

chen Genres, bleiben die Zuschauer ihrem Sender treu. Eine Ausnahme bilden Comedy-Sendungen. Für deren Zuschauer scheint der Sender nicht so wichtig, stattdessen präferieren sie offenbar eine bestimmte Art von Humor oder bestimmte Komödianten. Laufen auf zwei Sendern zur gleichen Zeit Sendungen verschiedener Genres, entscheiden sich die Zuschauer unabhängig vom Sender für ihr Lieblingsgenre. Das gilt vor allem für die Fans von Sportsendungen und Spielfilmen. Der Sport polarisiert die Zuschauer. Während die Sport-Fans die Objekte ihrer Begierde auf jedem Sender verfolgen, schalten die „Feinde“ sogar ihren Liebblingssender aus, wenn eine Sportübertragung droht. Ansonsten gilt: „Wenn ein Sender verhindern will, dass seine Zuschauer eine erfolgreiche Konkurrenzsendung sehen, ist es zu empfehlen, ebenfalls eine erfolgreiche Sendung zu zeigen. Vor allem die treuen Zuschauer des eigenen Senders werden diese erfolgreiche Sendung mit hoher Wahrscheinlichkeit sehen“ (S. 144). Diese Regel wird lediglich von Sportsendungen außer Kraft gesetzt. Die Ergebnisse von Nicole Klöve-korn sind allerdings mit einiger Vorsicht zu genießen. Sie hat lediglich untersucht, wie sich Zuschauer zwischen zwei Sendern entscheiden. Tatsächlich gibt es ja eine erheblich größere Programmauswahl. Doch selbst wenn man von einer großen Sendertreue der Zuschauer ausgeht, scheint es mit Sport, Spielfilmen und Comedy-Sendungen drei Genres zu geben, die unabhängig vom Liebblingssender auch auf anderen Kanälen gesucht und gefunden werden.

Lothar Mikos



Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (Hrsg.):

Programmbericht zur Lage und Entwicklung des Fernsehens in Deutschland 2000/01. Konstanz 2001: UVK Verlagsgesellschaft. 28,00 Euro, 441 Seiten m. Abb. u. Tab.

Die Lage des Fernsehens

Das Fernsehen sorgt immer wieder für Schlagzeilen. Einzelne Sendungen erregen die Aufmerksamkeit der Medienwächter, manche Senderentscheidungen stoßen auf Ablehnung beim Publikum, einige Sendungen wie die Duelle zwischen Kanzler und Kandidat bekommen große öffentliche Aufmerksamkeit und werden zum Politikum. Doch nicht nur das Programm sorgt für Diskussionen, sondern auch die ökonomischen, politischen und rechtlichen Bedingungen, denen das Medium unterworfen ist. Die Landesmedienanstalten beobachten die Programmentwicklung im Fernsehbereich, sind sie doch sowohl für die Lizenzierung von privaten Fernsehsendern zuständig wie auch für die Überprüfung der Einhaltung von Jugendschutzregelungen und Werberichtlinien. Alle zwei Jahre legen sie einen Programmbericht zur Lage und Entwicklung des Fernsehens vor, der nun erstmals im UVK Verlag erschienen ist.

Der Bericht gliedert sich in vier Teile: Im ersten Teil („Aspekte der Programminhalte“) nehmen namhafte Kritiker wie Klaudia Brunst und Dietrich Leder neben Direktoren von Landesmedienanstalten wie Hans Hege und Norbert Schneider aktuelle Trends kritisch unter die Lupe – von den so genannten intimen Formaten bis hin zu Fragen des Verkaufs der Kabelnetze an amerikanische Firmen. Im zweiten Teil beschreibt zunächst der Kommunikationswissenschaftler Hans-Jürgen Weiß die Ergebnisse seiner im Auftrag der Landesmedienanstalten durchgeführten Untersuchung zum Programmalltag in Deutschland, was durch einen umfassenden Tabellenteil ergänzt wird. Wer

sich darüber informieren will, wie sich der Anteil von Shows oder Serien am Gesamtprogramm eines oder mehrerer Sender zwischen 1999 und 2001 verändert hat oder wie hoch der Anteil der Eigenproduktionen im Bereich der Serien ist, findet hier alle Daten. Außerdem sind in diesem Teil die Top 100 der Quotenbringer des Jahres 2000 ebenso dokumentiert wie die Gewinner der zehn wichtigsten Fernsehpreise. Der dritte Teil enthält die „Struktur- und Programmdateien von Fernsehveranstaltern“. Hier findet sich eine Übersicht über die in Deutschland lizenzierten Fernsehprogramme sowie Daten zu den privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehprogrammen – von der Anzahl der Mitarbeiter bis hin zu den technischen Reichweiten und dem Marktanteil der Sender. Der vierte Teil, der so genannte „Info-Guide“, enthält Wissenswertes über die Struktur und Arbeit der Landesmedienanstalten und listet die von ihnen geförderten Forschungsprojekte auf.

Der Band hält, was der Titel verspricht. Er bietet einen umfassenden Überblick über die Lage und Entwicklung des Fernsehens. Mancher Leser mag sich vielleicht ein paar kontroversere Beiträge im Teil „Aspekte der Programminhalte“ erhofft haben. Dafür wird er aber ausreichend mit Daten und Fakten versorgt. Es wäre zu wünschen, dass bei der Auflistung der Forschungsprojekte nicht nur deren Inhalt dargestellt worden wäre, sondern in einer kurzen Zusammenfassung auch die wichtigsten Ergebnisse hervorgehoben würden. Gespannt sein darf man auf den nächsten Bericht, der im kommenden Jahr erscheinen wird. Denn im Berichtszeitraum des vorliegenden Bandes hatte

die Kirch-Krise und damit die Krise des deutschen Fernsehmarkts noch nicht ihr wahres Gesicht gezeigt. Ein Beitrag wie der von Ulrike Langer mit dem Titel: Von der Glotze zur Geldverdienmaschine wird da sicher nicht mehr vorkommen. Stattdessen wird es wohl einen Beitrag über das Fernsehen als Geldvernichtungsmaschine geben müssen.

Lothar Mikos

Unterhaltungserleben

„Unterhaltung ist das Schwere!“, sagte einst Harald Juhnke. Die Verantwortlichen des DDR-Fernsehens stellten in den 50er Jahren des vergangenen Jahrhunderts einmal in einem Konzeptpapier fest: „Die Unterhaltung ist ein weites Feld.“ Diesen Einsichten fügte der Entertainer Jürgen von der Lippe in den 80er Jahren in seiner Show *Donnerlippchen* den fast schon legendären Satz hinzu: „In der Unterhaltung kann man auf Einzelschicksale keine Rücksicht nehmen.“ Dass es in der Fernsehunterhaltung nicht um Einzelschicksale geht, zeigen die hohen Zuschauerzahlen, die Unterhaltungssendungen wie Game- und Quizshows, Serien und Talk-Shows, Comedy- und Sketchsendungen erzielen. Für das Publikum scheint zu gelten: „Was mich unterhält, ist Unterhaltung.“ Aber was ist das genau?

Diese spannende Frage hat die Wissenschaft bisher nicht beantwortet. Zwar gab es einige Versuche, die dann aber wieder in Allgemeinplätzen endeten oder sich an Einzelaspekten festbissen. Der Leipziger Kommunikationswissenschaftler Werner Früh erhebt nun mit seinem Buch den Anspruch, eine ebenso umfassende wie komplexe Theorie der Fernsehunterhaltung vorzulegen, die auch einer empirischen Prüfung standhalten soll. „Ziel unseres theoretischen Entwurfs ist es, aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht Unterhaltung als Kommunikationsphänomen zu erklären, indem das komplexe Bedingungsgefüge beschrieben wird, das die Voraussetzung für Unterhaltungserleben darstellt. Unterhaltung durch das Fernsehen vollzieht sich im Rahmen



Werner Früh:
Unterhaltung durch das Fernsehen. Eine molare Theorie. Konstanz 2002: UVK Verlagsgesellschaft. 29,00 Euro, 253 Seiten m. Abb.