

Akzent: Der Fernsehboom

Die endlose Homestory

DIE MEDIENREDAKTORIN DES BERNER "BUND" HAT DAS PROGRAMM "TELE24" DES ZÜRCHERS ROGER SCHAWINSKI UNTER DIE LUPE GENOMMEN. IHR BEFUND: DAS PROGRAMM MIT DEM SLOGAN "100 PROZENT SCHWEIZER QUALITÄT" BIETET VOR ALLEM POSTMODERNE GEFÜHLSWELTEN UND LIFESTYLE NACH ZÜRCHER ART.

Catherine Aeschbacher

Roger Schawinski ist ein Siegertyp. Er hat den Privatradios in der Schweiz zum Durchbruch verholfen. Er hat den ersten privaten sprachregionalen Fernsehsender in diesem Land aufgebaut. Für seinen Pioniergeist wurde er mehrfach ausgezeichnet. Dass er viele Erfolge durch Druck, durch Umgehen und Umbiegen der bestehenden Gesetze erzielte, wurde in den Laudationes schamhaft verschwiegen oder als Kampf Davids gegen Goliath dargestellt. Ob all den Auseinandersetzungen um Konzessionen, Werbe-regeln und -gelder bleibt eine Frage meist unbeantwortet. Nicht zuletzt, weil sie kaum je gestellt wird: Welchen Sinn und Zweck haben Medien eigentlich? Haben sie, abgesehen von der kommerziellen Kommunikation und von der Schaffung einiger Arbeitsplätze, eine weiterführende Bestimmung? Diese Grundsatzfrage einzig am Beispiel von Tele24 zu erörtern, wäre ungerecht. Tele24 ist aber das am meisten dem Zeitgeist verpflichtete Fernsehen in der Schweiz. Es kann als Fallbeispiel dienen, um zu zeigen, was wohl von TV3 (wenn auch in andern Dimensionen) zu erwarten ist. Um Tele24 zu charakterisieren, habe ich drei Thesen aufgestellt.

THESE 1: TELE24 IST EIN POSTMODERNES MEDIUM

Tele24 ist ein neues, ein postmodernes Medium. Es ist, weil es ist, nicht um etwas zu bewegen. Dies im Gegensatz zu den im letzten Jahrhundert gegründeten Zeitungen, die als Kampfblätter politischer Parteien dienten. Und ebenfalls im Gegensatz zu den SRG-Medien, die aufgrund der

Konzession bis heute einem – wenn auch zunehmend nebulösen – Informations- und Bildungsauftrag verpflichtet sind. Tele24 ist ein Sender des *anything goes*, wo Werte unhinterfragt nebeneinander stehen, wo am Sonntag das verteufelt wird, was man werktags problemlos zelebriert. Zu der modernen Gefühlswelt gehört die Entpolitisierung der Gesellschaft und ihre gleichzeitige Privatisierung. Bei Tele24 sind meist alle per Du. Unbekannte Zuschauerinnen und Zuschauer werden für den Moderator von "Bistro" zu Hanni aus Dielsdorf oder Franco aus Kloten. Das scheinbar persönliche Du, von den Lokalradios übernommen, ist Zeichen ungezwungener Jugendlichkeit, Signal einer grossen, wenn auch anonymen "Familie im Geiste". Aufgestellt, locker und funorientiert kommt der Sender daher. Das Sprachrohr einer konsumfreudigen Schicht urbaner Singles, die im "SwissDate" auf ebensolche zu treffen hoffen.

Die Probleme der Welt werden den notorischen Partygängern nur in homöopathischen Dosen zugemutet. Katastrophen ausgenommen, denn da läuft schliesslich etwas. Nach Belieben kann der Betroffenheitsschalter gekippt werden, dann sammelt man für die Opfer des Hurricans Mitch oder berichtet aus dem Lawinenbunker im Glarnerland. Doch das Interesse ist ebenso punktuell wie flüchtig. Hintergründe und Zusammenhänge werden meist ausgeblendet. Politiker interessieren genauso wie Künstler oder Unternehmer in erster Linie als Privatmenschen. Was eine Bundesratskandidatin zur Kapitalgewinnsteuer, zu

Umweltfragen oder zur Zukunft der Sozialversicherungen denkt, ist uninteressant angesichts der Frage, wer bei ihr zu Hause den Einkauf besorgt.

THESE 2: TELE24 IST EIN ZÜRCHER PROVINZSENDER MIT EINEM DEUTSCHSCHWEIZERISCHEN VERBREITUNGSGEBIET “Für Tele24 aus...” diese Formel ist seit vergangenen Herbst fester Bestandteil des schweizerischen Fernsehalltags. Sie tönt sowohl weltläufig als auch wichtig: “Für CNN aus Beirut...”, “unser Mann in Havanna...”. Doch was hier allabendlich im Tele24-Logo in Gold gegossen wird, ist selten hochkarätig. Meist kommt es eher provinziell daher, mehr Embrach als Havanna.

In den Nachrichtensendungen wird alles ein wenig abgedeckt, aber es erfolgt nirgends eine Vertiefung. Konnte man in den ersten “SwissNews” und “SwissInfos” jeweils am Abend das sehen, was man am Morgen im “Blick” hatte lesen können, ist nun eine Verschiebung hin zum Seriösen auszumachen. Sowohl inhaltlich wie handwerklich liegen die Informationssendungen aber weit hinter denen von SF DRS zurück. Die mit Kameras bewaffneten Ein-Personen-Berichterstatter verleihen dem Sender immer noch den Hauch von idealistischem Dilettantismus, der schlecht mit der Professionalität eines Roger Schawinski oder Hugo Bigi zusammengeht.

Eines muss man Tele24 aber lassen: die Truppe ist schnell. Das hat die Explosion im Bern Nordringquartier im November 1998 deutlich gezeigt. Der Berner Korrespondent von Tele24 berichtete bereits während mehr als einer Stunde von dem Unglück, als die Berner Kollegen endlich am Ort des Geschehens eintrafen.

Doch wenn in Bern kein Unglück geschieht, kommen weder Stadt noch Kanton auf Tele24 vor. Das gilt übrigens auch für alle andern Deutschschweizer Kantone mit Ausnahme Zürichs. Doch nicht nur die Absenz einer gesamtschweizerischen Sicht macht Tele24 zu einem Zürcher Sender. Auffällig ist die Prägung auch in den unterhaltenen Sendungen. In “Lifestyle” oder in “Swissdate” etwa wird ein Lebensstil demonstriert, der mit der Alltagsrealität in Trachselwald oder Aarberg wenig gemein hat. Welcher Emmentaler, welche Seeländerin käme schon auf die Idee, sich ins Zürcher Seefeld aufzumachen, um einen Deziliter handgepresstes Kaktusöl zu erstehen oder bei einem Designergeschäft eine Handtasche aus zerfaserten Eierkartons zu kaufen? Die ländliche Schweiz kommt auf Tele24 kaum vor; Katastrophen sind die Ausnahmen (siehe oben). Doch auch das urbane Leben beispielsweise Berns ist nur schwach vertreten. Tele24 ist noch immer

sehr stark auf Zürich ausgerichtet. Das genuin Schweizerische beschränkt sich auf den Dialekt, der selbst in den Nachrichtensendungen gesprochen wird. Und hiermit begibt sich der Sender freiwillig in die Provinzliga.

THESE 3: TELE24 IST EIN BOULEVARDMEDIUM

Tele24 ist eine Ergänzung zu den bestehenden Programmen, aber kein Muss. Tele24 ist ein Sender zum Flanieren, zum kurzen Hineinschauen, um vielleicht da oder dort stehen zu bleiben. Die Sendungen sind leichte Kost. Ob “Talk täglich” oder die 24-Minuten-Reportage – nichts liegt schwer auf. Wer die Homestories der “Schweizer Illustrierten” gerne in bewegten Bildern konsumieren möchte, ist hier an der richtigen Adresse. Männer mit ihren Kleinkindern beim Spielen (vorzugsweise im Badezimmer), Frauen samt Haustieren – alles, was das Herz bewegt und beweist, dass die Porträtierten das Gemüt auf dem rechten Fleck haben. Dazu natürlich viel lokale oder sprachregionale Prominenz, Schmuserocker und Schönheitsköniginnen, zwischendurch auch einmal die Bundespräsidentin. Wer momentan im Gespräch ist, kommt auch in Tele24 vor.

Obleich hin und wieder die Grundregeln journalistischen Handwerks verletzt werden, ist Tele24 kein Schmutzsender. Sex and Crime bringen zwar auch hier Quoten, doch der Profi Schawinski hat erkannt, dass allzuviel nicht nur dem Ruf abträglich ist. Zumal, wenn man mit dem Gebührentopf liebäugelt.

Stellt sich nun die Frage, ob ein dermassen dem aktuellen Zeitgeist verpflichtetes Konzept flexibel genug ist, Änderungen des Zeitgeistes innert nützlicher Frist nachzuvollziehen. Ausserdem erwächst Tele 24 durch TV3 eine äusserst potente Konkurrenz. Tele 24 wird sich also bemühen müssen, sich ein unverwechselbares Profil zu schaffen, damit es unverzichtbar wird.