

Das Fernseharchiv

# Der Fall: 40 Jahre Privat- fernsehen

TEXT: CHRISTIAN RICHTER

**„Wir dürfen nicht in Gefahren hineintaumeln, die akuter und gefährlicher sind als die Kernenergie.“<sup>1</sup>**

Bundeskanzler Helmut Schmidt (SPD) ließ am 26. September 1979 auf der Kabinettsitzung im Kanzleramt keinen Zweifel daran, dass er der Einführung eines kommerziellen Rundfunks skeptisch gegenübersteht. Für ihn war klar, dass die Überflutung der Bevölkerung mit privaten Kabel- oder Satellitenprogrammen zu einer Veränderung der „Strukturen der demokratischen

Gesellschaft“ (ebd.) führen würde. Sein Justizminister und Parteikollege Hans-Jochen Vogel pflichtete ihm bei: „Ich kann mir nichts Gefährlicheres für die Familie vorstellen.“ Schließlich würden zu viele Krimis, Quizsendungen und Shows die Menschen „muffig und sprachlos“ machen (ebd.). Die Vorbehalte innerhalb der SPD gegenüber kommerziellen Rundfunkangeboten führten letztlich dazu, dass die vier Kabelpilotprojekte und die bereits beschlossene Verkabelung von elf Großstädten auf Eis gelegt wurden. Gleichzeitig verweigerte die saarländische Landesregierung der „Freien Rundfunk AG in Gründung“ (FRAG) die Konzession für ihr geplantes Fernsehprogramm, obwohl ein Landesgesetz dies faktisch zuließ. Als Begründung hieß es, dass „wegen der zu erwartenden Verluste an Werbeeinnahmen“ die Genehmigung eines Mitbewerbers „den Saarländischen Rundfunk in ernste Existenzschwierigkeiten bringen könnte“ (BVerfG 1981).

Die Entscheidung der CDU-geführten saarländischen Landesregierung war insofern überraschend, als die CDU/CSU der Einführung eines kommerziellen Rundfunks eigentlich positiv gegenüberstand. Ihre Hoffnung lag darin, die nicht staatlichen Anbieter inhaltlich an das konservative Lager binden zu können, um ein Gegengewicht zum als links empfundenen „Rotfunk“ der öffentlich-rechtlichen Anstalten aufzubauen. Insbesondere Helmut Kohl setzte sich vehement für eine Einführung ein. Als er 1982 zum Bundeskanzler gewählt wurde, reaktivierte er kurzerhand die Kabelpilotprojekte und trieb sie energisch voran. Zuvor hatte das Bundesverfassungsgericht bereits die saarländische Entscheidung für unwirksam erklärt und den Weg für die Gründung von privaten Anbietern auch rechtlich geebnet.

So kam es, dass am 1. Januar 1984 im Ludwigshafener Kabelfernsehen der erste kommerzielle Sender PKS

seinen Betrieb aufnahm. Einen Tag später folgte das deutschsprachige Fernsehprogramm des luxemburgischen Radiosenders Radio Télévision Luxembourg, das den Namen RTLplus trug.

### Auf der Suche nach Empfang

Die befürchtete Überflutung mit privaten Angeboten lag anfangs noch in großer Ferne. Zum Start war der Sender PKS ausschließlich im Kabelnetz von Ludwigshafen und damit für rund 2.600 Haushalte zu empfangen. Mitbewerber RTLplus wurde zuerst nur über den Sendemast Düdelingen in Luxemburg ausgestrahlt, dessen Reichweite gerade 130 km nach Deutschland hineinragte und so etwa 200.000 Haushalte im Raum Trier erreichte. Die Einspeisung in andere Kabelpilotprojekte gelang PKS (jetzt Sat.1) und RTLplus erst ein Jahr später. Außerdem erhielten beide ihre Frequenzen auf einem nicht besonders leistungsstarken Satelliten. Dies ermöglichte etwa RTLplus, die Reichweite im Jahr 1986 auf etwa 1,25 Mio. Haushalte auszubauen.

Der eigentliche Kampf entbrannte um die terrestrischen Frequenzen, die in den meisten Gebieten die einzigen Empfangsquellen darstellten. Die Entscheidung, welcher Anbieter in welcher Region einen Platz auf einem Sendemast zugesprochen bekam, war ein harter Wettbewerb und nicht selten ein Politikum. In einigen Ländern war an die Vergabe einer Frequenz sogar die Schaffung von Regionalfernsehn gekoppelt, die durch Drittanbieter bespielt werden mussten. Um als deutsches Unternehmen mehr Sendeplätze beantragen zu können, verlegte RTLplus seinen Standort im Jahr 1988 schließlich von Luxemburg nach Köln. Trotzdem dauerte es bis zum Beginn der 1990er-Jahre, bis der Sender tatsächlich von allen Menschen im nun vereinten Deutschland empfangen werden konnte.

### PKS/Sat.1: Aller Anfang ist schwer

Das Bundesverfassungsgericht machte für die Zulassung von privatrechtlichem Fernsehen das Abbilden einer Meinungsvielfalt zu einer zwingenden Voraussetzung. Um einen zu dominanten Einfluss (und eine Machtkonzentration) einzelner Firmen zu verhindern, mussten sich die neuen TV-Veranstalter daher jeweils aus verschiedenen Anteilseignern zusammensetzen. Für das Betreiben des Senders PKS (Programmgesellschaft für Kabel- und Satellitenrundfunk) schlossen sich daraufhin knapp ein Dutzend Verlage zusammen. Unter ihnen waren der Axel Springer Verlag, der Bauer Verlag, der Burda Verlag, der Otto Maier Verlag aus Ravensburg sowie das APF (Aktuelles-Presse-Fernsehen), in dem 126 weitere Zeitungsverleger vereinigt waren. Sie witterten die Chance, ihre Printangebote auf den Bildschirm verlängern und dem mächtigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk etwas entgegenzusetzen zu können.

Größter Anteilseigner und somit indirekter Lenker war allerdings der Filmhändler Leo Kirch, der über ein Archiv von rund 15.000 Spielfilmen und 50.000 Serienepisoden verfügte, die dem Sender zur Verfügung standen und anfangs rund 60 % des Programms befüllten. Der Haken daran war, dass die Titel (z.B. *Raum-schiff Enterprise* [USA, 1966–1969] oder *Die Leute von der Shiloh Ranch* [USA, 1962–1971]) größtenteils zuvor bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten zu sehen gewesen waren. Dadurch fehlten dem Kanal oft ein innovativer Auftritt und eine klare Positionierung als Alternative zu ARD und ZDF.

Eine weitere Herausforderung bestand darin, dass die beteiligten Verlage auf prominente Sendeplätze für ihre in Eigenregie hergestellten anspruchsvollen, aber meist unkommerziellen Informationssendungen bestanden. Deshalb fanden sich zu Beginn im Abendprogramm noch

viele sperrige Talkshows, spröde Kulturbeiträge, trockene Börsenberichte sowie ein schwerfälliges Literaturmagazin. Die Zeitungsverlage lieferten mit *APF-Blick* (1985–1986) täglich mehrere Nachrichtenblöcke sowie eine 45-minütige Hauptausgabe, deren Ausstrahlung täglich um 21:30 Uhr vereinbart wurde. „Wir saßen in Ludwigshafen, später in Mainz und waren eine reine Betriebsgesellschaft, die die Zulieferungen der zehn Gesellschafter zu koordinieren hatte“, gestand Jürgen Doetz, der ehemalige Geschäftsführer von PKS/Sat.1, später in einem Interview (Lückerath/Zarges 2013). Es dauerte eine gewisse Zeit, bis sich die verschiedenen Interessen in Einklang bringen lassen, wodurch sich der Schwerpunkt stärker auf Unterhaltung verlagerte.

Eine entscheidende Wende brachte die Premiere der Gameshow *Glücksrad* (seit 1988), die mit ihrem einfachen Spielprinzip ein breites Publikum begeisterte. Durch ihren täglichen Rhythmus trug sie zudem zu einer verlässlichen Struktur am Vorabend bei. Die enge Verzahnung von Unterhaltung und Produktplatzierung sorgte ferner für hohe Einnahmen, die dem nach wie vor defizitären Unternehmen nötige Investitionen für den Ausbau ermöglichten.

### **RTLplus: Alles muss anders**

Im Gegensatz zu Sat.1 wies RTLplus eine schlankere Unternehmensstruktur auf, die sich im Wesentlichen die Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion (CLT) und der Bertelsmann Verlag teilten. Dies ermöglichte es Helmut Thoma, als Geschäftsführer deutlich freier zu agieren als sein Kollege bei Sat.1. Dafür hatte er kein großes Filmarchiv in der Hinterhand. Eher im Gegenteil, denn Leo Kirch weigerte sich sogar, seine Filme an die Konkurrenz aus Luxemburg zu verkaufen. Dadurch war man gezwungen, große Teile des Programms selbst zu

produzieren. Angesichts eines noch schmalen Budgets, so erinnerte sich Thoma später, blieb allein, „erfrischend anders zu sein, manchmal auch erschreckend anders – aber eben anders. Und dieses ‚anders‘ hat sehr viel bewirkt“ (ebd.).

In seinen Anfangszeiten setzte RTLplus sehr viel stärker als Sat.1 auf Klamauf, Lautstärke und Provokation, um aufzufallen, um „bemerkt zu werden“, um jenes „andere Fernsehen“ zu liefern (Thoma, zitiert nach Juppe 1997, S. 42). In der Nachrichtenshow *7 vor 7* (1984–1988) präsentierte das Team um Hans Meiser „besonders saloppe Vorträge des Tagesgeschehens“ und verpackte die Meldungen meist in eine „heitere Darbietung“ (Der Spiegel 1984). Derweil veranstalteten Hugo Egon Balder und Hella von Sinnen in *Alles Nichts Oder?!* (1988–1992) bunte Kindergeburtstage in schrägen Kostümen und schmissen sich Torten ins Gesicht. Während Moderator Karl Dall in *Dall-As* (1985–1991) seine Gäste regelmäßig beleidigte, hetzten die Redaktionen der Krawallformate *Explosiv – Der heiße Stuhl* (1989–1994) und *A.T. – Die andere Talkshow* (1989–1990) konträre Meinungen gezielt aufeinander, damit sich deren Differenzen in lautstarken Wortgefechten entluden. Die Reality-Reihen *Auf Leben und Tod* (1992–1993) und *Notruf* (1992–2006) zeigten drastische Bilder von Unglücksfällen, in *Tutti Frutti* (1990–1993) oder den zahllosen „Lederhosen“-Sexfilmchen gab es nackte Brüste und plumpes Gerammel zu begaffen. Angesichts solcher Entwicklungen sahen sich die anfänglichen Skeptiker:innen in all ihren Vorbehalten bald bestätigt.

### **Es geht auch brav und konservativ**

Doch das Privatfernsehen zeigte sich nicht bloß bunt, frivol und skandalös. Ein Großteil des Portfolios kam äußerst konventionell und öffentlich-rechtlich bieder daher. Dazu gehörten Produktionen wie *Die*

*Heimatmelodie* (RTLplus, 1985–1994), *Die goldene Hitparade der Volksmusik* (Sat.1, 1992–1993), *Von Herz zu Herz* (Sat.1, 1991) oder *Hallo Heino* (Sat.1, 1992), in denen volkstümliches Liedgut vor heimeligen Kulissen vorgetragen wurde. Durch die Shows führten mit Maria und Margot Hellwig, Marianne und Michael, Ramona Leiß oder Heino bekannte Gesichter, die nie im Verdacht standen, besonders jugendlich oder unangepasst zu sein. Gleichzeitig lieferte Peter Steiner seine bayrischen Bauernschwänke zunächst an Sat.1 und RTLplus, bevor er ab 1992 mit gleich drei wöchentlichen Formaten (u. a. *Peter Steiners Theaterstadl* [1986–2006] und *Zum Stanglwirt* [1993–1995]) das Wochenendprogramm bei RTLplus dominierte. Im fiktionalen Bereich praktizierte *Der Bergdoktor* (Sat.1, 1992–1999) vor alpinen Landschaften; und Schlagerikone Roy Black begrüßte in *Ein Schloss am Wörthersee* (RTLplus, 1990–1993) zahlreiche betagte Stars in seinem Edelhotel.

Und trotzdem gehört es zur Geschichte, dass RTLplus und Sat.1 auf ihrem Weg regelmäßig gezielt Tabubrüche einsetzten und die Grenzen des Machbaren ausloteten. Damit befeuerten sie gesellschaftliche Debatten über die Folgen der Darstellung von Gewalt und Sex im Fernsehen. Insbesondere dem Programm von RTLplus gelang es hierdurch, ebenso in den Blick von Menschen zu rücken, die es bislang nicht empfangen konnten. Es zeigte sich jedoch schnell, dass diese Effekte nur von kurzer Dauer waren, sie aber gleichzeitig zunehmend attraktive Werbekunden abschreckten. Ein tragfähiges und wachstumsförderndes Geschäftsmodell war die Wahrnehmung als „Tittensender“ schlichtweg nicht. Daher entschied man bei RTLplus ab etwa 1992, alle erotischen Shows und Filme schrittweise zu verbannen. Ähnliche Bewegungen waren darauf bei Sat.1 zu beobachten. Um gleichzeitig

einer drohenden Verschärfung der gesetzlichen Rahmenbedingungen zuvorzukommen, gründeten die privaten Fernsehanbieter im Sommer 1993 die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e. V. (FSF), deren Aufgabe es fortan sein sollte, Sendungen bereits vor ihrer Ausstrahlung auf mögliche Verstöße gegen den Jugendschutz zu überprüfen. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten lehnten eine Beteiligung mit der Begründung ab, dass sie längst über eigene Prüf- und Kontrollorgane verfügen würden.

### Aus Spaß wird Geschäft

Um sich dauerhaft auf dem TV-Markt behaupten und hohe Werbeerlöse erzielen zu können, reichte es für RTLplus und Sat.1 nicht aus, sich bloß vom Schmutzimage zu lösen. Es war ebenfalls nötig, sich zu professionalisieren – etwa durch den sukzessiven Ausbau des anfangs noch lückenhaften Programms. Dies war kein leichtes Unterfangen, da jede zusätzliche Stunde Kosten verursachte, die es selbst zu zuschauerschwachen Zeiten zu refinanzieren galt. Erst im Dezember 1991 konnte RTLplus ein 24-stündiges Programm endgültig etablieren. Sat.1 zog dann einige Monate später nach.

Parallel zur Ausweitung des Programms begannen die Kanäle, Maßnahmen einzuleiten, um das Publikum stärker an sich zu binden. Hier ging RTLplus häufig entschlossener vor als Sat.1. So strebten die Verantwortlichen einen flächendeckenden Programmfluss an, der harte inhaltliche Brüche vermied und die Abwanderung der Zuschauer zwischen einzelnen Formaten minimieren sollte. Auf einen launigen Krimi wie *Columbo* (USA, 1968–2003) folgte nun beispielsweise mit *Quincy* (USA, 1976–1983) stets eine ähnliche Serie.

Ab 1990 begann RTLplus, den üblichen Wechsel von Serien und Sendezeiten abzuschaffen und unter

dem Begriff „Stripping“ einen täglich identischen und somit verlässlichen Ablauf durchzusetzen. Das Ziel bestand darin, das eigene Programm derart erwartbar zu gestalten, dass kein Blick in die Fernsehzeitschrift mehr nötig war. Einen wichtigen Baustein dafür bildete die Lizenzierung der Endlos-Soap *Springfield Story* (USA, 1952–2009), die ab 1986 den täglichen Sendebetrieb verlässlich eröffnete. Das allein genügte jedoch nicht. Es mussten weitere Reihen installiert werden, deren Herstellung effizient und kostengünstig gelang. Spielshows wie *Familien-Duell* (1992–2003) oder Daily Talks wie *Hans Meiser* (1992–2001) waren derart normiert, dass von ihnen gleich mehrere Ausgaben am Stück aufgenommen werden konnten. Fernsehen wurde in ihnen zur Industrieware, die quasi am Fließband entstand. Die in einem vergleichbaren industriellen Verfahren hergestellte tägliche Seifenoper *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* (seit 1992) löste darüber hinaus die bisherige werktägliche Jonglage von US-Serien am Vorabend ab.

Außerdem setzten die Privatsender ab dem Jahr 1992 verstärkt darauf, nicht mehr ein möglichst großes Publikum zu erreichen. Vielmehr fokussierten sie sich fortan auf eine junge Zielgruppe – also auf Personen im Alter zwischen 18 und 49 Jahren (später 14- bis 49-Jährige). Dies sollte für die Werbetreibenden einen möglichst geringen Streuverlust gewährleisten, was wiederum höhere Preise für die Schaltung von Werbespots rechtfertigte. Ältere Personen galten damals nämlich bezüglich ihrer (Kauf-)Gewohnheiten als festgefahren, sodass sie sich von Werbung kaum beeindruckt lassen würden. In der Konsequenz trennte sich RTLplus von vielen populären Reihen und verschob die beliebten nachmittäglichen Gameshows *Riskant!* (1990–1993) und *Der Preis ist heiß* (1989–1997) auf den Vormittag, weil „ihre Zuschauer [...] insges-

samt zu alt“ waren (Leder/Anschlag 1992).

All diese Prinzipien sind bis heute längst maßgebliche Standards in der Programmplanung von TV-Sendern. Nicht nur im Privatfernsehen, sondern ebenso in den öffentlich-rechtlichen Anstalten. Die konsequente Ausrichtung des Programms an den Regeln der Marktwirtschaft führte letztlich dazu, dass sich das Fernsehen von der „Kulturmaschine“ in eine „Bildmaschine“ verwandelte (Bleicher 1997, S. 38). Es ist diese Wendung, die das deutsche Fernsehen entscheidender geprägt hat als alle „muffig und sprachlos“ machenden Krimis, Quizsendungen oder Shows zusammen.

#### Anmerkung:

1 Der Spiegel 1979

#### Literatur:

**Bleicher, J. K.:** *Programmprofile kommerzieller Anbieter seit 1984*. In: J. K. Bleicher (Hrsg.): *Programmprofile kommerzieller Anbieter. Analysen zur Entwicklung von Fernsehsendern seit 1984*. Opladen 1997, S. 9–40

**BVerfG:** *Beschluss des Ersten Senats vom 16. Juni 1981 – 1 BvL 89/78*. Abrufbar unter: <https://openjur.de>

**Der Spiegel:** *Privat-TV: „Gefährlicher als Kernenergie“*. In: *Der Spiegel*, 40/1979, 30.09.1979, S. 21f.

**Der Spiegel:** *Ganz schnell weg*. In: *Der Spiegel*, 38/1984, 16.09.1984. Abrufbar unter: <https://www.spiegel.de>

**Juppe, U.:** *Die RTLplus Deutschland Fernsehen GmbH & Co.-Betriebs KG 1984–94*. In: J. K. Bleicher (Hrsg.): *Programmprofile kommerzieller Anbieter. Analysen zur Entwicklung von Fernsehsendern seit 1984*. Opladen 1997, S. 41–78

**Leder, D./Anschlag, D.:** *Prophetie ist keine Kunst. Interview mit RTL-Programmdirektor Marc Conrad*. In: *Funkkorrespondenz*, 48/1992, 19.11.1992

**Lückerath, T./Zarges, T.:** *Gipfel der Pioniere mit Doetz und Thoma: Helmut Thoma: „Zerschlagt die Senderfamilien!“*. In: *DWDL.de*, 30.12.2013. Abrufbar unter: <https://www.dwld.de>



Dr. Christian Richter ist Fernseh- und Medienwissenschaftler und Referent für Medienbildung. Er beschäftigt sich mit der Theorie und Programmgeschichte des Fernsehens und den Mechanismen und Ästhetiken von On-Demand-Angeboten sowie mit Medienbildung und Digitaler Bildung.