

Ethisch in Ordnung, teilweise bildend und sehr erfolgreich

DAS GEHEIMNIS DES FORMATS WER WIRD MILLIONÄR?

Man kann darüber streiten, ob man bei der Sendung wirklich etwas lernt. Dennoch vermittelt *Wer wird Millionär?* den Eindruck, dass Bildung wichtig ist, dass sie Anerkennung und letztlich auch wirtschaftlichen Erfolg bringt. Das hört man gerne in einer Zeit, in der PISA-Studien den Eindruck erwecken, die Deutschen seien wenig wissbegierig. Was macht diese Sendung so populär? Kann man Wissen in Zukunft mit erfolgreicher Unterhaltung verbinden? *tv diskurs* sprach darüber mit Günter Schröder, der mit seiner Firma *mind the company* die Fragen für das Erfolgsformat entwickelt.

Herr Schröder, Sie sind darauf spezialisiert, Fragen für Quizsendungen zu entwickeln. Wie kam es dazu?

Ich habe zuerst als Producer beim Fernsehen gearbeitet. In dieser Funktion war ich für die Sendung verantwortlich, gewissermaßen wie ein Redaktionsleiter. Wenn sich der Sender entschließt, ein Format zu kaufen, wird der Producer beauftragt, geeignetes Personal für die Redaktion zu suchen. Es ist selbstverständlich nicht immer leicht, in drei bis sechs Wochen das optimale Personal, zum Beispiel gute Autoren, zusammenzustellen. Außerdem ist man für die Koordination der redaktionellen Abläufe verantwortlich, man braucht Computer, eine Software, eine Graphik, die Anbindung an die Studioteknik. All das sind Prozesse, für die eine gewisse Vorlaufzeit nötig ist. Eines Tages habe ich mir gedacht, man könnte den inhaltlichen Teil dieses Jobs als externe Dienstleistung anbieten, machte mich dann mit einigen Leuten, mittlerweile sind es zehn, selbständig und gründete diese Firma. Wir konzipieren im Bereich ‚Rätsel‘ oder ‚Quiz‘ die Fragen für konkrete Fern-



sehsendungen, daneben arbeiten wir auch an kleineren Aufträgen, beispielsweise für Werbeagenturen. Wir entwickeln Spiel-formate, betreuen die Merchandising-Produkte wie DVDs oder Lexika. Wir arbeiten also im Grunde in einer Nische für den Bereich ‚Quiz und Game‘.

Sie scheinen den richtigen Zeitpunkt erwischt zu haben. Das Quizformat hat durch Wer wird Millionär? eine Art Renaissance erlebt.

Es hat eigentlich, so lange es Fernsehen gibt, immer Quiz gegeben, manchmal mehr, manchmal weniger. Als Günther Jauch damit anfang, war die Kurve eher unten, da war kaum etwas Neues on air, und die älteren Geschichten schienen alle abgespielt zu sein. Wer wird Millionär? ist das beste Beispiel dafür, wie man mit dem richtigen Format, dem richtigen Moderator zum richtigen Zeitpunkt seinen Platz im Unterhaltungsfernsehen einnehmen kann.

War der Erfolg abzusehen oder waren Sie überrascht?

Als am 3. September 1999 das erste Mal Wer wird Millionär? über den Bildschirm lief, haben gerade einmal 3,6 Millionen Menschen zugesehen. Am nächsten Tag fragte die ‚Bild-Zeitung‘: Wie kann ein Kaliber wie Günther Jauch so ein langweiliges, altbackenes Quiz moderieren, ohne Show-Acts, ohne Stars, wie in den 60er Jahren. Aber, wie wir nun wissen, wurde es ein großer Erfolg. Sehr schnell kamen Nachfolge-Formate auf den Markt, die zumeist aber wieder eingegangen sind, bis auf Jörg Pilawas Quiz in der ARD. In veränderter Form hat sich die Quizwelle im Strom der Test-Formate fortgesetzt: der IQ-Test, der PISA-Test, der Bibel-Test etc.

Was haben Sie persönlich gedacht?

Ich hatte schon aufgehört, bei Endemol zu arbeiten, als ich das Band der englischen Produktion zu sehen bekam. Wenn man Redaktionsleiter ist, sieht man eine Menge neuer Formate, und meist geht der Eindruck, den man davon hat, nicht über ein: ‚Na ja, könnte was werden!‘ hinaus. Aber bei Wer wird Millionär? hatte ich sofort das Gefühl, dass das ganz groß wird, und ich fing wieder bei Endemol an.

Welche Quizsendungen haben Sie zuvor, als angestellter Producer, betreut?

In den 90ern habe ich für Jeopardy! gearbeitet, ein RTL-Quiz mit Frank Elstner, das täglich um 17.00 Uhr lief – und zwar über vier Jahre sehr erfolgreich. Unmittelbar vor Wer wird Millionär? war ich unter anderem Producer von Risiko, das werktäglich nachmittags mit Kai Böcking vom ZDF ausgestrahlt wurde. Beide Sendungen hatten aber schon wegen ihres Sendeplatzes natürlich nicht die Breitenwirkung wie Wer wird Millionär?

Was ist das Besondere an Wer wird Millionär?

Was es bisher in dieser Stringenz nicht gab, ist das Multiple-Choice-Prinzip. Bei fast allen Formaten, die davor produziert wurden, musste man die Antwort aktiv wissen. Das hat zur Folge, dass man eine relativ große Schicht von Zuschauern ausschließt, weil sie die Antwort schlicht nicht kennt. In dem Moment aber, in dem man vier Alternativen vorgegeben bekommt, fängt jeder sofort an, mitzuraten, auch wenn er keine Ahnung hat.

Dieses Multiple-Choice-Verfahren wirkt auch sehr vertraut, denn es ist in weite Teile der Gesellschaft eingedrungen. Wir haben Multiple-Choice-Verfahren beim Führerschein, in der Schule, an der Uni, in vielen Zeitschriften, bei Psychotests – das Prinzip ist dem Zuschauer sehr bekannt. Und es funktioniert schlüsselreizartig. Sobald man die vier Alternativen sieht, beginnt man mitzuraten.

Wie wichtig ist die Moderation von Günther Jauch?

Sehr wichtig. Günther Jauch ist sicher ein Hauptgrund dafür, weshalb Wer wird Millionär? in Deutschland erfolgreicher und länger als in vielen anderen Ländern läuft. Die Bedeutung des Moderators hängt damit zusammen, dass die Sendung ja nicht nur aus Rätselfragen besteht, sondern zur Hälfte auch aus dem Gespräch zwischen Moderator und Gast. Sie brauchen also einen Menschen, der mit jedem Typ aus jeder Schicht jeden Alters eine angenehme Form der Kommunikation finden kann. Und das kann Günther Jauch! Er besitzt die nötige Offenheit und Sympathie, er weiß, was ein halbes Pfund Butter kostet oder welche Angebote es im Supermarkt gibt. Er kann sich aber auch mit einem Universitätsprofessor über die Hochschulmisere unterhalten. Wenn er zu den Fragen übergeht, vermittelt er das Gefühl, vieles selbst zu wissen.

Ohne überheblich zu wirken...

Ja. Außerdem kokettiert er auch damit, sich in manchen Bereichen nicht auszukennen. Zum Beispiel zu den Themen ‚Film‘ oder ‚Astronomie‘. Aber die Eckpfeiler hat er drauf. Diese Kompetenz ist ganz wichtig. Er vertritt den Wert der Bildung, um den es in dieser Sendung geht.

Und noch etwas fällt mir ein – es geht ja in der Sendung um viel Geld. Günther Jauch vertraut man auch in wirtschaftlicher Hinsicht. Obwohl er ungleich mehr verdient als der durchschnittliche Kandidat gewinnt, traut man ihm zu, unterschiedliche wirtschaftliche Verhältnisse einschätzen zu können.

Ich habe den Eindruck, dass er sich bei seinen Hilfestellungen einen kleinen Sympathiespielraum leistet.

Erstens bleibt er dadurch unberechenbar. Er hilft nicht immer. Und zweitens ist das ja auch psychologisch geschickt. Günther Jauch hat ein gutes Gespür dafür, wer auf die Zuschauer eher sympathisch wirkt und wer eher einen unsympathischen, überheblichen Eindruck hinterlässt. Positiv bewertete Eigenschaften bekommen ein positives Feedback.

Auffällig ist auch, dass Wer wird Millionär? ein vergleichsweise unspektakuläres Design besitzt.

Ich glaube, dass diese Simplizität sehr gut ankommt. Wer wird Millionär? könnte ja fast als Hörspiel laufen und hebt sich damit klar von vielen anderen Formaten im Privatfernsehen ab, die möglichst laut, grell und aufwendig gestaltet sind. Wer wird Millionär? ist eine Ausnahme. Einfach gestaltet, klar und gut strukturiert. Man sieht es sich zwei Minuten an und versteht, worum es geht. Dadurch spricht das Format diese große Zahl von Zuschauern an und ist von relativ hoher Haltbarkeit. Durch die simple Gestaltung wird es nicht so schnell altmodisch wirken und nutzt sich inhaltlich wenig ab. Man kann die Sendung vielleicht nicht immer ansehen, aber immer mal wieder. Wir haben jetzt schon fast 500 Sendungen, das ist extrem viel – speziell für eine Sendung zur Hauptsendezeit.

Kann man Wer wird Millionär? auch symptomatisch betrachten dafür, dass sich das Publikum nach intelligenter Unterhaltung sehnt?

Das ist ja auch der Grund, weshalb das Buch von Dietrich Schwanitz Bildung. Alles, was man wissen muss so ein Megaseller wurde. Außerdem glaube ich, dass dieser Erfolg von Wissensshows dem Leistungsprinzip folgt und dadurch auch der deutschen Mentalität entspricht. Wir finden es gut, wenn jemand viel weiß und dafür Geld bekommt. Wir machen zum Beispiel auch die Fragen für die 5-Millionen-SKL-Show. Dabei ist das Prinzip insofern anders, als dass die Kandidaten die Fragen nicht selbst beantworten müssen, sondern fünf Prominente hinter sich haben, von denen einer nach dem Zufallsprinzip ausgelost wird und die Frage beantwortet. Obwohl die Sendung auch mit Günther Jauch ist und man dafürhalten könnte, dass dieses Format zusätzlich zum

Rätselspaß auch Prominente bietet, läuft die Show nicht ganz so gut wie Wer wird Millionär? Ich glaube, das hängt damit zusammen, dass es nicht so attraktiv erscheint, wenn jemand 5 Millionen Euro bekommt, obwohl er selbst nichts gewusst hat. Wenn im Gegensatz dazu eine Hausfrau das Geld durch ihr eigenes Wissen erspielt, finden das die Zuschauer bewundernswert. Außerdem ist auch von Bedeutung, dass sich die Zuschauer mit der Hausfrau aus der gleichen Bildungsschicht besser identifizieren können.

Gibt es bestimmte Zuschauergruppen, bei denen Jauch besonders beliebt ist?

Interessanterweise ist Günther Jauch sehr populär bei kleinen Kindern. 6-Jährige, die von 100 Fragen vielleicht eine beantworten können, stehen total auf ihn. Ebenso Jugendliche. Seine Ausstrahlung als netter, jung gebliebener Onkel wirkt offensichtlich auf alle Altersgruppen. Und wenn auch jeder in der Familie vielleicht lieber etwas anderes gucken würde, so ist Wer wird Millionär? die Sendung, auf die sich wahrscheinlich alle einigen können.

Wer wird Millionär? ist als ethisch einwandfreies Programm, bei dem man vielleicht noch etwas lernen kann, erfolgreich geworden. Andere Programme setzen dagegen mehr auf Krawall und Tabubrüche...

Es gibt einen sehr schönen Spruch des Ex-Chefs von RTL. Helmut Thoma hat – auf das Programm bezogen – gesagt: Der Köder muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler. Und lange Zeit war das auch so. Man dachte, es käme nur darauf an, dass ein Format beim Publikum erfolgreich sei, die Inhalte seien sekundär, Hauptsache, es funktioniert. Nun haben die Privatsender aber das Problem, dass die Einschaltquote allein nicht reicht, sondern dass die Werbeträger ein für ihr Produkt geeignetes Umfeld wünschen. Die Dschungelshow Ich bin ein Star – Holt mich hier raus! hatte sehr gute Quoten, doch der Anreiz, für ein seriöses Produkt davor und danach zu werben, wenn in der Sendung Kakerlaken die Hauptrolle spielen, ist nicht besonders hoch. Ich glaube, um

ehrlich zu sein, dass die Werbewirtschaft ein wesentlicher Grund dafür ist, dass bei den Privaten diese in letzter Zeit propagierte ‚neue Ernsthaftigkeit‘ Einzug hält und man häufiger mit seriösen, gediegenen, eigentlich den öffentlich-rechtlichen Sendern zugeschriebenen Inhalten operiert. Nur so kann man dem Werbekunden vermitteln, dass seine Produkte im Umfeld der privaten Sender gut aufgehoben sind.

Außerdem glaube ich, dass das Brechen von Tabus weitgehend ausgereizt ist und sich die Zuschauer nicht mehr für die kleinen Skandale im Privatfernsehen interessieren. Als die erste Staffel von Big Brother über den Bildschirm ging, war der Medienaufschrei gigantisch. Heute ist man so weit, eine Endlosschleife zu produzieren, bei der sogar Kinder im Big Brother-Dorf geboren werden können, aber das interessiert keinen mehr. Mit den Kakerlaken ist das genauso. Mit solchen Reizen können Sie einmal Aufsehen erregen, aber danach verpufft der Effekt. Und wie viele Tabus sind in der Gesellschaft noch übrig? Sex und Ekel sind ausgetestet. Wenn man jetzt noch weiter geht, wird es rechtlich problematisch. Ob das die Zuschauer wollen, ist die große Frage.

Was, glauben Sie, will der Zuschauer?

Man kann nicht mehr von dem Zuschauer sprechen. Es wird immer schwieriger, die großen Massen zu erreichen. Die Zeiten, in denen es die Formate gab, die 20 und mehr Millionen Zuschauer hatten, sind vorbei. Selbst Wetten, dass...? hat nicht mehr so viele Zuschauer. Es sind immer noch 13 oder 14 Millionen, aber eben nicht mehr. Die Zersplitterung der Gesellschaft, die unterschiedlichen Möglichkeiten der Freizeitgestaltung, die unterschiedlichen Interessengruppen, die Vervielfältigung der Milieus bedeuten, dass auch das Fernsehen nicht mehr mit der Masse rechnen kann. Nur mit Fußball bekommt man das Haus noch voll, aber auch nur dann, wenn es wirklich um etwas geht und die Deutschen beteiligt sind. Einen Grundkonsens darüber, was unterhaltsam ist und was nicht, den gibt es nicht mehr.

Die Resonanz beim Publikum ist heute weniger kalkulierbar als früher?!

Die Sender können nur im Trüben fischen. Die aktuelle Serie Kanzleramt im ZDF wurde ganz groß beworben. Aber auf das Riesengetöse im Vorfeld und die ganze Presse folgte eine erste Sendung mit 4,5 Millionen Zuschauern, das war schon schlecht – und in der zweiten Folge hat sich die Zuschauerzahl noch einmal ungefähr halbiert. Das läuft also überhaupt nicht. Dabei hätte man denken können, dass diese Mischung aus Machtspiegel und persönlichen Geschichten gut funktioniert. Die Macher tapen im Augenblick wirklich im Dunkeln auf der Suche nach der Lösung der Frage: Was kommt an? In diesem Zusammenhang passt der alte Spruch: Wenn Erfolg planbar wäre, hätte ihn jeder.

Wie sehen Sie die Zukunft des Fernsehens? Düster?

Das nicht. Eine gewisse Qualität wird sich halten. Es ist die Frage, ob Sender wie 3sat oder Arte bleiben werden, ob man es sich auch in Zukunft leisten kann, beispielsweise am Samstagabend eine Zauberflöte aus Zürich zu übertragen. Das Literarische Quartett hat man abgesetzt und als Nachfolger Lesen mit der sehr beliebten Elke Heidenreich gestartet. Das ist aber von der Quote her auch nicht der Renner, und leider schielen die Öffentlich-Rechtlichen mittlerweile ebenfalls zunehmend auf die heilige Quoten-Kuh. Aber sobald eine Sendung eher in der intellektuellen Sphäre zu verorten ist, wird es mit der Quote eben schwierig. 100.000 Zuschauer, die man mit einer Opernübertragung aus Zürich erreicht, werden irgendwann zu wenig sein, um hochsubventionierte Sender wie Arte oder 3sat noch zu rechtfertigen.

Bedeutet das, dass sich die Öffentlich-Rechtlichen den Privaten immer mehr annähern werden?

Das Interessante ist, dass eine Annäherung von beiden Seiten stattfindet. Die öffentlich-rechtlichen Sender nähern sich den privaten an. Und die privaten nähern sich den öffentlich-rechtlichen Sendern an. Ich war zum Beispiel völlig erstaunt, dass RTL während des Formel 1-Spektakels in Bahrain zwischendurch immer wieder nach Rom schaltete, um über den Tod des Papstes zu berichten. Wir bewegen uns auf eine imaginäre Mitte zu.

Ich sehe es auch bei uns – an der Art, wie wir die Fragen diskutieren. Gestern haben wir entschieden, dass Adalbert Stifters Nachsommer für die Germanisten unter uns wichtig ist, aber für Wer wird Millionär? kein geeignetes Thema darstellt. Wir würden aber jetzt auch nicht fragen, welcher Semiprominente mit wem in flagranti in einem Hotelzimmer erwischt wurde. Goethe ist in Ordnung, Thomas Mann auch, Gerhart Hauptmann gerade noch, aber Stifter ist nicht im Spektrum.

Wie entwickeln Sie die Fragen?

Das ist meist ein spontaner Prozess. Es bringt recht wenig, sich an den Computer zu setzen und über Themen nachzudenken. Die Themen kommen im Alltag, beim Autofahren und Einkaufen. Ich habe meistens einen Stift dabei und notiere mögliche Themen.

Haben sich die Fragen verändert? Wie unterschiedlich sind die Schwierigkeitsgrade?

Früher war es so, dass die ersten Fragen möglichst lustig sein mussten. Mittlerweile darf auch bei den ersten drei, vier, fünf Fragen eine dabei sein, die der Kandidat möglicherweise nicht beantworten kann und die Günther Jauch einen gewissen Spielraum einräumt. Wie erwähnt, kann er dem Kandidaten helfen, ihn vorzuführen oder verunsichern. Dennoch versuchen wir natürlich, mit den ersten fünf Fragen eine gewisse Lockerheit herzustellen. Dann kommt ein mittlerer Bereich, in dem oft aktuelle Politik, Popmusik, Königshäuser, Kino abgefragt werden – also Dinge, die jeder wissen kann, aber nicht wissen muss. Ab Frage 11 wird es dann schwieriger, bleibt aber immer noch lösbar. Bis einschließlich der Frage 15 befinden sich alle Fragen im Rahmen einer sehr guten Allgemeinbildung. Nur die Wahrscheinlichkeit, dass man alles weiß, ist eben gering. Die höheren Fragen betreffen also eher klassische, grundsätzliche Themen oder große Ereignisse.

Welche Rolle spielt die Auswahl der Fragen für eine Quizsendung?

Ich würde jetzt nicht so weit gehen und sagen, dass die Fragen entscheidend sind, sozusagen das zentrale Puzzleteil darstellen. Lassen Sie es mich einmal so formulieren: Sie können mit schlechten Fragen ein gutes Format beschädigen. Umgekehrt können Sie mit sehr guten Fragen ein nicht funktionierendes Format kaum retten. Ich denke aber schon, dass wir einen guten Stil gefunden und entwickelt haben, der unsere Arbeit auszeichnet.

Was bedeutet für Sie der Begriff ‚Bildung‘?

Bildung ist so ein großes Wort. Wenn ich Bildung von Bild ableite, dann ist das, was wir machen, ein Abbild der Gesellschaft. Wir versuchen, abzubilden, was in irgendeiner Form Relevanz erhalten hat. Das kann immer noch Goethe sein oder auch Cäsar. Aber das können eben auch Phänomene sein, die jetzt gerade interessant sind. Daniel Küblböck kam vor zwei Jahren sicher ein paar Mal in unserer Sendung vor, jetzt wahrscheinlich nicht mehr. Aber als Küblböck seinen Verkehrsunfall hatte, wurde sogar in der Tagesschau darüber berichtet. Das fand ich sehr signifikant. Bildung meint nicht mehr nur das klassische Repertoire, sondern ist ein flexibler Begriff, der alles umfasst, was die gegenwärtige Gesellschaft in irgendeiner Form bewegt.

Das Interview führte Joachim von Gottberg.

