

Christina Oberst-Hundt: Fernsehen macht Geschichte – Vergangenheit als TV-Ereignis

Beitrag aus Heft »2008/03: Lebenswelt Netz«

Historische Themen, vor allem der jüngeren Geschichte, entwickeln sich zunehmend zu TV-Quoten-Highlights. Das gilt vor allem für sogenannte Eventfilme im öffentlich-rechtlichen wie kommerziellen Fernsehen. Zuletzt erreichte Die Jacht Gustloff (ZDF) über acht Millionen Zuschauer und Zuschauerinnen, im vergangenen Jahr waren es Die Flucht (ARD/Arte) und Die Frau vom Checkpoint Charlie (ARD), die sich 10,66 Millionen, bzw. zehn Millionen Menschen anschauten. Aber auch die Filme Contergan (ZDF) und Tarragona (RTL) brachten es auf über sieben und fünf Millionen Zuschauer. Der Flucht gelang sogar der Sprung in die ansonsten von sportlichen Großereignissen dominierte Quoten-Top Ten 2007. Dokumentationen, Dokudramen und living history erreichen ebenfalls ein großes Publikum. Guido Knopps Produktionen Hitlers Helfer (ZDF) sahen schon 1998 bis zu acht Millionen Menschen. „Historische Stoffe sind populär wie nie zuvor in der deutschen Fernsehgeschichte“, heißt es in der Einladung zu den letzten Tutzingen Medientagen mit dem beziehungsreichen Titel Fernsehen macht Geschichte. Wobei „macht“ durchaus auch groß geschrieben werden darf, denn wenn das Medium Geschichte „macht“, kann es auch Macht entfalten, zumal es in vielen dieser Filme und Sendungen nicht (nur) um Information und Bildung, sondern auch um Unterhaltung, Spannung, Emotion und letztlich auch Vergewisserung und Deutung von Vergangenem geht, die bei den Rezipientinnen und Rezipienten Wirkung erzielen (können). Zum Beispiel die Klippe umschiffen zu müssen, auch nur den Anschein von Revanchismus bei Stoffen wie Dresden (in der Bombennacht am 13. Februar 1943) oder Die Flucht (aus Ostpreußen vor der anrückenden Roten Armee) zu erwecken, war den anwesenden Verantwortlichen für diese Produktionen, wie Drehbuchautorin Gabriela Sperl betonte, sehr wohl bewusst. Aber ist diese Sensibilität durchweg gegeben? Worin liegt der Erfolg solcher Produktionen? Weil sie Anhaltspunkte im kollektiven Gedächtnis haben? Oder wirken sie auf das kollektive Gedächtnis ein, verändern sie es? Pflegen sie eine ‚Erinnerungskultur‘ oder schaffen sie neue ‚Erinnerungen‘? Können sie ein defizitäres Geschichtsbewusstsein aufbrechen? Oder schaffen sie überhaupt erst ein Bewusstsein für Vergangenes? Fragen, die nicht zuletzt für die Jüngeren, die bei zeitgeschichtlichen Themen weitgehend nicht oder kaum auf persönliches Erleben zurückblicken können, relevant sind. Gerade aber in diesen Generationen konnten die massenattraktiven Eventfilme punkten. Sie erreichen viele Unter-50-Jährige und auch die sonst eher die kommerziellen Angebote nutzenden ganz Jungen.

„Die ideale Geschichtssendung gibt es nicht!“ oder: Wie authentisch ist das Historische?

„Authentizität ist das Schlüsselwort für den erfolgreichen historischen Film der Gegenwart“, betonte Prof. Rainer Wirtz, Historiker und Soziologe mit dem Schwerpunkt ‚Geschichte in Medien‘ an der Universität Konstanz. Aber was ist ‚Authentizität‘? Mit den neuen Produktionen vollzieht sich, so Wirtz, ein Bedeutungswandel des Begriffs. Nicht mehr das strikte Festhalten an dokumentarisch gesichertem, auf Zeiteugenschaft basierendem Material ist ausschlaggebend, Authentizität werde „wie das Wetter zunehmend gefühlt“ und lässt sich heute sogar steigern. Der Untergang zum Beispiel wurde damit beworben, dass er „authentischer als alle vorherigen Filme zum Thema“ sei. „Superauthentisch“ oder „echt authentisch“ sind weitere Etappen dieser Begriffsdehnung, die kaum problematisiert wird. Der Rechtsstreit um den Conterganfilm im ZDF, den die Firma Grünenthal angestrengt hatte, machte, wie Wirtz darlegte, deutlich, dass der Film „seine eigene Wahrheit konstituiert mit der Konsequenz, dass in

Bezug auf Authentizität zwischen innerer und äußerer unterschieden werden kann. Die innere fragt nach der Stimmigkeit eines historischen Films jenseits aller Beglaubigungsstrategien, während die äußere alle Anstrengungen unternimmt, dass ein Film faktengerecht produziert wird.“ Mitunter gehe es allerdings lediglich „um die Aufrechterhaltung der Illusion von Authentizität, damit die Zuschauer in ihren Erwartungen von Antike“ – so im SAT.1-Schliemann-Film – „nicht enttäuscht werden“. Ebenso musste, vorrangig aus Quotengründen, ein hoher Wiedererkennungs- und Sympathiewert des Hauptdarstellers Heino Ferch, bekannt aus weiteren insbesondere SAT.1-Event-Filmen, erreicht werden zulasten von Authentizitätskriterien. Anders die Authentizitätserwartungen des Publikums beim Zweiteiler Die Flucht: Der Zug von 600 Statisten über das vereiste Haff lasse „Bilder wieder auferstehen, die im Fundus kollektiver Erinnerung ohnehin vorhanden sind“. Der historische Event-Film könne so als „Augen- und Türöffner für das kollektive Gedächtnis“ fungieren, die filmischen Erinnerungstopoi – oder auch „Bild-Ikonen“ – könnten, so Wirtz, die realen aber auch überlagern, „weil sie sich doch so ähneln, um nicht zu sagen, sogar authentischer erscheinen.“ „Die ideale Geschichtssendung gibt es nicht!“ resümierte Wirtz in der anschließenden Diskussion. „Bildikonen, die wir in uns tragen, wie das vor Napalm wegrennende vietnamesische Mädchen, werden ersetzt“, durch Superauthentisches? Er plädiert für mehr qualitative Studien zur Rezeption von Geschichtssendungen und im Umgang mit historischen Stoffen, dafür, „Multiperspektivität“ einzufordern, „weil sie wichtig ist, um sich Wahrheit anzueignen!“ „Nichts ist so groß wie Geschichte, die das Leben schreibt!“

Trailer nur für Einschaltimpuls, Verkauf und Quote?

In seiner „Zeitreise“ zum historischen Eventfilm weitgehend anhand ihrer Werbetrailer, sparte der Medienfachjournalist Tilman P. Gangloff nicht mit kritischen Anmerkungen: „Wenn das Fernsehen viel Geld ausgibt, um große Geschichte zu verfilmen, ist ihm jedes Mittel recht, um ein angemessen großes Publikum zu erzielen“. Oder: „Puristen“ gehe es „um Werte wie Wahrhaftigkeit, Authentizität, Seriosität. Sender aber denken anders. Produzenten erst recht.“ Bei diesen Kampagnen für Einschaltimpulse gehe es nicht „um hehre Ansprüche, sondern um knallharte kaufmännische Aspekte“. Erfunden habe „diese Art von Fernsehen“ die Firma teamWorx, durch deren Produktionen „sich die „Emotionalisierung der Stoffe wie ein Ariadne-Faden“ ziehe. Garantinnen für Erfolg seien „mittlerweile fast immer starke, moderne weibliche Figuren“, die aus kommerzieller Sicht ein weibliches Publikum ansprechen (sollen), da sie es in der Regel seien, die den Haushalt führten und „für die Einkäufe zuständig sind“. Beleg dafür: die relativ niedrigen Quoten der Pamir (ARD). Dort gab es nur männliche Hauptrollen. Filme wie Die Gustloff schafften es, „einen eminent politischen Stoff so lange zu verwässern, bis er völlig unpolitisch geworden ist.“ Die Kritik der Angesprochenen blieb nicht aus. Wie andere wandte sich Hans Janke (ZDF) dagegen, die Kritik an „Verkaufstrailern“ festzumachen und kritisierte den „Gestus einer maliziösen Herablassung, die im Interesse eines kritischen Umgangs mit den Filmen nicht gerechtfertigt ist.“ Michael André (WDR) vermisste einen „analytischen Ansatz“ und die Produzentin Ariane Krampe wies auf die „Chance zur Schaffung von Geschichtsbewusstsein“ hin, die solche Filme böten. Warum aber müssen Trailer – auch im öffentlich-rechtlichen Fernsehen (dessen Programmleistungen ja schon durch das grassierende Sponsoring negiert werden) – als derartige Aufreißer daherkommen, wird in ihnen doch eher das, worum es den Macherinnen und Machern der Filme eigentlich geht, konterkariert, nämlich vergangene Wirklichkeit nachzuzeichnen, um für historische Wahrheit den Blick zu öffnen.

Dennoch: Auf die Frage aus dem Publikum, ob es einen Unterschied mache, für Öffentlich-Rechtliche oder Private

zu produzieren, kam die Antwort, dass dies „diametral anders“ sei. Bei den Öffentlich-Rechtlichen gehe es „sehr viel angstfreier und akademischer im positiven Sinne“ zu, bei den Privaten mache sich sofort der Quotendruck bemerkbar, der einen „ganz anderen Auftrag“ zur Folge habe. Aus Schliemann zum Beispiel werde dann eben lediglich „eine spannende, die Leute unterhaltende Geschichte, in der ein Schatz gesucht wird“.

Großereignisse im Dokumentarfilm. Neue Wege der Aufarbeitung von Vergangenem

Einen anderen, sehr unterschiedlichen Umgang mit historischen Großereignissen pflegen Dokumentarformate, wie Claudia Wick in einem Überblick nachwies. Die Beschäftigung mit dem Holocaust bestimmte die Dokumentationen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens von Beginn an. Hier gehöre für sie Eberhard Fechners Der Prozess zu den wichtigsten Dokumentationen des Deutschen Fernsehens überhaupt. Für Dokumentationen über die NS-Zeit war das Medium Fernsehen aber weitgehend nur auf Propagandamaterial, Zeitzeugen oder abgefilmte Aktennotizen angewiesen, während später, beim Deutschen Herbst zum Beispiel, das Nachrichtenfernsehen immer vor Ort sein konnte. Material in Sendequalität also heute reichhaltig vorliegt. Breloers Todesspiel (1997) schaffte Neues durch Verbindung von Rekonstruktionen der politischen Ereignisse, Täter- und Opfer-Befragungen mit Reenactments, die erstmals Eindrücke aus der entführten Landshut, dem Hochsicherheitstrakt in Stammheim und dem Krisenstab in Bonn vermittelten. Heute gibt es neue Ansätze, den Deutschen Herbst aufzuarbeiten und zwar durch aussöhnende Fernsehgespräche zwischen ehemaligen Terroristen und Angehörigen ihrer Opfer. Die „schwierige Doppelrolle der Medien „als Zeitzeuge und Akteur“ während des Deutschen Herbstes wurde lange Zeit nicht thematisiert. Allerdings konnte Wick eine „Dokumentation entdecken“, die „schonungslos die eigene Verstrickung“ vermittelt: einen unkommentierten Zusammenschnitt aller Tagesschau-Ausgaben zwischen dem 5. September und dem 8. Oktober 1977. Die mediale Aufarbeitung der Deutschen Einheit dient, so Wick, vor allem dazu, „die emotionale Erinnerung an das vermeintliche ‚Wunder von Berlin‘ in den Köpfen der Zuschauer wachzuhalten – bzw. sie überhaupt erst zum dramatischen Ereignis zu formen“. Denn in der Spiegel-TV-Dokumentation Der Fall der Mauer sahen die Ereignisse „sehr viel weniger erhaben“ aus, zumal hier auch deutlich wird, dass die Massen sich auffällig anders – lauter, aktiver – verhalten, wenn sie die Scheinwerfer von Fernsehkameras auf sich gerichtet spüren.

Die 68er-Bewegung, kein Großereignis?

Auffällig war, dass es in Tutzing keinerlei Berücksichtigung der 68er-Bewegung gab. Möglicherweise deshalb, weil es deren bildmediale Aufarbeitung bisher kaum gibt. Dabei gehören solche Bilder, wie die sich über den durch einen Polizeischuss todwunden Benno Ohnesorg beugende Friederike Hausmann vom 2. Juni 1967 oder der am 10. April 1968 vom Fahrrad geschossene Rudi Dutschke ebenfalls zu den Bild-Ikonen, „die wir in uns tragen“ und nicht verdrängen lassen dürfen. Im literarischen Bereich gibt es bereits wichtige Initiativen zur Erinnerung und Nacharbeitung, zum Beispiel die Suhrkamp-Reihe 1968 mit Textdokumenten und dazugehörigen DVDs, oder Uwe Timms Rekonstruktion seiner Freundschaft mit Benno Ohnesorg: Der Freund und der Fremde, dazu auch eine TV-Dokumentation (rbb), ausgestrahlt im April 2008. Es gab eben nicht nur die sexuelle Revolution, wie die derzeitige umfangreiche mediale Beschäftigung mit Uschi Obermaier und der Berliner Kommune 1 anlässlich des 40. Jubiläums suggeriert, sondern alle gesellschaftlichen Bereiche, einschließlich sämtlicher Fachrichtungen, die es an Universitäten gibt, wurden in den Blick genommen und der Kritik, die in vielfältigen Aktionen ihren Ausdruck fand, unterzogen. Auch die Medien! „Enteignet Springer!“ war eine der Großkampagnen der 68er und 68erinnen und

nicht zuletzt das Bayerische Volksbegehren Rundfunkfreiheit von 1972 hat seine Wurzeln in der 68er-Bewegung. Zeit also, eine Lücke zu schließen.

3 Anmerkungen

1 Zum Beispiel erreichte Dresden (ZDF) über zwölf Millionen Zuschauende, davon über vier Millionen 14-49-Jährige. Die Flucht Teil 1 (ARD) erreichte in dieser Altersgruppe 3,03 Millionen Zuschauende, trotz des jugendaffinen Konkurrenzangebots auf ProSieben Findet Nemo mit 3,68 Millionen Zuschauenden bis 49 Jahren

2 ZDF-Trailer für den Gustloff-Zweiteiler

3 Eine Dokumentation der in Tutzing gehaltenen Referate in epd medien 26 v. 02.04.2008