

Es ist alles eine Sache des Formats

Klaus-Dieter Felsmann

Im Jahr 2011 häuften sich auf meinem Schreibtisch Einladungen zu Foren, Seminaren und Workshops, die allesamt eine große Sorge um die Kinderfilmproduktion in Deutschland zum Gegenstand hatten. Konstatiert wurde dabei überall, dass realitätsbezogene Kinderfilmstoffe mehr und mehr von den Leinwänden und Bildschirmen verschwinden. Was bleibt, sind Adaptionen von Literaturklassikern und populären Marken, die meist sehr offensiv in Richtung Family Entertainment zielen. Hier haben sich Proportionen verschoben, die letztendlich tendenziell einen einschneidenden Kulturwandel im Hinblick auf die Medienaneignung von Kindern bedeuten. Wenn es sicher auch zu kurz greift, für die Misere allein die zunehmende Abstinenz der großen Fernsehsender hinsichtlich der Produktion von originären Kinderfilmstoffen verantwortlich zu machen, so liegt hier dennoch eine der entscheidenden Ursachen.

Als vor nunmehr fast 40 Jahren der „Neue Deutsche Kinderfilm“ mit Regisseuren wie Arend Agthe, Wolfgang Becker, Thomas Draeger und Wolfgang Tumlner zu einer festen Größe bei der Mediensozialisation der Kinder wurde, entwickelten sich nicht nur flächendeckende Rezeptionsstrukturen, von Festivals über Abspielstätten bis hin zu medienpädagogisch intendierten Organisationen, sondern es gab auch enthusiastische Unterstützer in kongenial denkenden Fernsehredaktionen vom

ZDF bis hin zu den großen ARD-Anstalten wie dem WDR, dem NDR oder dem Bayerischen Rundfunk. Dementsprechend haben sich Finanzierungsmodelle für die Kinderfilmproduktion herausgebildet und schließlich verfestigt, die neben einer öffentlichen Förderung und einem meist sehr beschränkten Eigenanteil der Produzenten automatisch auf eine Kofinanzierung durch einen oder mehrere Fernsehsender setzten. Diese Dreifaltigkeit hat sich inzwischen weitgehend aufgelöst. Die Sender haben sich zurückgezogen und öffentliche Förderer können dies schon allein wegen strenger Subventionskriterien der EU auch bei gutem Willen nicht ausgleichen. Dabei ist es aber nicht so, als seien in den Redaktionen nicht mehr interessierte und dem Gegenstand sehr zugeneigte Protagonisten anzutreffen. Auch bei den Summen, die jeweils zur Verhandlung stehen, werden keine unanständigen Größenordnungen, die das Budget eines Senders sprengen könnten, angesprochen. Ein Betrag, der meist 200.000 Euro nicht übersteigt, erscheint angesichts sonstiger Programmkosten eher als Peanuts. Nein, die Redakteure, die, wenn sie auf einem Podium sitzen und um Antworten ringen, dem Zuhörer schon leid tun können, haben einfach nicht mehr die Hoheit, vorwiegend an kulturpolitisch wünschenswerten Maßstäben ausgerichtete Entscheidungen zu treffen.

Die Programmgestaltung wird heute von formatierten Längen bestimmt. Programmangebote müssen in festgelegte Slots passen, die Über- und Unterlängen, wie sie sich bei Stoffen, die auch im Kino reüssieren sollen, oftmals aus der Sache heraus ergeben, ausschließen. Gleichzeitig hat sich bei der Überfülle von TV-Angeboten mit Blick auf Orientierungsgrößen für den Zuschauer der Drang zur Serie und zur Markenbildung mehr und mehr verfestigt. Für ambitionierte Einzelstücke, als die man originäre Kinderfilmproduktionen sehen muss, bleibt da kaum noch Platz. Das betrifft nicht nur aktuelle deutsche Filmstoffe, sondern auch ausländische Produktionen, die zahlreich auf den Festivals in hoher Qualität zu sehen sind. Dafür fehlen ebenfalls die Programmplätze und so spart man sich folgerichtig die Synchronisationskosten, was wiederum verhängnisvoll für mögliche Kinoangebote ist, weil die Verleiher sich diesbezüglich einmal auf eine Koproduktion mit den Fernsehsendern verlassen konnten und mussten.

Format, im Sinne einer Formatierung von Sendedaten, bedeutet nicht zuletzt eine Glättung des Programms. Ästhetische Maßstäbe treten hinter technologisch determinierten Größenordnungen zurück. Damit schränkt sich der Spielraum für das Besondere, für Experimente und für künstlerische Innovation deutlich ein. Gleichzeitig werden die Dinge aber

auch beliebig austauschbar. Wenn man alleine die Quote und damit den Markt im Blick hat, kann man dem natürlich entgegenwirken, indem spektakuläre Themen, Großevents oder Stars, alles eher oberflächliche Aufmerksamkeitsimpulse, in den Fokus gestellt werden. Ein kulturell determiniertes Alleinstellungsmerkmal erreicht man damit aber kaum. Wer Fernsehen zuerst als reines Wirtschaftsgut sieht, dem sei solches primär betriebswirtschaftliches Denken zunächst nachzusehen. Obwohl hier und da ein Bonbon zumindest der Imagepflege und damit indirekt auch dem pekuniären Erfolg durchaus dienlich sein könnte. Gebührenfinanzierten Programmen gegenüber sollten aber andere Maßstäbe gelten. Bei allem Wenn und Aber müssen hier auch Plätze für Sendungen möglich sein, die tagesaktuell nicht eine Spitzenquote erreichen. Hierzu gehören auch Kinderfilme, die explizit den Anspruch erheben, den Heranwachsenden Lebenshilfe auf Augenhöhe zu bieten. Wem für solche Denkweise aktuell keine guten Begründungen einfallen, warum sollte dem nicht einfach das zugegebenermaßen hehre Ziel der Mehrung des kulturellen Reichtums als Teil unser aller Allgemeingut ausreichen? Einen finanziellen Beitrag dazu leisten nicht nur jene, denen es wichtig ist, dass es auf dem Bildschirm irgendwie flimmert, sondern auch jene, die Qualität für sich und ihre Kinder suchen.

Formatierte Eintönigkeit langweilt und lässt nach Alternativen suchen. Längst ist es weitverbreitet, dass die lieben Kleinen nicht vor ein für sie konzipiertes Spartenprogramm gesetzt werden, sondern dass der Beamer aufgebaut wird und eine DVD mit einem Klassiker aus besseren Kinderfilmzeiten für alternative häusliche Unterhaltung sorgt. Es kann eigentlich kaum im Interesse einer Sendeanstalt liegen, dass sie sich für einen Teil der potenziellen Zielgruppe überflüssig macht.

Der Begriff „Format“ – in seiner Mehrdeutigkeit – steht über seinen technizistischen Gebrauch hinaus auch für ein stark ausgeprägtes Persönlichkeitsbild. Format hat ein Mensch, der Größe und Souveränität ausstrahlt. Jemand, der gestalten will, der sich traut, gängige Muster aufzubrechen und in der Folge etwas Neues und Innovatives zu gestalten. So gesehen, gewinnt der Begriff „Formatfernsehen“ eine ganz andere Dimension. Es kann nicht um ewig fließendes Häppchenfernsehen gehen. Dies läuft Gefahr, sich im cross-medialen Orkus zu verlieren. Kreativ denkende Menschen von Format wären den Sendern als strukturprägende Größen zu wünschen. Sie sollten sich dazu bekennen, etwas Unverwechselbares schaffen zu wollen und dafür auch die entsprechende Chance bekommen.

Mit Blick auf den Kinderfilm könnte das bedeuten, dass es im Verbund handelnde Re-

daktionen gibt, die sich allein dieser visuellen Ausdrucksform zuwenden. Die entsprechenden Auswertungsschienen werden dabei multifunktional gedacht. Hierbei könnten die einzelnen Fenster grundsätzlich den modernen Mediengegebenheiten angepasst werden. Warum sollte es nicht möglich werden, die TV-, DVD-, Internet- und Kinoauswertung in ein eng begrenztes Zeitfenster zu legen? Es erscheint längst nicht mehr sinnvoll, an exklusive Auftritte zu denken, sondern es geht um eine möglichst breite Wahrnehmung. Der berühmte Markt wird dies allerdings nicht regeln. Hierfür wäre ein bereichsübergreifender gesellschaftlicher Wille notwendig. Was nutzen etwa all die schönen Aufwendungen in Sachen Filmbildung oder Jugendschutz, wenn das Medium als Ganzes nicht mehr die Kraft hat, entsprechende persönlichkeitsfördernde und stillbildende Maßstäbe hervorzubringen.

Klaus-Dieter Felsmann
ist freier Publizist, Medien-
berater und Moderator
sowie Vorsitzender in den
Prüfungsausschüssen der
Freiwilligen Selbstkontrolle
Fernsehen (FSF).

