen Mustern von Religiosität eng verwoben; Papstreisen und Weltjugendtage sind lediglich besonders prominente Beispiele eines beziehungsreichen Gefüges.[12]

Wenn in der Medienanthropologie in Anlehnung an Arjun Appadurai systematisch »mythscapes« und »mediascapes«, als sich wechselseitig durchdringende Sphären, untersucht werden, so ist dies nur konsequent. Beide Konzepte zielen, wie die Kultur- und Sozialanthropologin Elke Mader am Beispiel von Bollywood-Produktionen vorführt, auf die soziale, historische und räumliche Dimension von Partizipation.[13] Diesen Vorschlag aufgreifend und angeregt durch Martin Scharfes Bestandsaufnahme der »Spuren christlicher Religion im gegenwärtigen Alltag«[14], interessiere ich mich für beide Spielarten von »Kult«, für jene Rituale und Performanzen, wie sie in der Volksreligion, aber auch in anderen Teilsystemen präsent sind, aber auch für jene, wie sie sich im Umgang mit Massenmedien als Modell »einer kultischen Verehrung und Zelebration von Filmen, Fernsehserien oder Medienstars auf exzessive und sichtbare Weise«[15] zeigen. Wann lässt sich von Kult in der einen oder der anderen Art und Weise sprechen? Wie verhalten sich Kult und Kult zueinander? Doch sollte die erste Frage lauten: Wer spricht hier von Kult?

2. KULT IN SERIE

In Anbetracht der harten Konkurrenzen auf dem TV-Markt kann es nicht verwundern, wenn vor allem von den Sendern selbst bestimmte Produkte als Kult beworben werden. Einerseits reagieren die Produzenten mit gezieltem Marketing bestimmter Formate und Genres auf die Praktiken der Fans und vereinnahmen diese, andererseits positionieren sie sich mit einem derartigen Branding aktiv in den zeitgenössischen »Ökonomien der Aufmerksamkeit«[16]; Georg Francks Befund ist mehr denn je aktuell.

Zu den deutschsprachigen TV-Serien, die vom Sender als »Kult« ausgelobt werden, gehört die Serie »Kunst & Krempel«. Seit 1985 wird diese Serie vom Bayerischen Fernsehen produziert und wöchentlich ausgestrahlt, mit regelmäßigen Wiederholungen auf BR Alpha und 3 SAT. Basis der einzelnen Sendungen sind dreimal jährlich stattfindende, dreitägige Veranstaltungen, die jeweils in einer anderen deutschen oder österreichischen Stadt durchgeführt werden. Vorab vom Senderteam ausgewählte Personen, die sich schriftlich bewerben müssen, können Objekte in ihrem Besitz Experten vorlegen, und diese beurteilen deren historischen, aber auch deren materiellen Wert. Die Termi-

12 Dazu Knoblauch (2009) 248–254; Gebhardt – Hepp – Hitzler (2007).
13 Mader (2007) 229–238.
14 Scharfe (2004).
15 Winter (2003) 295.
16 Franck (1998).

ne ebenso wie die Teilnahmebedingungen der Veranstaltung werden über die Website der Serie[17] veröffentlicht. Aus den Aufzeichnungen dieser Veranstaltungen entstehen halbstündige Einzelfolgen, die jeden Samstag um 19.45 Uhr gesendet werden.

Schon in der kurzen Textzeile auf Google, über die man auf die offizielle Website des Senders gelangt, wird darauf hingewiesen: »Was vor mehr als 25 Jahren im Bayerischen Fernsehen als ein Fernsehflohmarkt begann, hat sich längst zur Kultsendung entwickelt.«[18] Die lange Dauer ist es, die zum Beweis für die Popularität, aber auch für die Qualität und Einzigartigkeit der Serie angeführt wird. Auf der ansonsten dicht verlinkten Website wird weder darauf hingewiesen, dass die Serie ein seit 1979 von der britischen BBC entwickeltes Format kopiert, die »Antiques Roadshow«[19], noch dass »Kunst & Krempel« Nachahmer auf den Programmschienen anderer Dritter Programme des deutschen Fernsehens gefunden hat.[20]

Tatsächlich weisen sowohl der Aufbau der Website mit einem sehr breit gefächerten Menü und reichhaltigem Videomaterial zu bereits ausgestrahlten Sendungen und die parallel zur Sendung aufgelegten Bücher[21] als auch von Zuseherinnen und Zusehern wie von Sendern produzierte Videoclips auf das hin, was den Kultstatus einer TV-Sendung ebenso wie eines Kinofilms ausmacht: eine über verschiedene Medien und Akteure verdichtete Repräsentation, die nicht nur im öffentlichen Raum und in dessen Diskursen, sondern auch in individuellen wie kollektiven Alltagspraktiken präsent und wirksam ist. So sehr auch Definitionsversuche im Detail variieren, so wird doch generell Kult-Fernsehen über das Merkmal der Intertextualität bzw. Intermedialität charakterisiert, an dem das Publikum wesentlich Anteil hat.[22]

Wenn wir uns als empirische Kulturwissenschaft für Massenmedien und deren Popularität interessieren, dann zielen unsere Fragen vor allem auf das Zusammenspiel der über das Medium Fernsehen angebotenen Bilder und Texte mit dem Publikum, das – entgegen dem, was der Sprachgebrauch im Deutschen suggeriert – äußerst heterogen und vielgestaltig ist. Formate wie »Kunst & Krempel« sind da von besonderem Interesse, weil sowohl innerhalb der Sendung als auch jenseits der Sendungen verschiedene Publika auftreten, die Inhalte aufnehmen und transformieren. In einer Verknüpfung bild- und medienanalytischer Ansätze[23] werde ich mich im Folgenden mit dem

17 www.br.de (2011).

18 Ebd.

19 www.pbs.org (2012).

20 Unter Titeln wie »Lieb und teuer« (NDR), »Schatz oder Schätzchen« (WDR), »Kitsch oder Kunst?« (hr), »echt antik?« (SWR); vgl. Wikipedia-Artikel »Kunst und Krempel«, http://de.wikipedia.org (2011).

21 Löwe-Hampp (2005).

22 Vgl. die Definitionen von Hills (2003); Fiske (2011) 108–128.

23 Vgl. Gerndt (2010); Kruse (2004).

Aufbau, den Inhalten und der Dramaturgie einer ausgewählten Folge[24] befassen. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf visuellen Strategien, die in nicht wenigen Beispielen von Fernsehanalysen[25] bemerkenswert unterbelichtet bleiben. Dabei kann und soll das spezifische Bezugssystem zwischen Wort und Bild nicht außer Acht gelassen werden. Abschließend stelle ich die Frage nach unterschiedlichen Formen und Dimensionen der Rezeption und der Aneignung der Serie, aber auch nach der Tragfähigkeit einer Analogie.

3. RAHMUNG IN KONTRASTEN

Wenn auf den deutschsprachigen Wikipedia-Seiten zu »Kunst & Krempel« die Serie dem Genre »Antiquitätenberatung« zugeordnet wird, so spiegelt sich darin der »mediale Nimbus«[26], den die Dritten Programme der gebührenfinanzierten Sender ARD und ZDF in Deutschland genießen. Der öffentlich-rechtliche Auftrag im Sinne »demokratisch-aufklärerischer Zielsetzungen«[27] wird im Zusammenhang der Programmlinien der Dritten in ganz besonderem Maße betont. Dennoch gilt auch für die Dritten: »[…] television is institutional art with a strong economic motive.«[28] Der transnationale Einfluss eines globalen Marktes auf Formate und Genres ist auch bei diesem Sender und seinen Produktionen nicht zu übersehen.

Auch eine Serie wie »Kunst & Krempel« ist modernem Infotainment und dem Ziel verpflichtet, möglichst viele verschiedene Gruppen anzusprechen: »Die Mischung aus Spannung, Information, Unterhaltung schafft es, Alt und Jung vor dem Bildschirm zu vereinen.«[29] Wie andere Serien mit Servicecharakter, ob zum Kochen, zum Gärtnern, zum Reisen etc., sind die jeweiligen Sendungen von der »Zerstückelung längerer Informationseinheiten in kleine Angebotshäppchen«[30] geprägt; nach einem breit angelegten Intro folgen sehr kurz getaktet (vier bis fünf Minuten lang) sechs bis sieben in sich abgeschlossene Sequenzen mit den Auftritten von Gästen und Expertenteams, während am Ende ein wiederum relativ ausführlicher Abspann steht.

Dennoch unterscheidet sich »Kunst & Krempel« in wesentlichen Punkten von anderen Genres der Gattung Ratgeberserie.[31] Denn Elemente wie »Personalisierung,

24 Originalsendung vom 19. 11. 2011, ausgestrahlt von 19.45–20.15 Uhr im Bayerischen Fernsehen.
25 Vgl. auch Keppler (2006) 96–105.
26 Keppler (2006) 104.
27 Kreimeier (2003) 179.
28 Fiske (2011) 118.
29 http://www.3sat.de (2012).
30 Bleicher (2001), zit. nach Kreimeier (2003) 181.
31 Zu den Schwierigkeiten der Zuordnung zu Gattungen / Formaten und Genres: Mittell (2003); Mikos (2008) 262–272.

Emotionalisierung«[32], die konstitutiv sind für Infotainment, werden hier in sehr spezifischer Form inszeniert. In »Kunst & Krempel« verzichtet man auf den Einsatz von Moderatorinnen und Moderatoren, die in anderen Service-Serien eine wichtige dramaturgische Funktion übernehmen und der Sendung ein Gesicht geben.[33] Die einzelnen Sequenzen werden in harten Schnitten, ohne verbindende Elemente aneinandergereiht. Lediglich bei einem Wechsel der Themenbereiche – in der ausgewählten Sendung stehen Bilder und Spielzeug im Mittelpunkt – werden über ein gerahmtes Textfeld Namen, Titel, Fachbereich und Institution der jeweiligen Expertinnen bzw. des jeweiligen Experten eingeblendet.

Solche Zurückhaltung in der Dramaturgie ist typisch für die Serie. Alle Ebenen der Ausgestaltung sind darauf ausgerichtet, die Beratungssituation als seriös und authentisch in Szene zu setzen. Dies ist das spezifische »Gebrauchswertversprechen«[34], das mit der Serie gegeben wird. Die Reduktion auf Wort und Bild (weniger die bewegte Bildfolge als das sequenzielle Abfotografieren von Objekten und Personen) bestimmt die Sendung, nicht unähnlich den Inszenierungen von Nachrichtensendungen. Dabei ist daran zu erinnern, dass die Einzelfolgen im BR zwischen 19.45 und 20.15 Uhr ausgestrahlt werden, in einer semiotischen »Umgebung«[35] also, die bei den meisten Sendern der ARD traditionell den Tagesnachrichten vorbehalten ist. »Kunst & Krempel« tritt gleichsam an deren Stelle. Dieser Stil der Regie steht im Gegensatz zu dekonstruktivistisch angelegten Stilen der Inszenierung, die die Arbeit der Regie sichtbar werden lassen und die auch in Serien mit Servicecharakter zu beobachten sind. In »Kunst & Krempel« bleibt die Kamera unsichtbar. Die auditive Ebene, die ja eine wichtige narrative Funktion erfüllt,[36] ist extrem reduziert; nur das Intro und der Abspann sind mit Musik unterlegt.

Im Vergleich zur strengen Architektur des Hauptteils jeder Folge ist das Intro, das auch in den Vorankündigungen des Senders als Trailer eingesetzt wird, geradezu opulent ausgestaltet. Hier soll explizit die emotionale Seite angesprochen werden, soll die Magie der alten Zeiten und die Faszination für die alten Dinge spürbar werden. Dazu greift man tief in die Schatzkiste der Mythologien. Wie »mythscapes« und »mediascapes« zusammenspielen, ließe sich in einer Detailanalyse dieses Vorspanns wunderbar anschaulich machen.

Das Ergebnis ist eine bunte, nicht unbedingt subtile Collage von Motiven: In der ersten Einstellung ist ein Auge (»das Auge Gottes«?) abgebildet; von diesem Blickpunkt aus zoomt die Kamera zurück auf das Gesicht eines älteren Mannes. Dieses Ge-

32 Nieland (2003) 263.
33 Vgl. Bourdieu (1998a) 43–47; Parr (2001).
34 Zu Genre und Gebrauchswertversprechen: Mikos (2008) 265.
35 Winter (2006) 428.
36 Mikos (2008) 236.

sicht wird zunehmend überblendet von Zahnrädern in Bewegung, von Teilen eines Uhrwerks; angesichts dieses Räderwerks der Zeit assoziiert man unwillkürlich Charlie Chaplins »Moderne Zeiten«. Die Szenerie ist in Braun und Gold gehalten, in jenen Farbwerten, die für historische Patina stehen. Die Bilder sind von Sphärenklängen unterlegt; besonders intensiv zitieren Sounds und Bildregie die Ikonografie von Fantasyfilmen. Die Dinge werden als geheimnisvoll inszeniert, die Sendung wird als Schatzsuche angekündigt. Eine Lupe, seit Conan Doyle und Sherlock Holmes unentbehrliches Requisit intelligenten Ermittelns, schiebt sich ins Bild; in ihr spiegeln sich die Objekte der jeweiligen Folge. Eine weibliche Stimme stellt Fragen zur Geschichte der Objekte, stellt die Objekte gleichzeitig infrage. In der Sendung, so Ton und Tenor dieser Texte, werden die Dinge kritisch unter die Lupe genommen: »Große Namen heute bei Kunst & Krempel aus dem Kloster St. Mang in Füssen. Ob sich dahinter auch große Werte verbergen?« Den Abschluss des Intros bildet das Signet, das Markenzeichen der Sendung, das sich aus den Anfangsbuchstaben des Titels zusammensetzt und Motive des Intros aufnimmt.

Nach dem Signet folgt ein Schwenk der Kamera über den Raum der Veranstaltung. Wie der Vorspann erfüllen die ausgewählten Räumlichkeiten die dramaturgische Funktion einer Rahmung. Die Veranstaltungen finden in historischen Räumen von überlokaler Bedeutung statt, in Räumen, die mehrfach durch Denkmalpflege wie durch Tourismus als bedeutsam kanonisiert sind. Die meist hohen, immer aber prunkvoll ausgestatteten Räume, im ausgewählten Beispiel des Klosters St. Mang, dienen der Überhöhung des Geschehens im Vordergrund. Auch das Saalpublikum ist Hintergrundkulisse. Es wird als homogene Einheit abgebildet, die kaum eine Regung zeigt. Es ist eine »beschränkte Präsenz«[37], die dieser Gruppe eingeräumt wird – eine Präsenz, die im Kontrast dazu steht, dass heute das Publikum in unterschiedlichsten Medienformaten selbstverständlicher »Medien*akteur*«[38] ist und dass das Zuschauen als »streng ritualisiertes und stereotypisiertes Ausdrucksrepertoire«[39] längst Teil der Inszenierung ist. In »Kunst & Krempel« gibt es keinen Szenenapplaus. Nur am Rande streift die Kamera Publikum und Räumlichkeiten. Dennoch verleihen der historische Raum, aber auch die dicht besetzten Publikumsränge der Veranstaltung und deren Aufzeichnung Legitimation und Glaubwürdigkeit.

Im Zentrum der Raumausstattung wie auch im Fokus der Kamera steht eine massive Konstruktion von raumgreifenden Abmessungen (im Durchmesser ca. 2,50 m). Nicht Tisch, aber auch nicht Theke, trägt diese Konstruktion eine kreisrunde Platte, die mit grauem Filzstoff bezogen ist. Die Konstruktion zerteilt die Szenerie in drei Bild-

37 Böhme (2006) 146.
38 Dieterich (2009) 277.
39 Ebd. 278.

ebenen, wie bei einem Triptychon und damit einer, wie der Kunstwissenschaftler Wolfgang Ullrich betont, »autoritären Bildform«[40]: links die Gäste, in der Mitte die Objekte als Gegenstände der Verhandlung und rechts die Experten. Damit sind auch entscheidende Vorzeichen für die Kommunikation zwischen Gästen und Experten gesetzt: Erstere stehen, Letztere sitzen am Tisch, in Bürostühlen und in erhöhter Position. Das Asketische dieser Ausstattung, die ganz auf die Zentralität und Präsenz des runden Tisches abgestellt ist, lässt an die Kirchenbautheorie der christlichen Traditionen denken, in der ein besonderes Augenmerk auf der Positionierung von Altar, Kanzel und Taufstein liegt.[41] Die Symbolik des runden Tischs, er stellt in der politischen Ikonografie unserer Gesellschaften ein wesentliches Requisit »demokratischer Ausgewogenheit«[42] dar, wird durch die Dimensionen der Konstruktion und die dadurch bedingte Distanz der am Tisch Interagierenden durchkreuzt.

4. FIGURATIONEN DES RUNDEN TISCHES

In diese Szenerie hinein, in den sparsam ausgestalteten Vordergrund, lässt man die Gäste treten. Die Choreografie dieser Bewegung, aus dem Bildhintergrund in die Bildmitte, ist durchaus klassisch für Show-Formate mit Publikumsbeteiligung. Was aber das Agieren der Gäste in »Kunst & Krempel« anlangt, so entspricht dies am wenigsten einem selbstbewussten, durch Applaus und musikalische Untermalung unterstützten Auftritt. Jede der Sequenzen, in die sich die jeweilige Folge aufteilt, beginnt damit, dass die Kamera das Eintreten, das Herantreten der Gäste an den runden Tisch begleitet. Die Gäste verhalten sich dabei ganz nach den Spielregeln des Mediums und der Regie: Wie sie Objekte vor sich hertragen, dies entspricht durchaus fernsehgerechtem Präsentieren und zugleich einer Gebärde des Zeigens, wie sie in den christlichen Liturgien Priester vollziehen. Schon in diesen ersten Gesten wird sichtbar, worum es im Folgenden gehen soll: um die Dinge und deren Wert.

Die Personen, die immerhin aufgrund einer schriftlichen Bewerbung ausgewählt wurden, bleiben anonym, ihre Namen werden nicht genannt. Sie spielen zwar in Drehbuch und Plot eine tragende Rolle, doch als Gäste sind sie nur am Rande Teil des Ensembles der Inszenierung. Schon an den Körperhaltungen wird das deutlich: Ob Männer oder Frauen, Einzelpersonen, Freundinnen oder Ehepaare, jüngere Leute oder ältere Semester (die Altersverteilung ist breit gefächert und bewegt sich zwischen 40 und 70 Jahren), alle treten mit ihren Objekten an den Tisch, reichen diese den Experten über den Tisch und stehen dann, zumeist mit den Händen auf dem Tisch, wäh-

40 Ullrich (2011b) 116.
41 Böhme (2006) 141.
42 Bourdieu (1998a) 47.

rend des Gesprächs relativ unbeweglich. Zwar variieren Ausdruck und Stil, doch überwiegt bei der großen Mehrheit der Gäste eine Haltung von Achtung und Distanz, wie sie nicht nur in einer bestimmten religiösen Erziehung, sondern auch über die schulische Bildung als angemessenes Verhalten in Museen und Ausstellungen erlernt und kultiviert wird. Sie zeigt sich in Gesten und Gebärden ebenso wie in Form und Inhalt des Gesagten. Die vorherrschende Sprechweise ist der gehobene Ton; das muss nicht bedeuten, dass regionale Tonlagen nicht erkennbar sind, doch alle konzentrieren sich, halten sich an den von ihnen erwarteten Text, die Selbstsicheren ebenso wie die Schüchternen.

Im Herantreten grüßen sich Gäste und Experten. Nachdem die Objekte auf dem Tisch positioniert oder in die Hände des Experten übergeben sind, fordern die Expertinnen und Experten die Gäste auf, über das Mitgebrachte zu erzählen. In jeder Sequenz ist dies der Zeitpunkt, zu dem die Gäste am ausführlichsten zu Wort kommen, aber auch sehr selbstverständlich das Wort übernehmen. Bei zwei Personen erzählt zumeist eine Person, die andere ergänzt. Die Geschichten handeln vom Ankaufen, Tauschen, Erben, Entdecken der jeweiligen Objekte und sind sehr unterschiedlich aufgebaut. Viele erzählen über die Umstände, unter denen sie zu den Objekten gekommen sind, als Wege mit Überraschungen und als kuriose Begebenheiten. Doch ist die Geschichte, nach dem Dafürhalten der Expertinnen und Experten, zu lang, zu kompliziert, zu abseitig, so werden die Erzählerinnen oder Erzähler rigide unterbrochen. Wer, wie in der von mir bearbeiteten Folge eine Frau, eine Geschichte erzählen will, die nur am Rande und nicht sofort erkennbar mit dem Erwerb des Mitgebrachten zu tun hat, muss sich sogar gefallen lassen, zurechtgewiesen zu werden.

Die Funktion dieser Geschichten der Gäste wird in der weiteren Entwicklung dieser sehr spezifischen »kommunikativen Figuration«[43] zwischen Gästen und Experten deutlich: Als persönliche und gleichzeitig, dank der Interventionen der Expertinnen und Experten, wohltemperierte Geschichten bilden sie die Kontrastfolie für die Texte der Experten. Sind die Objekte übergeben, die Geschichten erzählt, werden die Gäste zum Publikum. Nur wenige greifen noch in die Kommunikation ein. Bis zur Verabschiedung beschränken sich die meisten auf verbale und nonverbale Gesten und Signale der Zustimmung und des Verstehens.

Die Präsenz der Expertenteams – sie sind immer zu zweit – ist von gänzlich anderer Qualität. Sie werden namentlich genannt, sie werden auch im Abspann nochmals aufgelistet, sie werden auf der offiziellen Website der Serie ausführlich mit ihren Arbeitsfeldern gewürdigt. Ihre Autorität und Glaubwürdigkeit als »Experten«, die im Unterschied zu »Spezialisten« den Überblick über einen bestimmten Bereich eines Sonderwissens garantieren,[44] wird laufend intra- und intertextuell hervorgehoben und bestätigt.

43 Hepp (2011) 89.

44 Pfadenhauer (2010) 99.

Auch wenn es im Laufe der Geschichte der Serie zu Änderungen in der Besetzung der Teams kam, manche ausschieden, andere hinzukamen, so stellen die Expertinnen und Experten das Stammpersonal dar, das erst den Charakter der Serie ausmacht. Sie sind es auch, die bereits im Saal sind, während die Gäste nach vorne kommen, sie sind es, die sitzen bleiben. Immer sind es zwei Personen zu einem Fachgebiet, die sich in ihrem Text zu den Objekten ergänzen. Manche Paarungen führen zu Konkurrenzen, die meisten aber wechseln sich ab in Redezügen, die ritualisiert und standardisiert sind: Der persönlichen Geschichte der Gäste über ihr Objekt wird die kunstgeschichtliche, die historische und die technologische Expertise und ganz zum Schluss und als Höhepunkt die Einschätzung des Marktwertes – bedenkt man Intonation und Nachdruck – entgegengesetzt. Die Zeitgeschichte der Objekte bleibt demgegenüber weitgehend ausgeblendet. Das kann zu eher peinlichen Entdeckungen führen: 2009 war es eine Zuseherin, die in der Sendung ein besonders wertvolles Bild als Raubkunst erkannte und die Polizei informierte.[45]

In ihre Texte der Expertise lassen die Einzelnen zwar Biografisches einfließen, und sie bemühen sich um einen »familiären Habitus«[46], doch wird damit der Rang der Experten nicht relativiert, sondern eher unterstrichen. Die Expertinnen und Experten formulieren Lob, etwa wenn ein Gast über das Bergen eines Objekts berichtet. Sie sprechen aber auch Mahnungen aus, dass mit den Objekten sorgsamer umzugehen sei. Auch wenn von einzelnen Gästen versucht wird, die Geschichte auszuschmücken oder das eigene Wissen ins Gespräch zu bringen, so gelingt es doch den wenigsten, die Inszenierung der Expertinnen und Experten zu stören. Ob Museologinnen oder Galeriebesitzer (seltener sind Universitätsprofessoren beteiligt), alle definieren und dominieren als Experten die Situation. Von der »Krise der wissenschaftlichen Expertise«[47], wie sie vor allem vonseiten der Universitäten und in der Wissensforschung diskutiert wird, ist hier nichts zu spüren.

Nicht nur durch ihre Rede über die Objekte, sondern auch durch den sorgsamen und versierten Umgang mit den Dingen demonstrieren die Expertinnen und Experten ihr überlegenes Wissen. Objekte wie Schmuck oder Spielzeug nehmen sie in die Hand, Bilder drehen sie um, verweisen auf Rückseiten und damit auf Hintergründe. Und die Kamera verfolgt alle diese Bewegungen und macht sie zum Teil der Expertise. Der Wert der jeweiligen Objekte lässt sich auch an diesen Gesten ablesen.

---

45 Raubkunst (2009).

46 Sichtermann (1994) 16.

47 Vgl. Stehr – Grundmann (2010) 96–100.

5. REGIE DER FALLHÖHE

Je nach Persönlichkeit sind es lautere oder leisere Töne, die angeschlagen werden, doch nur wenige lassen Zweifel oder auch nur Nachfragen der Besitzer zu, nur wenige zögern oder zaudern in ihrem Urteil. Es sind keine ernsthaften Debatten, die zwischen den Experten oder mit den Gästen geführt werden, es sind vor allem anderen Statements, die als spontane Äußerungen in Szene gesetzt werden. Der Eindruck von Spontaneität, Pierre Bourdieu spricht von »spontaneistischer Demagogie«[48], wie sie im Medium Fernsehen vorherrsche, wird insbesondere dadurch gestützt, dass in jeder Folge Objekte von höchstens »sentimentalem Wert«, so die Expertinnen und Experten, vertreten sind. Das Vorführen der Fallhöhe, wie sie schon im Titel der Serie »Kunst & Krempel« angezeigt ist, fehlt in keiner Folge. Ein Brettspiel etwa, das von einer etwa 30-jährigen Frau als Teil eines Nachlasses in der Sendung zur Beurteilung vorgelegt wird, dessen Spielplatte verschrammt ist und zu dem nur noch wenige Spielfiguren vorhanden sind, wird schon eingangs von der Expertin als hoffnungsloser Fall bewertet: »Der Zustand ist natürlich beklagenswert.« Als es an die Schätzung des Geldwertes geht, zögert ihr männlicher Partner ostentativ: »Wenn wir über den Wert sprechen sollten, dann muss ich sagen …« Nachdem er das Spiel auf 30 bis 40 Euro geschätzt hat, gibt er der Besitzerin noch eine Warnung mit auf den Weg: »Aber hüten Sie es trotzdem gut, aber bitte nicht das Spiel mit Klebestreifen kleben – sonst würden wir mit Ihnen schimpfen müssen.«

Zu diesen Inszenierungen der Beratung und deren asymmetrischer Figuration gehört es auch, hohe Erwartungen der Gäste zu dekonstruieren: Ein Ehepaar, beide um die 65 Jahre alt, bringt »einen Defregger« in einem prachtvoll vergoldeten Rahmen mit, den der Ehemann, wie er erzählt, gekauft hat, das Bild habe »uns sehr gefallen«. Abgebildet ist »ein Tiroler Mädl«, wie es einer der beiden Experten tituliert. Auf die kurze Erzählung des Besitzers folgt ein Vortrag über den Sündenfall des Künstlers, von einem der beiden Experten, einem Österreicher, in gemütlichem Ton erzählt: Defregger habe »in Serie« für den Markt produziert. »Ich hab das einmal genannt«, so der Experte, »›den Markt bedienen‹.« Man brauche sich, so beruhigt er, »trotzdem net genieren«. Die beiden Besitzer stehen am Tisch, sie lächelt vorsichtig unverbindlich, er reagiert mit eher skeptischem Blick, wirkt so, als ob er zu einer Entgegnung ansetzen wollte, sich dann aber doch anders entscheidet. Der Preis wird auf 1.500 bis 1.800 Euro taxiert. »Ich hoffe«, so werden die Gäste verabschiedet, »Sie haben viel Freude damit. Grüßen Sie mir Tirol.« Der Abgang der beiden ist wie bei allen diesen Sequenzen unspektakulär, die Gäste bedanken sich höflich, man verabschiedet sich voneinander, die Gäste nehmen ihr Bild wieder in Empfang und wenden sich zum Gehen. Bei jedem dieser

48 Bourdieu (1998b) 67.

Abgänge entsteht ein merkwürdiges Vakuum; auch bei glücklicheren Momenten gibt es keinen Applaus aus dem Publikum.

In jede Folge ist ein Höhepunkt eingebaut, ein Objekt, das als besonders wertvoll herausgehoben wird. Aufschlussreich ist auch hier die Form der Präsentation: Das Objekt wird mit gebührender Hochachtung behandelt. Im Beispiel der Folge vom 19. 11. 2011 tragen nicht die Besitzer, ein Ehepaar im Alter zwischen 60 und 70 Jahren, das Bild, sondern es wird von Helfern auf einer Malerstaffelei nach vorne an den Tisch gebracht. Das Bild wird schon in den ersten Sätzen als Tuschezeichnung, »signiert von Franz von Stuck«, identifiziert und das Urteil gefällt: »sehr qualitätvoll«. Hochgestimmt – im Vergleich zum Ton anderen Gästen und Objekten gegenüber – wird dem »Blatt« »fulminante Kraft« zugeschrieben. Die folgenden Erläuterungen der beiden Experten sind von der Diktion einer bestimmten kunsthistorischen Schule und formal orientierter Terminologie bestimmt. Während in der vorhergehenden Sequenz am »Defregger« Motivwahl und konkrete Details kritisiert wurden, wird in der Stellungnahme zu diesem Objekt vom Bild weitgehend abstrahiert. Bemerkenswert ist auch, dass dies die einzige Sequenz in meinem Beispiel ist, in der sich der Besitzer erfolgreich in das Gespräch einklinken kann und mit den Experten fachsimpeln darf. Dieses Objekt wird nicht nur auf einen im Vergleich zu den anderen Objekten in dieser Folge relativ hohen Preis zwischen 2. 500 und 3. 000 Euro geschätzt, darüber hinaus wird es auch in den Kategorien kunsthistorischer und historischer Wissenschaftlichkeit als herausragend ausgezeichnet.

6. LOGIK DER TRANSFORMATION

Während des Geschehens in den einzelnen Sequenzen wandert die Kamera zwischen Gästen, Objekten und Experten. In den Kameraeinstellungen, die wenig variieren, zeichnen sich Konkurrenzen zwischen den Objekten und den Experten ab, die Gäste treten demgegenüber – wie schon das Saalpublikum – immer mehr in den Hintergrund. Die Expertenteams sind nicht nur zentral ins Bild gerückt, sie führen außerdem das Wort und bestimmen so zur Gänze das Profil der Serie. Sie sind es, die bestimmte Objekte als »Schätze« und somit als kulturelles Erbe ausweisen. Über ihre Texte und in einer Sprache, in der eine geradezu »kunstreligiöse Gesinnung«[49] anklingt, erheben sie diese Objekte in den Rang von Antiquitäten und nehmen sie in den Kanon des Erhaltenswerten und Wertvollen, des kulturellen Gedächtnisses auf – oder schließen sie von diesem aus. Der Kanon, wie er in und mit dieser Serie formuliert wird, erfährt zwar zunehmend Erweiterungen – auch Design des 20. Jahrhunderts wird mittlerweile einbezogen –, doch wird dieser Kanon in seinem Bestand nicht infrage gestellt. Die jeweili-

49 Ullrich (2011a) 19.

ge Inszenierung von Objekt und zugehöriger Expertise kann exemplarisch dafür stehen, wie sich in mediatisierten Gesellschaften »kulturelle Andacht«[50] formiert und festigt. Den in der Serie gezeigten und besprochenen Objekten wird verbindlich der Status des schützenswerten Kulturguts zugeschrieben.

Alle »drei Ebenen der Erinnerungskultur«[51], wie sie Aleida Assmann in ihrer Frage nach der Bedeutung von Geschichte in unseren Alltagen entwickelt, werden in dieser Serie sichtbar: Von den Expertinnen und Experten werden die mitgebrachten Objekte als Teil des Marktgeschehens geschätzt und vor dem Hintergrund historischer und immer auch ethischer Imperative diskutiert, von den Besitzerinnen und Besitzern werden die Objekte als Teil der biografischen Identitätskonstruktion erzählt.

Bedeutung wird in »Kunst & Krempel« also auch noch auf einer anderen Ebene als der des kulturellen Gedächtnisses produziert. Die Zurückhaltung, ja Indifferenz, mit der die Gäste hier agieren und reagieren, lässt schnell aus dem Blick geraten, was jede Präsentation eines Objekts aus dem eigenen Besitz immer auch bedeuten kann. Die telegene Präsenz und die performativen Praktiken des Mediums verleihen den Agierenden wie den Objekten eine neue Dimension in ihrer Rolle in der Familienüberlieferung. Auch wenn die Expertinnen und Experten den Wert des jeweiligen Objektes und die Erwartungen der Besitzer relativiert haben sollten, so bleibt doch die Präsentation in der Serie eine Inszenierung, die das Objekt aufwertet und es in der Reihe »persönlicher Memorabilia«[52] als »Familienschatz« auszeichnet. Das Fernsehen »auratisiert« ebenso wie es »entauratisiert«, so betont Jochen Hörisch.[53] Mit der Präsentation im Fernsehen gewinnen die Objekte an Dimension und Status, kommen neue Geschichten hinzu. Die »Überhöhung und Fiktionalisierung«[54] der Dinge, deren Aufladung mit Geschichten, wie sie Wolfgang Ullrich allgemein für zeitgenössische Konsumkulturen diagnostiziert, ist auch Prinzip der Serie »Kunst & Krempel«.

Nimmt man Martin Scharfes Analyse der ritualisierten und mechanisierten Praktiken insbesondere katholischer Frömmigkeit zum Ausgangspunkt, so zeigen sich im Vergleich einige Parallelen zu den Inszenierungen der Serie »Kunst & Krempel«. In der symbolischen Ordnung eines durchaus sakral gestimmten Raumes wird der runde Tisch, einem Altar gleich, zum Zentrum der Szenerie. Das Saalpublikum wird wie eine Kirchengemeinde zur homogenen Gruppe, aus der für kurze Zeit Personen als Individuen heraustreten und in angemessener Haltung des Abstands verharren, womög-

50 Rutschky (2011) 1117.
51 Assmann (2007) 25–32.
52 Ebd. 155.
53 Hörisch (2001) 351.
54 Ullrich (2008) 45–52.

lich eine Haltung, die auf die »Stärke des *religiösen* Leibgedächtnisses«[55] verweist. In der asymmetrisch angelegten kommunikativen Figuration der Beratung und in Texten und Gesten souveränen Wissens werden von Expertinnen und Experten Objekte, aber auch die Geschichten der Besitzerinnen und Besitzer über ihre Objekte in unverrückbare Wert- und Weltordnungen eingegliedert.

Zumal letztere Feststellung ist jedoch zu relativieren: Weder das Medium Fernsehen noch die christlichen Kirchen können heute noch unangefochten Geltung beanspruchen. Sowohl eine Serie wie »Kunst & Krempel« als auch die Liturgie in Kirchen formieren einen »Rezeptionsraum jenseits von Alltag und Hektik«[56] – doch welche Spuren, welche »sinnhaften Praxen«[57] diese Räume und Szenen der Bedeutungsproduktion hinterlassen und bewirken, dies ist damit noch offen.

7. KULT HOCH ZWEI

»Kunst & Krempel« ist tatsächlich beides: das Paradebeispiel der Darstellung von kunsthistorisch und historisch Wertvollem im Stil spätbürgerlicher Kunstaneignung, inklusive aller Elemente wohlbekannter Distinktionsstrategien fortgeschrittener Kennerschaft im Spiel der Expertinnen und Experten, und ein Stück moderner Serienunterhaltung im Fernsehen, in dem schöne, aber auch merkwürdige Dinge im Mittelpunkt stehen, deren Besitzerinnen und Besitzer von glücklichen Zufällen ereilt,[58] aber auch mit weniger freundlichen Urteilen konfrontiert werden können. Dass das Ganze in Serie geschaltet ist, seit Jahrzehnten einen bestimmten Sendeplatz hat und sich in der Dramaturgie nur in Nuancen verändert hat, steigert diese Konventionalität und erhöht den Reiz der Serie.[59] Damit bietet »Kunst & Krempel« Unterhaltung im besten, nämlich im breitesten Sinne des Wortes; »sinnlich prägnante Sinnangebote«[60] und die Mehrdeutigkeit zwischen Ernst und Unernst[61] sind garantiert.

Dieses Angebot hat sein Publikum, das allerdings am wenigsten als eine über »Kultus und Ritus gebundene Gemeinschaft«[62], wie etwa das Präsenzpublikum eines Popkonzerts, zu charakterisieren ist. Vielmehr ist von der »Verselbständigung des Publikums«[63]

55 Scharfe (2004) 110.
56 Ullrich (2006) 63.
57 Maase (2003) 223.
58 Vgl. Reichertz (2010b) 108–115.
59 Vgl. als Überblick zur Erforschung der Serialität im Fernsehen: Denson (2011); Hickethier (2003).
60 Maase (2003) 224.
61 Hügel (1993).
62 Kreutzner (2003) 352.
63 Maase (2003) 226.

auszugehen. »Auch das ist freilich nicht ganz neu.«[64] Der Kulturwissenschaftler Kaspar Maase, der dies hier einwendet, zeigt in allen seinen historisch fundierten Studien zur Entwicklung populärer Massenmedien, dass die Geschichte dieser Medien grundsätzlich und nicht erst seit der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts mit sehr unterschiedlichen Publikumsaktivitäten verbunden war und ist. Die durch die britischen Cultural Studies angestoßene breite Diskussion um Rezeption, Aneignung und schließlich Konvergenz als Form der kreativen Partizipation an der Medienproduktion[65] bezieht diese Vorgeschichten und Kulturtechniken der Medienaneignung allzu selten mit ein.

So zeichnen sich auch im Umgang mit der Serie »Kunst & Krempel« sehr unterschiedliche, vor allem unterschiedlich intensive Praktiken ab. Da gibt es die Zuseherinnen und Zuseher, die Vergnügen an dem Plot finden, die neugierig sind, welche Dinge gezeigt und welche Geschichten erzählt werden, wie die Expertinnen und Experten urteilen, auch aburteilen. Doch – und das macht das Format zur Kult-Serie – sind da auch jene Gruppen, die das Format in Alltagspraktiken jenseits des Zuschauens aufnehmen: diejenigen, die das Format sozusagen anwenden, und diejenigen, die mit dem Format spielen.

Solche performativen Dimensionen der Aneignung[66] deuten sich schon darin an, dass die Veranstaltungen des Senders starken Zulauf haben und sich im Umfeld der Veranstaltungen kleine Gruppen treffen, dass man sich kennt; in einem »Making of …«, das als Videoclip auf die Website zur Serie gestellt ist, wird dieser soziale Effekt des Seriengeschehens aufgegriffen und damit wiederum in die Werbung für das Format übernommen. Die Serie ist in ihrer intertextuellen Präsenz Forum für Sammler, aber auch Sammlerinnen.[67] Mehr noch als die Sendungen selbst, in denen der Begriff Sammler von beiden Seiten, den Gästen wie den Experten, eher vermieden wird, wird dies über das erweiterte mediale Angebot der Website und der Bücher deutlich. »Pflegen, Sammeln, Kaufen« ist ein Hauptkapitel auf der Website, ein Video mit dem Titel »Richtig feilschen auf dem Flohmarkt« gibt entsprechende Hinweise. Auch die mittlerweile vergriffenen Bände zur Serie konzentrieren sich auf Anleitungen zum richtigen Umgang mit Antiquitäten. Veranstaltungen und Sendungen, Website und Bücher werden von Personen und Gruppen genutzt, denen es um das Sammeln geht, die versuchen, ihr Wissen über spezielle Fachgebiete zu ergänzen und zu erweitern. Es steht zu vermuten, dass über diesen Weg die Vorstellungen und Urteile zur Qualität des Alten und Wertvollen, wie sie im Medium vertreten werden,

64 Ebd.
65 Jenkins (2006).
66 Vgl. Peterson (2006).
67 Vgl. Stagl (1998); Hügel (2003).

durchaus zu »praktizierten Wertungen«[68] im Handeln der zunehmend professionellen Sammlerinnen und Sammler werden.

Auf einer zweiten Ebene der Aneignung zeichnet sich die Entgegensetzung ab. Im vor allem auch szenischen Spiel mit dem Format wird genau dieses Merkmal der Serie ironisiert. Auf Youtube lassen sich etwa Videostorys finden,[69] die das Prinzip der Be- und Aburteilung und die Texte und Gesten der Expertinnen und Experten in »Kunst & Krempel« lustvoll ironisieren: Das können kurze Videoclips sein, die dem Augenschein nach mit dem Handy gedreht und mithilfe von Playmobilfiguren realisiert worden sind,[70] aber auch ausführlichere, ehrgeizige Projekte, die das Sammeln thematisieren und deren Position gegenüber der Serie und deren Machart nicht eindeutig ist, sind vertreten.[71] Gleichzeitig stellen Privatsender wie Pro Sieben Ausschnitte aus einer Comedy-Serie auf das Interface MyVideo, die in der Ästhetik von Videoclips bekannte Serien parodieren. Dazu gehört auch die Serie »Kunst & Krempel«; die für die Serie so typischen Szenen zwischen Gästen und Experten lässt man hier in Handgreiflichkeiten ausarten.[72] Etwas subtiler aufgebaut ist ein Video, das auf der offiziellen Website der Serie prominent positioniert ist. Die Hauptfigur, also der Experte, wird von dem Entertainer Harald Schmidt dargestellt, der sich als »Fan« der Serie vorstellt. Auch hier ist es der Habitus der Expertinnen und Experten und sind es die Texte des sicheren Urteils, die ironisiert werden.[73]

Inwieweit mit solchen Videostorys von Konvergenz, nicht nur vom Ineinander alter und neuer Medien, sondern auch der Medienproduktion, durch die Konsumenten gesprochen werden kann, will ich hier nicht entscheiden. Skepsis jedenfalls gegenüber diesem Denkmodell des Medienanthropologen Henry Jenkins scheint mir angebracht.[74] Zumal in der engen Wechselbeziehung zwischen Aktionen und Reaktionen der Fans und der beteiligten Medien schwer auszumachen ist, wer zuerst und zuvorderst bestimmte Spielformen entwickelt und veröffentlicht hat. Statt von Partizipation würde ich zurückhaltender von Praxis der Fans sprechen, als »Fans von etwas, nicht um etwas zu erreichen«[75], von Fans, die sich für sehr unterschiedliche Formate in unterschiedlichen Medien meist auch nur zeitweise begeistern können.

Vielleicht also sind beide Zuschreibungen – Kult im Sinne religiöser Kultformen und Kult im Sinne »expressiver und sichtbarer«[76] Verehrung von Filmen, Serien und

68 Maase (2003) 221.
69 Lange (2008); Woletz (2009).
70 Kunst oder Krempel (2008).
71 Leidenschaft des Sammelns (2009).
72 Switch reloaded (2009).
73 www.br. (2011).
74 Vgl. dazu die kritische Diskussion bei Hepp (2011) 29 f.; Müller (2009) 224 f.
75 Göttlich (2003) 171.
76 Winter (2003) 295.

Stars – im Blick auf die Serie »Kunst & Krempel« zu hoch gegriffen. Vielleicht aber müssen wir diese Begrifflichkeiten und die in ihnen transportierten Wertigkeiten neu überdenken. Einiges spricht dafür, dass wir uns Frömmigkeitsstile, aber auch Medienaneignung als sehr viel beiläufigere Praktiken denken müssen, als wir uns dies bislang vorstellen konnten. Und damit bin ich wieder bei der Analogie angelangt.

BIBLIOGRAFIE

Assmann (2007): A. Assmann, Geschichte im Gedächtnis (München 2007).

Böhme (2006): G. Böhme, Architektur und Atmosphäre (Stuttgart 2006).

Botton (2010): A. de Botton, Airport. Eine Woche in Heathrow (Frankfurt am Main 2010).

Bourdieu (1998a): P. Bourdieu, Das Fernsehstudio und seine Kulissen, in: ders., Über das Fernsehen (Frankfurt am Main 1998) 15–53.

Bourdieu (1998b): P. Bourdieu, Die unsichtbare Struktur und ihre Auswirkungen, in: ders., Über das Fernsehen (Frankfurt am Main 1998) 55–101.

Brückner (2005): W. Brückner, Wort oder Bild? Ein europäischer Antagonismus und seine Folgen, in: H. Gerndt – M. Haibl (Hrsg.), Der Bilderalltag. Perspektiven einer volkskundlichen Bildwissenschaft (Münster – New York – München 2005) 35–48.

Denson (2011): S. Denson, »To be continued …«: Seriality and Serialization in Interdisziplinary Perspective, JLTonline 17. 06. 2011, http://nbn-resolving.de/0222–001729.

Dieterich (2009): C.-M. Dieterich, Viewing Public. Das Publikum im Zeitalter seiner medialen Inszenierbarkeit, in: M. Simon – T. Hengartner – T. Heimerdinger u. a. (Hrsg.), Bilder. Bücher. Bytes. Zur Medialität des Alltags. 36. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Mainz vom 23. bis 26. September 2007 (= Mainzer Beiträge zur Kulturanthropologie, Bd. 3) (Münster – New York – München 2009) 273–282.

Fiske (2011): J. Fiske, Television Culture [2](London – New York 2011).

Franck (1998): G. Franck, Ökonomie der Aufmerksamkeit (München – Wien 1998).

Göttlich (2003): U. Göttlich, Fan, in: H.-O. Hügel (Hrsg.), Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen (Stuttgart – Weimar 2003) 167–172.

Gebhardt – Hepp – Hitzler (2007): W. Gebhardt – A. Hepp – R. Hitzler u. a., Megaparty Glaubensfest. Weltjugendtag: Erlebnis – Medien – Organisation (Wiesbaden 2007).

Gerndt (2010): H. Gerndt, Überlegungen zu einer Theorie visueller Kultur, in: H. Alzheimer – F. G. Rauch – K. Reder (Hrsg.), Bilder – Sachen – Mentalitäten. Arbeitsfelder historischer Kulturwissenschaften. Wolfgang Brückner zum 80. Geburtstag (Regensburg 2010) 427–438.

Hepp (2011): A. Hepp, Medienkultur. Die Kultur mediatisierter Welten (Wiesbaden 2011).

Hickethier (2003): K. Hickethier, Serie, in: H.-O. Hügel (Hrsg.), Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen (Stuttgart – Weimar 2003) 397–403.

Hills (2003): M. Hills, Defining Cult TV. Texts, inter-texts and fan audiences, in: R. A. Allen – A. Hill (Hrsg.), The Television Studies Reader (London – New York 2003) 509–523.

Hörisch (2001): J. Hörisch, Der Sinn und die Sinne. Eine Geschichte der Medien (Frankfurt am Main 2001).

Hügel (1993): H.-O. Hügel, Ästhetische Zweideutigkeit der Unterhaltung. Eine Skizze ihrer Theorie, in: montage/Av 2, 1993, 119–141.

Hügel (2003): H.-O. Hügel, Sammler, in: ders. (Hrsg.), Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen (Stuttgart – Weimar 2003) 385–389.

Jenkins (2006): H. Jenkins, Convergence Culture: Where Old and New Media Collide (New York – London 2006).

Keppler (2006): A. Keppler, Mediale Gegenwart. Eine Theorie des Fernsehens am Beispiel der Darstellung von Gewalt (Frankfurt am Main 2006).

Knoblauch (2009): H. Knoblauch, Populäre Religion. Auf dem Weg in eine spirituelle Gesellschaft (Frankfurt am Main – New York 2009).

Kreimeier (2003): M. Kreimeier, Fernsehen, in: H.-O. Hügel (Hrsg.), Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen (Stuttgart – Weimar 2003) 177–184.

Kreutzner (2003): G. Kreutzner, Publikum, in: H.-O. Hügel (Hrsg.), Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen (Stuttgart – Weimar 2003) 351–359.

Kruse (2004): C. Kruse, Bild- und Medienanthropologie. Eine Perspektive für die Kunstwissenschaft als Bildwissenschaft, in: A. Assmann – U. Gaier – G. Trommsdorff (Hrsg.), Positionen der Kulturanthropologie (Frankfurt am Main 2004) 225–248.

Lange (2008): P. G. Lange, (Mis)Conceptions About YouTube, in: G. Lovink – S. Niederer (Hrsg.), VideoVortexReader. Responses to Youtube (Rotterdam 2008) 87–100.

Löwe-Hampp (2005): G. Löwe-Hampp (Hrsg.), Kunst und Krempel. 3 Bände (München 2005).

Maase (2003): K. Maase, Selbstfeier und Kompensation. Zum Studium der Unterhaltung, in: ders. – B. J. Warneken (Hrsg.), Unterwelten der Kultur. Themen und Theorien der volkskundlichen Kulturwissenschaft (Köln – Weimar – Wien 2003) 219–245.

Mader (2008): E. Mader, Anthropologie der Mythen (Wien 2008).

Mikos (2008): L. Mikos, Film- und Fernsehanalyse [2](Konstanz 2008).

Mittell (2003): J. Mittell, A Cultural Approach to Television Genre Theory, in: R. A. Allen – A. Hill (Hrsg.), The Television Studies Reader (London – New York 2003) 173–181.

Müller (2009): E. Müller, Unterhaltung im Zeitalter der Konvergenz, in: U. Göttlich – S. Porombka (Hrsg.), Die Zweideutigkeit der Unterhaltung. Zugangsweisen zur Populären Kultur (Köln 2009) 220–238.

Nieland (2003): J.-U. Nieland, Infotainment, in: H.-O. Hügel (Hrsg.), Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen (Stuttgart – Weimar 2003) 262–267.

Parr (2001): R. Parr, Blicke auf Spielleiter – strukturfunktionalistisch, interdiskurstheoretisch, normalistisch, in: ders. – M. Thiele (Hrsg.), Gottschalk, Kerner & Co. Funktionen der Telefigur ›Spielleiter‹ zwischen Exzeptionalität und Normalität (Frankfurt am Main 2001) 13–38.

Peterson (2005): M. Peterson, Performing Media: Toward an Ethnography of Intertextuality, in: M. Coman – E. Rothenbuhler (Hrsg.), Media Anthropology (Thousand Oaks – London – New Delhi 2005) 129–138

Pfadenhauer (2010): M. Pfadenhauer, Der Experte, in: S. Moebius – M. Schroer (Hrsg.), Diven, Hacker, Spekulanten. Sozialfiguren der Gegenwart (Frankfurt am Main 2010) 98–107.

Raubkunst (2009): Raubkunst bei »Kunst & Krempel« aufgetaucht, in: Augsburger Allgemeine vom 9. 09. 2009.

Reichertz (2010a): J. Reichertz, Das Fernsehen als Akteur, in: ders., Die Macht der Worte und der Medien [3](Wiesbaden 2010) 15–32.

Reichertz (2010b): J. Reichertz, »Ich könnte schreien vor Glück« oder: Formen des Glücks in Massenmedien, in: ders., Die Macht der Worte und der Medien [3](Wiesbaden 2010) 99–116.

Rutschky (2011): M. Rutschky, Das Erzählen der Zeitungen. Eine Woche im September, in: Merkur 65, 2011, 1116–1125.

Scharfe (2004): M. Scharfe, Über die Religion. Glaube und Zweifel in der Volkskultur (Weimar – Wien 2004).

Sichtermann (1994): B. Sichtermann, Das Ende der Unio Mystica oder: Warum Fernsehen keinen rechten Spaß mehr macht, in: dies., Fernsehen (Berlin 1994) 9–21.

Soeffner (1994): H.-G. Soeffner, Das »Ebenbild« in der Bilderwelt – Religiosität und die Religionen, in: W. M. Sprondel (Hrsg.), Die Objektivität der Ordnungen und ihre kommunikative Konstruktion. Für Thomas Luckmann (Frankfurt am Main) 291–317.

Soentgen (2007): J. Soentgen, Selbstdenken! 20 Praktiken der Philosophie (Weinheim – Basel 2007).

Stagl (1998): J. Stagl, Homo Collector: Zur Anthropologie und Soziologie des Sammelns, in: A. Assmann – M. Gonille – G. Rippl (Hrsg.), Sammler – Bibliophile – Exzentriker (Tübingen 1998) 37–54.

Stehr – Grundmann (2010): N. Stehr – R. Grundmann, Expertenwissen. Die Kultur und die Macht von Experten, Beratern und Rastgebern (Weilerswist 2010).

Ullrich (2006): W. Ullrich, Edle Einfalt und stille Größe. Rituale der Kunstreligion, in: ders., Was war die Kunst? Biographien eines Begriffs [2](Frankfurt am Main 2006) 55–75.

Ullrich (2008): W. Ullrich, Habenwollen. Wie funktioniert die Konsumkultur? (Frankfurt am Main 2008).

Ullrich (2011a): W. Ullrich, Religion gegen Kunstreligion. Zum Kölner Domfensterstreit, in: ders., An die Kunst glauben (Berlin 2011) 15–29.

Ullrich (2011b): W. Ullrich, Autoritäre Bilder. Die zweite Karriere des Triptychons seit dem 19. Jahrhundert, in: ders., An die Kunst glauben (Berlin 2011) 114–128.

Winter (2003): R. Winter, Kult, in: H.-O. Hügel (Hrsg.), Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen (Stuttgart – Weimar 2003) 295–299.

Winter (2006): R. Winter, Cultural Studies, in: R. Ayaß – J. Bergmann (Hrsg.), Qualitative Methoden der Medienforschung (Reinbek bei Hamburg 2006) 423–434.

Woletz (2009): Digitale Videostories: Mediale Selbstbefähigung oder 15 Minuten Ruhm?, in: M. Simon – T. Hengartner – T. Heimerdinger u. a. (Hrsg.), Bilder. Bücher. Bytes. Zur Medialität des Alltags. 36. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Mainz vom 23.

bis 26. September 2007 (= Mainzer Beiträge zur Kulturanthropologie, Bd. 3) (Münster – New York – München 2009) 249–254.

INTERNET

WWW.BR.DE (2011): www.br.de/fernsehen/bayerisches-fernsehen/sendungen/kunst- und krempel/index.html (am 18. 12. 2011).

WWW.PBS.ORG (2012): www.pbs.org/wgbh/roadshow (am 03. 01. 2012).

WWW.WIKIPEDIA.ORG (2012): http://de.wikipedia.org http://de.wikipedia.org/wiki/Kunst_und_Krempel (am 06. 01. 2012)

WWW.3SAT.DE (2012): http://www.3sat.de/page/?source=/Ard/132728/index.html (am 04. 01. 2012).

KUNST ODER KREMPEL (2008): http://www.youtube.com/watch?v=qiXVFUT8WQs Klaus Standke 2008 (am 01. 02. 2012).

LEIDENSCHAFT DES SAMMELNS (2009): Ein Film von Philipp Roth, 25. 12. 2009, http://www.youtube.com/watch?v=4Y2qGjKgaFw (am 01. 02. 2012).

SWITCH RELOADED (2009): www.myvideo.de/watch/6678421/switch_reloaded_voom_07_07_2009_kunst_krempel (am 01. 02. 2012).