

Politische Kommunikation im öffentlich-rechtlichen Fernsehen.

Club 2 – Ein gesellschaftspolitisches- und politisches Kommunikationsformat



DIPLOMARBEIT

zur Erlangung des Magistergrades der
Philosophie
an der Fakultät für
Sozialwissenschaften der Universität Wien

Beurteiler: Univ. Prof. Dr. Rainer Gries

Verfasser: Thomas Ploberger

Matrikel-Nr.: 0056268

Studienrichtung: A 301/295

Wien, im Oktober 2008

Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort	6
2	Einleitung.....	8
3	Die Inhaltsanalyse als empirische Methode in der Kommunikationswissenschaft.....	11
3.1	Definition	11
3.2	Merkmale der systematischen Inhaltsanalyse	12
3.3	Der Vorteil der Inhaltsanalyse als empirische Methode	13
3.4	Methodische Prämissen für das textanalytische Vorgehen	14
3.5	Die Lasswell-Formel	16
3.6	Der symbolische Interaktionismus	16
3.6.1	Das „S – O – R“ Modell	18
3.6.2	Mediengratifikation	19
3.7	Diffusions-Theorie	20
3.7.1	Technischer Ansatz	20
3.7.2	Methodischer Ansatz	21
4	Club 2 – Ein „Opinion Leader“-Format.....	27
5	Institutionsgeschichte des österreichischen Rundfunks	29
5.1	Die Medienlandschaft in Österreich nach 1945	29
5.2	Der Rundfunk ab dem Jahr 1946	31
5.3	Der Einzug des Proporz in die österreichische Medienlandschaft	32
6	Der ORF und die parteipolitische Einflussnahme	33
6.1	Die Sozialdemokraten in der Medienlandschaft	33
6.2	Die christlich–soziale Partei in der Medienlandschaft	34
6.3	Die Programmgestaltung im Proporzrundfunk	35
6.4	Die Österreichische Rundfunk GmbH	36
6.5	Nachrichten im ORF	37
6.6	Die Rundfunkkrise	38
6.6.1	Im Budgetentwurf war zu lesen	39
6.7	Das Koalitionsabkommen 1963	40
6.8	Die Rolle der unabhängigen Presse in Österreich und die Rolle des Chefredakteurs Dr. Hugo Portisch	41
7	Das österreichische Rundfunkvolksbegehren 1964	45
7.1	Was ist ein Volksbegehren?	45
7.2	Das Einleitungsverfahren	46
7.2.1	Das Einleitungsverfahren am 02.Juli 1964	48
7.3	Die Finanzierung des Rundfunkvolksbegehrens	48
7.3.1	Die Kosten in realen Zahlen	49
7.3.2	Die Unterstützung der Werbewirtschaft	49

7.4	Das Rundfunkvolksbegehren vom 05. – 12. Oktober 1964	50
7.5	Die Lage nach dem Rundfunkvolksbegehren	51
7.5.1	Die erfolgreichsten österreichischen Volksbegehren	52
7.6	Das Rundfunkvolksbegehren 1989	52
8	Club 2 – Ein gesellschaftspolitisches und politisches	
	Kommunikationsformat	53
8.1	Die Integration der Bevölkerung in den öffentlichen Diskurs	53
8.2	Die österreichische Medienlandschaft im Proporz	53
8.3	Die Entstehung des Club 2	56
8.3.1	Ein Sendplatz für den Club 2	56
8.3.2	Die Empfänger des Club 2	57
8.4	Der Beginn des Club 2	58
8.4.1	Rundfunkgesetz	58
9	Die Wegbereiter des Club 2.....	60
9.1	Dr. Otto Oberhammer	60
9.2	Gerd Bacher	60
9.3	Kuno Knöbl	61
9.3.1	Knöbls Ansprüche an das Sendeformat Club 2	62
9.4	Redakteure und Moderatoren	63
9.5	Peter Huemer	64
9.5.1	Gesellschaftspolitische Hintergedanken	65
10	Die erfolgreichen Charakteristika des Club 2.....	67
10.1	Die technische Anordnung	67
10.2	Live Charakter	68
10.3	Open End	70
10.4	Offener Kanal	71
10.5	Auswahl der Themen	74
10.5.1	Szenenausschnitt Club 2, 09. August 1977	77
11	Die Auswahl der Gäste	79
11.1	Stilistische Merkmale	79
11.2	Das Gastgeber – Gast Verhältnis	81
11.3	Die Sprechergruppen im Club 2	81
11.4	Das Rollenkonzept des Clubgesprächs	82
11.5	Der Moderator im Club 2	82
11.5.1	Die Moderatoren des Club 2	83
11.6	Die Clubthemen	83
12	Die vier Phasen eines Club 2-Gesprächs.....	86
12.1	Die Eröffnungsphase	86
12.2	Die Informationsphase	87
12.3	Die Hauptphase	88

12.4	Die Schlussphase	88
13	Reichweite der Clubgespräche.....	89
13.1	Geschlecht	89
13.2	Alter	90
13.3	Bildung	90
13.4	Beruf	91
14	Feminismus im Club 2 - Die neue Frauenbewegung.....	92
14.1	Das weibliche Dilemma	94
14.2	Die Gastgeberinnen im Club 2	95
14.3	Das Verhältnis weiblicher und männlicher Gäste im Club 2	97
15	Die Veränderung der Gesellschaft durch die Club 2-Gespräche	101
15.1	Nationale Resonanzen	102
15.1.1	Resonanzen nationaler Persönlichkeiten	103
15.2	Internationale Resonanzen	104
15.2.1	Resonanzen internationaler Persönlichkeiten	104
16	Der skandalöseste Club 2 in der Fernsehgeschichte: „Jugendkultur“	106
16.1	Szenenausschnitt 09. August 1979	107
17	Transkription des Club 2: „Was ist los mit der Jugendkultur?“	109
18	Die Reaktionen auf den skandalösen Club 2	115
18.1	Die Erklärung Peter Huemers - zwei Jahre später	116
Resümee		118
19	Literaturverzeichnis.....	121
19.1	Literatur	121
19.2	Internetrecherche	126
19.3	Zeitungen	127
20	Abkürzungsverzeichnis	128
21	Anhang	129

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Grafik: Schnittmenge von Bedeutungsvorräten	Seite 17
Abbildung 2: Grafik: Two-step-flow-Konzept	Seite 22
Abbildung 3: Grafik: Opinion Sharing	Seite 24
Abbildung 4.: Tabelle: „SAME-Modell“	Seite 25
Abbildung 5: Bild: Dr. Hugo Portisch bei einer Werbeaktion zum Rundfunkvolksbegehren	Seite 45
Abbildung 6: Bild: Gerd Bacher 1975	Seite 60
Abbildung 7: Bild: Peter Huemer	Seite 64
Abbildung 8: Bild: Schah Reza Pahlewi	Seite 72
Abbildung 9: Bild: Auszug aus einem Zeitungsartikel	Seite 75
Abbildung 10: Bild: Hans Martin Schleyer	Seite 76
Abbildung 11: Tabelle: Club 2 mit weiblichen/männlichen Gastgeber/innen	Seite 95
Abbildung 12 : Tabelle: Moderatorenvergleich in den Club 2-Gesprächen	Seite 96
Abbildung 13: Tabelle: Vergleich der beliebtesten Gastgeber/innen	Seite 98
Abbildung 14: Tabelle: Anteile der Teilnehmer/innen nach dem Geschlecht	Seite 99
Abbildung 15 Bild: Club2 mit Nina Hagen	Seite 106
Abbildung 16: Bild: Nina Hagen	Seite 107
Abbildung 17: Bild: Skandalphotos Club2 Nina Hagen	Seite 111
Abbildung 18: Bild: Club2 mit Nina Hagen	Seite 114

1 Vorwort

Die vorliegende Arbeit ist aus dem Bestreben heraus entstanden, den Club 2 in Bezug auf die politische Kommunikation im öffentlich-rechtlichen Fernsehen näher zu betrachten - den Club 2 als ein gesellschaftspolitisches und politisches Kommunikationsformat.

In den Printmedien und im Fernsehen war und ist der Club 2 wieder voll im Gespräch: Politologen, Soziologen, Publizisten, Pädagogen, Experten und viele mehr diskutieren und setzen sich mit dem sozio-politischen Einfluss der Club 2-Reihe von einst und heute auseinander.

Die Betrachtungsweise in dieser Arbeit soll bzw. darf keinesfalls isoliert und eindimensional sein. Der Verfasser ist bemüht den Club 2 in einen rundfunk- und gesellschaftspolitischen Kontext zu stellen.

Dabei wird besonders auf die ambivalente Funktion des Rundfunkvolksbegehrens 1964 und den entstandenen Einfluss auf die Mediensituation in Österreich Rücksicht genommen. Diese Mediensituation führte aufgrund der entsprechenden Protagonisten und des Umfanges der Einflussnahme zum Entstehen der Club 2 – Diskussionen. Der Club rief durch sein „ungewöhnliches“ Format nationale und internationale Resonanzen hervor, die erst durch das Entstehen der kritischen Mediengesellschaft und deren politisches Umfeld Aufschluss über ihr „Warum“ im In- und Ausland gaben. Denn im Rundfunkvolksbegehren 1964, dem ersten Volksbegehren in Österreich überhaupt, fand erstmals in der Geschichte der Zweiten Republik eine komplette Rundfunkreform statt.

Der Fokus liegt dabei auf der politischen Situation, welche als Hemmschuh der überfälligen Reform erkannt werden kann. Schließlich musste die Politik nach langer Zeit des „Widerstandes“ einlenken. Die Reform war der erste wesentliche Schritt in die Richtung einer unabhängigen und freien Berichterstattung der Medien, des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Österreich.

Der Club 2 – Ein Auferstehen der „Kult“-Sendung

ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz ließ am 11. April 2007 den Club 2 wieder zum Leben auferstehen. Mit der Sendung „Extrazimmer“ erlebte der Club eine Renaissance: Dramaturgie und Aufmachung erinnerten an den Club 2 der

früheren Jahre. Durchsetzen konnte sich dieses Sendeformat nicht und wurde bereits im August 2007 wieder abgesetzt.

Im Herbst des Jahres wurde die Entscheidung zur Wiederaufnahme des „neuen“ Club 2, mit gleichem Namen, beschlossen. Am 12. September 2007 war Programmstart und ist nun wieder ein fixer Bestandteil in der Programmreihe des ORF 2.

2 Einleitung

In modernen Demokratien ist eine funktionierende Medienlandschaft bzw. sind unabhängige Medien und Journalisten unabdingbar. Am 05. Oktober 1976 begann die erfolgreiche Ära eines, bis zu diesem Zeitpunkt völlig neuen Fernsehformates, die des Club 2. Eine Fernsehsendung, die sich die neuen Grundwerte der „neu“ entstandenen Republik zu Herzen genommen hatte, gab den Machern der Club 2-Sendung die Möglichkeit, ein neues Gefühl von Demokratiebewusstsein und Meinungsfreiheit zu erleben. Die politische Unabhängigkeit brachte eine neue „Art“, Fernsehen zu produzieren. Diese so genannte politische „Unabhängigkeit“ gehört zu den Grundeigenschaften der Zweiten Republik und dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen in Österreich. „Vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk erwartet man, dass er mit seinen politischen Informationsangeboten zur Stabilisierung der Demokratie und zur gesellschaftlichen Integration pluralistischer Interessen beiträgt, indem er den Menschen Sachwissen und Orientierungshilfen vermittelt, die für das Gemeinwohl unverzichtbar erscheinen, aber nicht zwangsläufig durch die individuelle Nachfrage auch marktwirksam werden.“¹

Ein besonderes Merkmal des Club 2 war die offene Sendezeit, die einen ungezwungenen und völlig unversperrten Zugang zu einem Thema ermöglichte. Die Diskussionsrunden dauerten oft weit in die Nacht hinein und endeten oftmals erst in den frühen Morgenstunden. Kuno Knöbl², Erfinder der Sendung, leitete viele Jahre den Club 2.

Zahlreiche Club 2 - Diskussionen sorgten für Aufregung und weit reichende Diskussionen in der Politik, unter Experten und in der Bevölkerung. Zu den legendären Sendungen zählen die Diskussionen über das nie in Betrieb genommene Kernkraftwerk Zwentendorf, über Feminismus oder das geplante

¹ Udo M. Krüger: Entwicklung des Politikangebots im Fernsehprogramm, Politikberichterstattung zwischen Norm und Markt, in: Christa-Maria Ridder, Wolfgang R. Langenbacher, Ulrich Saxer, Christian Steininger (Hrsg.): Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Wiesbaden 2005, 1. Auflage., S. 252.

² Konrad Knöbl Kastelliz, geboren 09. Juli 1939 in Graz (Stmk.), Journalist und Moderator, 1967 Unterhaltungschef des ORF, Erfinder und jahrelanger Moderator des Club 2.

Wasserkraftwerk in der Au Hainburg und deren Besetzung durch Greenpeace-Aktivisten und Schriftsteller Wolfgang Bauer³, der vor laufenden Kameras einen Revolver zog und sich selbst an die Stirn hielt. Auch der mittlerweile legendäre Club 2 mit dem Thema „Was ist los mit der Jugendkultur?“, mit Punk-Ikone Nina Hagen, sorgte für einen nationalen Skandal mit internationalem Echo.

Das Bühnenbild, die Diskussions-Couch, der ungezwungene Umgang mit den Gästen, die Sendungsreihe an sich galten oft als Vorbild vieler gleichartiger Diskussions-Sendungen im ausländischen Fernsehen, beispielsweise in „After Dark“ im BBC und im Channel 4.

Aus den oben angeführten Ausführungen ergeben sich folgende Fragestellungen

- (1) Was waren die Auslöser für das Rundfunkvolksbegehren 1964 und inwieweit spielten die Wegbereiter des Volksbegehrens eine Rolle?
Welches personelle Umfeld charakterisierte diese Initiative?

Das Rundfunkvolksbegehren entstand nicht „von heute auf morgen“, sondern war das Ergebnis eines über Jahre, sogar Jahrzehnte dauernden Prozesses politisch medialer Beeinflussung. Engagierte journalistische Persönlichkeiten initiierten und formulierten den Inhalt des Volksbegehrens auf ihre ganz persönliche Art und Weise.

- (2) Worin bestanden die Faktoren, welche die Entstehung des Club 2 bedingten? Beeinflusste das Rundfunkvolksbegehren die Entstehung des Club 2? Wer waren die Initiatoren und Wegbereiter des Club 2?

Ein solches, zumindest für die damalige Zeit, innovatives Sendeformat brauchte und verfügte über eine Reihe von Wegbereitern. Der Club 2 verlangte auf der einen Seite nach personellen Pionieren bzw. persönlichem Einsatz, aber auch nach politischen Rahmenbedingungen, die erst durch das Rundfunkvolksbegehren möglich gemacht wurden.

³ Wolfgang Bauer, geb. 18. März 1941 in Graz (Stmk.), Schriftsteller, gest. 26. August 2005 in Graz.

(3) Was waren die Erfolgsfaktoren des Club 2? Worin bestand der gesellschaftspolitische Hintergedanke?

Eine Reihe von redaktionellen und studioteknischen Maßnahmen machte den Club 2 unverzichtbar im nationalen und internationalen Senderaum. Aber nicht nur die technischen Tricks schafften der Sendung einen besonderen Platz, auch der gesellschaftspolitische Hintergedanke einigte die interessierte Bevölkerung und etablierte diese beinahe zwei Jahrzehnte.

(4) Waren Frauen im demokratiepolitischen Kontext im Club 2 gleichberechtigt? Fanden Frauen durch den Club 2 ein „Gehör“ in der Öffentlichkeit oder wurden sie auch in einem solchen gesellschaftspolitischen Format unterdrückt?

Da sich der Club 2 ein neues Demokratiebewusstsein zum Ziel gesetzt hatte, liegt die Frage nach der Rolle der Frau in den Club – Diskussionen sehr nahe. Zu Beginn der Sendung, mitten der siebziger Jahre, konnte von Emanzipation und Feminismus im heutigen Sinn noch keine Rede sein. Dennoch muss die weibliche Rolle und das Kommunikationsverhalten des weiblichen Geschlechts untersucht werden. Kann im Club 2 auch von einem feminisierten Demokratiebewusstsein oder muss von einer imaginierten Weiblichkeit gesprochen werden.

(5) Worin bestand die Innovation einer solchen Diskussionsrunde?

Wie oben schon angeführt, bot der Club 2 eine Reihe von Innovationen, die dem Sendeformat vordringlich positive Resonanzen aus dem In- und Ausland einbrachten. Das einzigartige Club – Studio wurde des öfteren von ausländischen Fernsehproduzenten besucht und vermessen, um eine Kopie der Sendung im Ausland einführen zu können. Dennoch darf jetzt schon angeführt werden, dass ein solcher Erfolg nur in Österreich möglich war. Das wiederum war auf die personelle Besetzung und die Vorreiterrolle des Club 2 zurückzuführen.

3 Die Inhaltsanalyse als empirische Methode in der Kommunikationswissenschaft

Für diese Arbeit wurde die quantitative Methode der Inhaltsanalyse gewählt, die sich als eine empirische Methode in der Kommunikationswissenschaft zur Analyse von Inhalten, Texten, Merkmalen von Mitteilungen und sozialer „Wirklichkeit“ darstellen lässt. Die Inhaltsanalyse hat also das Anliegen, inhaltliche und finale Textmengen zu erfassen und zu bearbeiten. Sie spielt in der Kommunikationswissenschaft eine große Rolle, wurde von dieser Disziplin weiter entwickelt und als empirische Methode diszipliniert. Vor allem während des Zweiten Weltkriegs etablierte und positionierte sich die Inhaltsanalyse, um die seit Kriegsbeginn 1914 neu eingesetzte Methode der „Propaganda“ zu untersuchen. Ihren Ausgang fand sie Anfang der 40er Jahre in den USA. Sie versuchte, die NS – Kriegspropaganda zu erklären, zu verstehen und für sich selbst in Verwendung zu bringen.⁴

Wichtige Vertreter der Kommunikationsforschung im Zusammenhang mit der Inhaltsanalyse, die gleichsam als Gründungsväter dieses Faches bezeichnet werden können, sind Harold Dwight Lasswell, Paul Felix Lazarsfeld und William Belson⁵. Die Inhaltsanalyse kann als eine der wichtigsten Methoden in der Kommunikationswissenschaft bezeichnet werden, die aber auch noch in den Bereichen der Public Relations, Gewaltforschung u. a. verwendet wird. Es kann also behauptet werden, dass diese Methode nach der Etablierung in der Propagandaforschung in viele Forschungsgebiete Einzug gehalten hat.⁶

3.1 Definition

„Die erste wichtigste Bestimmung dieser Methode geht über einen Vergleich: Der Untersuchungsgegenstand der Inhaltsanalyse sind nicht Personen wie bei der Befragung“, die in der Soziologie eine große Rolle spielt, in der Inhaltsanalyse

⁴ Vgl.: Hans-Bernd Brosius, Friedricke Koschel: Methoden der Empirischen Kommunikationsforschung, Wiesbaden 2003, S. 161ff.

⁵ Harold Dwight Lasswell, geb. 13. Februar 1902, amerikanischer Politikwissenschaftler und Kommunikationstheoretiker, gest. 18. Dezember 1978. Paul Felix Lazarsfeld, geb. 13. Februar 1901 in Wien, österreichisch-amerikanischer Soziologe, gest. 30. August 1976 in New York. William Belson, Politikwissenschaftler und Soziologe, gest. 27. Mai 1973.

⁶ Vgl.: Hans-Bernd Brosius, Friedricke Koschel: Methoden der Empirischen Kommunikationsforschung, Wiesbaden 2003, S. 162.

aber ohne Bedeutung ist, „sondern es sind in der Regel Medienprodukte. Dies können Texte aus Tageszeitungen sein, aber ebenso Rundfunksendungen, Musik, Filme, Werbespots oder Propagandamaterial, also sämtliche Formen von textlichen oder visuellen Botschaften, die massenmedial verbreitet werden.“⁷

Im Laufe der Zeit haben sich eine Vielzahl von Definitionen etabliert, aber sämtliche bestimmen die Inhaltsanalyse als eine empirische Methode, mit deren Hilfe sich der Inhalt von einer Menge von Textbeispielen bis hin zur sozialen Wirklichkeit beschreiben lässt. „Eine Inhaltsanalyse, wie sie in der Regel in der Kommunikationsforschung zum Einsatz kommt, hat das Anliegen, Formate und inhaltliche Merkmale großer Tageszeitungen zu erfassen.“⁸

Die Inhalte sollen zusammengefasst und erklärt werden. Es werden nicht alle Textmengen einer Person erfasst, sondern nur wenige ausgewählte Texte werden reduktiv gesammelt und analysiert.⁹

3.2 Merkmale der systematischen Inhaltsanalyse

- ✓ Objektivität
- ✓ Systematisches Vorgehen
- ✓ Quantifizierung

Die systematische Inhaltsanalyse erfasst in der Regel zuerst einmal manifeste Inhalte, latente Inhalte werden erst in der Phase der Interpretation offenkundig als Untersuchungsergebnis.¹⁰

Die Inhaltsanalyse stellt eines der wichtigsten Instrumente zur Erforschung politischer Kommunikation dar. Wie Medien Politik nutzen, wie aber auch Medien von der Politik genutzt werden, spielt in der heutigen Zeit eine große Rolle, da Inhalte und Informationen nur über Medien und Kommunikationskanäle vermittelt werden. Die Inhaltsanalyse hilft uns, die Medien – Rezipienten – Wirkung zu verstehen. Durch das „two-steps of flow“-Modell von Lazarsfeld, nämlich dass Massenmedien sich durch Massenmedien erklären, sind sie damit

⁷ Hans-Bernd Brosius, Friedricke Koschel: Methoden der Empirischen Kommunikationsforschung, Wiesbaden 2003, S. 164.

⁸ Vgl.: Ebd. S. 165.

⁹ Vgl.: Ebd. S. 165ff.

¹⁰ Vgl.: Ebd. S. 170ff.

der Kommunikationswissenschaft dienlich. Nur so kann die politische Einflussnahme auf Massenmedien oder auf Fernsehformate gemessen werden.

3.3 Der Vorteil der Inhaltsanalyse als empirische Methode

„Die erste Stärke der Inhaltsanalyse gegenüber Befragung oder experimentellem Design ist die Tatsache, dass man Aussagen über Medieninhalte und Kommunikationsprozesse der Vergangenheit machen kann. [...] Vergangene Kommunikationsprozesse sind für sich schon sehr erhellend und gewinnen noch an Aussagekraft, wenn sie als vergleichendes Material zu aktuellen sozialen Problemen herangezogen werden.“¹¹

Inhaltsanalysen befähigen, Kommunikationsprozesse die vorerst nicht bestimmt werden konnten, in der Vergangenheit sichtbar zu machen, weil damit Wirkungsprozesse besser analysiert und dargestellt werden können.

Wirkungsprozesse wurden von der Vergangenheit in die Gegenwart gebracht und sichtbar gemacht. Die Inhaltsanalyse kann als deshalb auch als ein nicht reaktives Prozedere angesehen werden. Das heißt, dass sich der Untersuchungsgegenstand nicht verändert, im Gegensatz zu anderen empirischen Untersuchungen. Der Merksatz „Papier ist geduldig – Befragte sind es nicht“ kann in den Vordergrund gerückt werden, wenn der zeitliche Faktor berücksichtigt wird. Je nach Tageszeit und Tagesverfassung, der zeitlichen Intensität können Fragen im Forschungsdesign unterschiedlich von den Befragten beantwortet und vom Interessenten bewertet werden. Bei der Inhaltsanalyse sind der Reproduzierbarkeit keine zeitlichen Grenzen gesetzt, nur natürlich bestimmte Schranken spielen eine Rolle, der Faktor Zeit nimmt eine untergeordnete Rolle ein. Die erwähnten Grenzen liegen in der Reliabilität und der Zuverlässigkeit des Messinstruments, auch Codebuch genannt.¹²

„Vollständigkeit ist eine zentrale Forderung an ein Kategorienschema, denn nur unter dieser Voraussetzung kann die zentrale Forschungsfrage auch erschöpfend beantwortet werden.“¹³

¹¹ Hans-Bernd, Friedricke Koschel: Methoden der Empirischen Kommunikationsforschung, Wiesbaden 2003, S. 179.

¹² Vgl.: Ebd. S. 179ff.

¹³ Ebd. S. 185

Es soll nicht die ganze Komplexität eines Textes erfasst werden, sondern, je nach Forschungsziel, einzelne Textpassagen und Ausschnitte, nicht der ganze Umfang wird ausgewählt, nur ausgewählte Merkmale werden reduktiv behandelt.

Inhaltsanalysen sollen Rückschlüsse auf den

- ✓ Kommunikator
- ✓ Kontext und
- ✓ Rezipienten

zulassen.¹⁴

3.4 Methodische Prämissen für das textanalytische Vorgehen

- ✓ Texte werden als methodische Herstellung verstanden, daher wird die Geordnetheit in den Texten selbst und nicht in ihren äußerlichen kognitiven, psychologischen oder sozialen Bedingungen oder Faktoren ihrer Realisierung oder Rezeption gesucht.
- ✓ Texte werden als praktische Lösungen von Darstellungsproblemen ihrer Autoren verstanden. Ziel ist es, sowohl diese Darstellungsprobleme zu bestimmen als auch Praktiken und Formate zu isolieren, die es den Beteiligten ermöglichen, ihre Darstellungs- bzw. Verständnisprobleme zu lösen.
- ✓ Texte werden als situierte soziale Phänomene behandelt. Die Situiertheit bezieht sich dabei auf ihre Einbettung in eine kommunikative Konstellation. Außerdem betrifft die Situiertheit von Texten deren Einbettung in bestimmte gesellschaftliche Handlungsfelder und institutionelle Arrangements.
- ✓ Texte werden als reflexive Phänomene verstanden, die aktiv für ihre Verständlichkeit und Akzeptanz sorgen. Dadurch bezieht sich die Textanalyse oft auf alternative Versionen, sie zeigt, wie sich Texte mit tatsächlichen oder möglichen Gegenargumenten bzw. alternativen

¹⁴ Vgl.: <http://egora.uni-muenster.de>

Versionen auseinander setzen bzw. diesbezüglich argumentative Vorsorge treffen.

- ✓ Wirkungsforschung - Die Kommunikation der Massenmedien¹⁵

„Was wir über Massenmedien wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“¹⁶

Die Massenmedien sind ein populärer und wichtiger ‚player‘, da die Menschen dem Drang nach neuen Informationen nachgeben und so die Massenmedien für den Rezipienten eine unabdingbare Rolle einnehmen. Die elementarste Ebene, Kommunikationsprozesse darzustellen, ist die Bedingung, „Sender – Medium – Empfänger“ gegenüber zu stellen. In dieser Formel/Darstellung soll deutlich gemacht werden, dass ein Medium unbedingt nötig zum Transport von Informationen ist. Das Medium ist ein gegenständlicher „Kanal“, der „durch den Sender so geformt wird, dass er in der Lage ist, ‚Zeichen‘ zu transportieren. Der Empfänger muss in der Lage sein, die über die Sinnesorgane empfangenen Signale (also physikalisch/chemische Veränderungen) zu erfassen und als Zeichen zu erkennen.“¹⁷

Die eigentliche Leistung der Massenmedien liegt aber in der Formung der breiten öffentlichen Meinung durch das Potential der Massenmedien, nämlich durch die Verbreitung und Erreichbarkeit sowie die Verbreitung dieser in gesellschaftliche Teilbereiche. Massenmedien stellen damit auch eine Form des Fremden oder des Unbekannten dar. Der Begriff der „wahren/objektiven“ Information muss als nicht realistisch betrachtet werden.¹⁸

„Die Vielzahl von Eigenschaften und Strukturen, die den Medien (1) zugeschrieben werden, ist daraufhin konzipiert, dass Medien individuelle Kommunikation vermitteln und sanktionieren können, (2) den Ressourcen- (Faktoren-) und Produktaustausch zwischen ausdifferenzierten Subsystemen tragen und (3) überdies Grenzerhaltung und Identität der Systeme im Verhältnis

¹⁵ Vgl.: Hans-Bernd Brosius, Friedricke Koschel: Methoden der Empirischen Kommunikationsforschung, Wiesbaden 2003, S. 186ff.

¹⁶ Niklas Luhmann: Die Realität der Massenmedien, Opladen 1995, S. 24.

¹⁷ www.schule.bremen.de

¹⁸ Vgl.: Niklas Luhmann: Die Realität der Massenmedien, Opladen 1995, S. 50ff.

zu ihrer Umwelt garantieren, indem sie Komplexität regulieren, sie also einerseits reduzieren, aber auch im Bedarfsfall produzieren.“¹⁹

3.5 Die Lasswell-Formel

Die Rezipienten werden durch die Überflutung von Informationen durch die Massenmedien beeinflusst, zum einen auf der informativen Seite, aber auch auf dem ökologischen sowie politischen Sektor. Lasswell hat in diesem Zusammenhang die so genannte „Lasswell-Formel“ entwickelt, eine Kommunikationsformel, die den Fluss bzw. die Funktion von Massenmedien dem Rezipienten erklärt:

Who	Kommunikatorforschung
says what	Inhaltsanalyse/Aussageanalyse
in which channel	Medienforschung
to whom	Publikumsforschung
with what effect	Wirkungsforschung ²⁰

Die „Lasswell-Formel“ lautet: Wer sagt was durch welches Kommunikations-Mittel zu wem mit welcher Wirkung. Diese Formel ist von der Logik her, in Bezug auf eine gegenwärtige Kommunikation zu betrachten. Es fehlt die Frage nach dem Grund, der Ursache für eine Aussage (Problem Quelle) und es fehlt die Frage nach dem „Wie?“ der Aussage. Die Massenkommunikation vermittelt Informationsinhalte durch technische Hilfsmittel indirekt, einseitig und öffentlich an ein disperses Publikum.²¹

3.6 Der symbolische Interaktionismus

Der symbolische Interaktionismus spricht sich dafür aus, dass wir nicht nur in einer natürlichen, sondern auch in einer symbolisierten Umwelt leben. Dieser

¹⁹ Jürgen Habermas: Die Medientheorie als Brücke zwischen System und Lebenswelt bei Jürgen Habermas, in: Jan Künzler: Medien und Gesellschaft. Die Medienkonzepte von Talcott Parsons, Jürgen Habermas und Niklas Luhmann, Stuttgart 1989, S. 18.

²⁰ Vgl.: Roland Burkart: Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder, 4. Auflage, Wien 2002, S. 50ff.

²¹ Vgl.: Ebd. S. 52ff.

können Umwelt können wir (den verallgemeinerten anderen) nicht entfliehen, wird durch die symbolische Kraft Wirklichkeit, die uns wiederum durch Deutungs- und Interpretationsprozesse zugänglich gemacht werden kann:

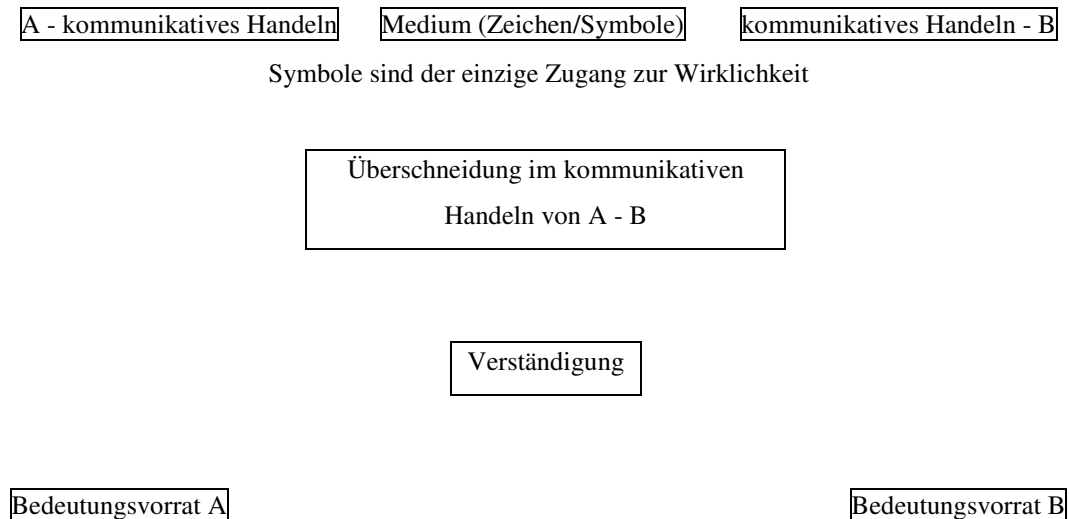


Abbildung 1.: Verständigung als Schnittmenge von Bedeutungsvorräten²²

Ansprüche des symbolischen Interaktionismus:

- ✓ Menschen handeln den „Dingen“ der Umwelt gegenüber auf der Grundlage von Bedeutungen
- ✓ Die Bedeutung der Dinge entsteht in sozialer Interaktion
- ✓ Bedeutungen werden in einem interpretativen Prozess abgeändert bzw. benützt

Aus den oben angeführten Punkten des symbolischen Interaktionismus ergibt sich, dass das menschliche Individuum auf Basis der Umwelt und der Bedeutungen handelt. Die Handlung hängt aber stark vom „Wert“ der „Dinge“ für die einzelne Person ab. Diese „Bedeutung“ entsteht in der sozialen zwischenmenschlichen Interaktion – es kommt zu einem interpretativen Prozess. Daraus entsteht eine Art Identität, ein „Selbst-Bewusstsein“, ein „Spiegel – Ich“, das in Bezug auf die „soziale Schöpfung“ gesehen werden kann.²³

²² Ebd. S. 60.

²³ Vgl.: Ebd. S. 191ff.

Massenmedien definieren, interpretieren und konstruieren „Realitäten“ und liefern ebenso Reaktionen auf diese. Der symbolische Interaktionismus hat in diesem Zusammenhang unabdingbare Informationen sowie Gesichtspunkte zur Wirkungsforschung geliefert. Der Ansatz zeigt, dass Medien unterschiedliche Entwicklungsstadien durchlaufen, die von den Menschen in den unterschiedlichen Varianten genützt werden. Die Wirkungsforschung zeigt in diesem Zusammenhang, dass die Individuen mit abweichenden Medienangeboten unterschiedlich umgehen können. Die Bedeutung des aktiven Publikums wird deutlicher, wenn man die Sichtweise auf den „Stimulus – Response“ (S – R) Ansatz lenkt. Zu diesem Ansatz fügt sich eine „O-Komponente“ (S – O – R Ansatz), das „Objekt“ wird zur orientierten Publikumsforschung.²⁴

„Das Publikum der Massenkommunikation, der tatsächliche Benutzer der Medien, wird nicht mehr als auf die Medien und ihre Inhalte orientierte Wesen verstanden, sondern als Menschen, die in ihrem jeweiligen Handlungs- und Problemzusammenhang absichtsvoll handeln und sich ihren Inhalten zuwenden und die massenmedial vermittelten Inhalte beispielsweise später in dafür geeignete Situationen aktualisieren und thematisieren (in Gesprächen am Arbeitsplatz, mit Freunden, in Familie, Partei oder Verein), die Informationen im Zuge von Problemlösungen jedenfalls zielgerecht einlösen.“²⁵

„Einstellungen“ wurden im so genannten „Black-Box-Modell“ definiert und wurden als eine zentrale „Variable im Beeinflussungsprozess erkannt. Die menschliche Persönlichkeit war in ihrer Nuancierungsfülle erkannt worden.“²⁶

3.6.1 Das „S – O – R“ Modell

Für die massenkommunikative Wirkungsforschung bedeutet das „S – O – R Modell“ eine „Modifikation des mechanistischen Reiz-Reaktions-Konzeptes.“²⁷ Das „S – O – R“ Modell stellt das Individuum als gewichtigen und forschungsrelevanten Faktor in den Vordergrund. Nun galt es zum einen, die

²⁴ Vgl.: Ebd. S. 195ff.

²⁵ Karsten Reneckstorf: Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung. Beiträge zur Begründung eines alternativen Forschungsansatzes, Berlin 1977, zitiert nach: Roland Burkart: Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder, 4. Auflage, Wien 2002, S. 187.

²⁶ Gordon W. Allport: Personality: A Psychological Interpretation, New York 1937, zitiert nach: Roland Burkart: Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder, 4. Auflage, Wien 2002, S. 196.

²⁷ Vgl.: Ebd. S. 196.

Bedeutung der „individuellen psychischen Disposition für den massenkommunikativen Wirkungsprozess zu bestimmen, da im Rahmen der Einstellungsforschung versucht wird, Einstellungen als relevante Variable im Wirkungsprozess zu begreifen. Zum anderen musste die Erreichbarkeit der potentiellen Rezipienten thematisiert werden. Augenblicklich wurde dem Stellenwert der interpersonalen Kommunikation im massenmedialen Wirkungsprozess nachgegangen. Die Diffusionsforschung erlebte einen Aufschwung, im Besonderen drängte sich die Frage nach den massenmedial vermittelten Inhalten in den Vordergrund.“²⁸

Daraus ergeben sich zwei wichtige Schlüsse der Wirkungsforschung: Zum einen die Forschung auf der psychologisch orientierten Seite, die auf Basis des Einstellungskonzeptes durchgeführt wurde, und zum zweiten die primär soziologisch orientierte Wirkungsforschung, deren zentrales Element dem Prozess der Diffusion massenmedial vermittelter Inhalte gilt.²⁹

Uses and gratifications approach (Nutzenansatz)

Der Nutzenansatz geht von der Idee des aktiven Publikums aus – Mediennutzung ist ein aktives und/oder ein bewusstes zielorientiertes Handeln, das den Massenmedien den Faktor der Bedürfnisbefriedigung zukommen lässt. Das heißt also, dass Massenmedien und ihre Inhalte Menschen zur Zufriedenheit selektiv beeinflussen, aber die Mediennutzung nur eine mögliche Handlungsalternative darstellt.³⁰

3.6.2 Mediengratifikation

- ✓ Ablenkung und Zeitvertreib führen den Menschen in den Eskapismus, der in der Medienpsychologie als wichtigstes Motiv der Mediennutzung, als emotionale Befreiung begriffen wird. Er wird als eine Ausbruchshaltung verstanden, als bewusste oder unbewusste Verweigerung gesellschaftlich allgemein anerkannter Handlungsvorstellungen und Zielsetzungen. Eine

²⁸ Vgl.: Ebd. S. 198.

²⁹ Vgl.: Ebd. S. 198 ff.

³⁰ Vgl.: Ebd. S. 198 ff

gewisser Rückzug vor der Wirklichkeit oder Realität kann auch durch geistiges und soziales Abschirmen („Stubenhocker“), durch eine Hinwendung zum Irrationalen, einen übermäßigen Gebrauch von Medien aller Art oder auch durch Substanzdrogen vollzogen werden.

- ✓ Persönliche Beziehung – „Para-soziale“ Interaktion, als zunehmender Ersatz für persönliche Beziehungen bzw. Interaktion und soziale Nützlichkeit meint, dass durch Medienkontakte die persönliche Beziehung gesteuert wird.
- ✓ Persönliche Identität bringt eine Identifikation, Legitimation sowie Projektion
- ✓ Kontrolle der Umwelt führt zu Informationsaufnahme über die „nahe“ und „weite“ Welt.³¹

3.7 Diffusions-Theorie

3.7.1 Technischer Ansatz

Unter dem Begriff der Diffusions-Theorie (Übermittlung/Verbreitung) werden theoretische Konzepte der Diffusion und Adoption erfasst. Die Diffusions-Theorie beschäftigt sich mit den Prozessen der Verbreitung von Innovationen in sozialen Systemen und mit der Verbreitung von Diffusionen, die im Markt ausgelöst werden. Als Innovation werden dabei alle Ideen, Prozesse und Objekte, die für eine soziale Gruppe subjektiv als neu entdeckt werden, verstanden.

Die Adoptionstheorie bildet eine Art Ausgangspunkt für Beobachtungen, die auf der Individualebene die entsprechenden Faktoren beschreibt, die zu einer Adoption oder Rejektion führen. Sogenannte Diffusionskurven lassen sich aus der Aggregation individueller Adoptionsprozesse ableiten und beschreiben jenen Anteil einer Personengruppe, die eine jeweilige Innovation angenommen haben. Die Diffusionsprozesse werden von personen-, umwelt- und produktbezogenen in ihrer Intensität und Dauer beeinflusst. Auch räumliche Parameter wie beispielsweise dem Einkommen der Nachfrager, von Informationsflüssen und der räumlichen Vernetzung von Informationsträgern. Innovationen richten sich vor

³¹ Vgl.: Ebd. S. 197ff.

allein in Ihrer Wahrnehmung an die Notwendigkeit oder an den Bedarf. Erst wenn dieser Bedarf gegeben ist, nehmen Menschen Innovationen wahr und stufen diese für sich selbst als relevant ein.³²

Im Allgemeinen werden verschiedene Stufen des Adoptionsprozesses unterschieden:

- ✓ erfahren einer Innovation - Knowledge
- ✓ von Innovationen positiv oder negativ überzeugt werden - Persuasion
- ✓ Entscheidung für oder gegen eine Innovation - Decision
- ✓ Umsetzung von Innovation - Implementation
- ✓ Bestätigung und weiterer nutzen bzw. rückgängig machen einer Innovationsentscheidung – Confirmation

Eine Anwendung von solchen Innovationen werden kommt nur dann zum tragen, wenn „adoptionsrelevante Dispositionen“ überzeugen können. Innovationen müssen über einen hohen relativen Nutzen verfügen, aus einer „geringen Komplexität bestehen, eine erhebliche Kompatibilität sowie einen hohen Grad an Erprobbarkeit“ aufweisen.³³

3.7.2 Methodischer Ansatz

Die Diffusionsforschung geht der Frage nach, wie massenmedial vorbereitete Aussagen von Rezipienten aufgenommen werden – wie sich Botschaften im Rezipientenbereich verbreiten. Die Theorie zeigt im Bereich kommunikativer Schaltstellen, das sind Beeinflussungsstellen, die interpersonale (zwischenmenschliche) Verbreitung von Nachrichten auf. Ausgangspunkt in der Kommunikationswissenschaft ist das „opinion leader“-Modell von Lazarsfeld. Der Bereich des „opinion leadings“ beschreibt typische Beeinflussungsfaktoren, die sich im Laufe der Zeit veränderten, sodass heute vom „opinion sharing“ gesprochen wird.³⁴

³² Vgl.: Ebd. S. 208 ff.

³³ Vgl.: Ebd. S. 200 ff

³⁴ Vgl.: Roland Burkart: Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder, 4. Auflage, Wien 2002, S. 207ff.

Two-step-flow-Konzept

M ----- OL ----- R

Abbildung 2: Two-step-flow-Konzept³⁵

„Opinion leaders“ werden durch die Meinungsbildung bzw. Themenführerschaft gegenüber anderen Personen, den Rezipienten, charakterisiert. Sie versuchen, andere Rezipienten („non leaders“) von ihrer Sicht der Dinge, vor allem von politischen Meinungen, zu überzeugen und treten oft als Ratgeber in den Vordergrund. „This suggests that ideas often flow from radio and print to the opinion leaders and from them to the less active sections of the population.“³⁶

Massenmedien erreichen somit nicht direkt den Großteil der Bevölkerung, sondern bringen in der ersten Stufe die Nachrichten näher – erst in der zweiten Stufe erreichen die Nachrichten die weniger aktiven Rezipienten, sozusagen auf „Umwegen“ über die „opinion leaders“.³⁷

Merkmale der „opinion leaders“

- 1) Große Geselligkeit, mit einer hohen Anzahl an sozialen Kontakten
- 2) Hohes aktives Kommunikationsverhalten mit einer gleichzeitig hohen Inanspruchnahme von Massenmedien
- 3) Hohe Einflussosphäre auf die „non leaders“
- 4) Überdurchschnittliches Interesse an subjektiv ausgewählten Themen und somit Ergreifen einer Art Themenführerschaft
- 5) Vorhandensein der „Opinion leaders“ in allen gesellschaftlichen Schichten
- 6) Besetzen eines abgegrenzten Themenbereiches³⁸

„So wird zum Beispiel ein Meinungsführer, der bei politischen Fragen einflussreich ist, wahrscheinlich wenig Wissen in Bezug auf Damenmoden oder

³⁵ Vgl.: Ebd. S. 209.

³⁶ Vgl.: Ebd. S. 209.

³⁷ Vgl.: Ebd. S. 209.

³⁸ Vgl.: Ebd. S. 210.

schöne Künste haben.“³⁹ Der Kritikpunkt der „two-step-of-flow“-Methode liegt in der Diffusion von Inhalten. „Aus diesen Resultaten folgt die ‚two-step-of-flow‘-Hypothese, dass sie in Hinblick auf den Diffusionsprozess zu verwerfen und in Hinblick auf den Persuasionsprozess nur begrenzt haltbar ist.“⁴⁰

Daher wurde bereits in den 50er Jahren das „multi-step-flow“-Modell erarbeitet. „Opinion leaders“ werden in hohem Maß von anderen „opinion leaders“ beeinflusst, das heißt, dass Meinungsführer selbst durch persönlichen Kontakt mit anderen „opinion leaders“ mehr von Fakten beeinflusst werden als von Massenmedien.⁴¹

„Opinion-sharing“

Die Theorie des „opinion leaders“ und die des „non leaders“ können somit nicht aufrechterhalten bleiben – es handelt sich vielmehr um ein kommunikatives Phänomen. Unter „opinion sharing“ wird daher verstanden: Der „Umstand, dass die Weitergabe von massenmedial vorbereiteten Informationen und Meinungen im Rahmen persönlicher Gespräche nicht einseitig, sondern wechselseitig verläuft. Die Ratgeberrolle („opinion giver“) und Ratsucherrolle („opinion asker“) wechselt dabei häufig zwischen den Gesprächspartnern, sodass von einem einseitigen Informationsfluss (der von einem „opinion leader“ zu einem „non leader“ verläuft) nicht mehr gesprochen werden kann. Vergleicht man darüber hinaus die Gruppe der „opinion givers“ mit der Gruppe der „opinion askers“, so findet man große Ähnlichkeiten zwischen ihnen; weder hinsichtlich der Mediengewohnheiten und des Informationsstandes noch in Hinblick auf die Soziabilität und den sozialen Status zeigen sich signifikante Unterschiede. Übrig bleiben somit jene Personengruppen, die weder den „givers“ noch den „askers“ zugesprochen werden können – die „opinion avoiders“.⁴²

IA

OL ----- OL

³⁹ Ebd. S. 211.

⁴⁰ Ebd. S. 212.

⁴¹ Vgl.: Ebd. S. 210ff.

⁴² Vgl.: Ebd. S. 214 ff

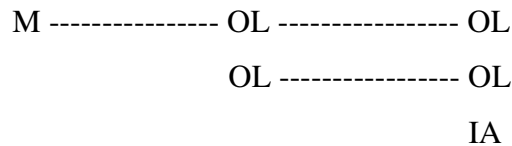


Abbildung 3: Opinion Sharing⁴³

Daraus zeigt sich, dass sich im Kommunikationsprozess unterschiedliche Personenkreise ergeben, in denen die aktiveren „opinion leaders“ den inaktiveren „non leaders“ die beeinflussten Informationen weitergeben. „Opinion leaders“ kommunizieren gleichsam untereinander in den Unterschieden der Medienzuwendung. Die Inaktiven rezipieren ebenso aus den massenmedialen Angeboten, wenn auch in geringerem Ausmaß. Massenmedien erreichen somit alle sozioökonomischen Schichten, je nach subjektiver Interessenslage und Entwicklung. Bei Menschen, die einen reinen Informationsgewinn zum Ziel haben, kann von einem „one-step-flow“ Modell ausgegangen werden. Ziel ist der reine Zuwachs an Information und Wissen. Weniger sozialisierte Personengruppen greifen andererseits oft auf „virtuelle Meinungsbildner“ (Politiker, Experten, Schauspieler, Künstler, usw.) zurück, die sie als Orientierungspersönlichkeiten sehen, die für sie, eben aus dem Mangel an realen sozialen Kontakten, als „Ersatzbezugspersonen“ sehen.⁴⁴

„Im Zentrum der Lebenswelt befindet sich die jeweilige Handlungssituation, in der die Beteiligten sich vor Probleme der Handlungskoordination gestellt sehen. Die Lebenswelt bildet den Horizont dieser Situation.“⁴⁵

⁴³ Vgl.: Ebd. S. 213.

⁴⁴ Vgl.: Ebd. S. 213ff.

⁴⁵ Jan Künzler: Medien und Gesellschaft. Die Medienkonzepte von Talcott Parsons, Jürgen Habermas und Niklas Luhmann, Stuttgart 1989, S. 50

Das „SAME“-Modell

Quelle	Sender	Aussage/materielles System	Empfänger	Feed-back
Ursache	Absicht / Intention	Aussage	Interesse / Effekt	Effekt / Tat
	Codierung - "Vokabular"	Zeichen	Decodierung	
	Zeichenvorrat	natürliche- /Kultursprachen	(gemeinsamer) Zeichenvorrat	
	aktive Sprachbeherrschung (elaborierter, restringierter Code)	Eigengesetzlichkeit des Mediums	passive Sprachbeherrschung	

Abbildung 4.: Tabelle „SAME-Modell“⁴⁶

Einen umfassenderen Einblick bietet die Formel Sender – Aussage/Medium - Empfänger („S (A/M) E“). Dieses Modell ist für „direkte“ Medien geeignet, im Gegensatz zu „indirekten“ Medien bzw. solchen, die auch als „indirekte“ Medien einen gegenwärtigen Prozess intendieren (Werbung z.B.). Wie aus der oben angeführten Tabelle hervorgeht, bestimmt das „SAME-Modell“ nicht die Qualität der "Quelle", „ebenfalls ist das Feedback oder die Rückkopplung nicht in die Formel integriert. Auf der anderen Seite zeigt es aber die Besonderheit des Mediums als geformtes materielles System, das eben dadurch eine Aussage transportieren kann. Das materielle System hat durch seine Eigengesetzlichkeit einen wesentlichen Anteil an der Aussage.“⁴⁷

⁴⁶ Vgl.: www.schule.bremen.de

⁴⁷ www.schule.bremen.de

Der bekannte Systemtheoretiker Niklas Luhmann⁴⁸ hingegen geht bei der Kommunikation durch die Massenmedien von der Konstruktion von Realitäten durch die Massenmedien aus. Er kategorisiert das System in drei Ebenen:

- ✓ Unterhaltung
- ✓ Werbung
- ✓ Nachrichten und Berichte

In Bezug auf Massenmedien bestimmt Luhmann einen sozialen Bezug, ein soziales System, das durch die Zwischenschaltung von technischen Kommunikationskanälen das direkte Zusammenspiel zwischen Sender und Empfänger ausschließt.⁴⁹

„Wir können wohl ausschließen, dass die genannten Programmbereiche jeweils eigene, operativ geschlossene Funktionssysteme bilden. Aber auch die Vorstellung, es handle sich in allen Fällen nur um einen Annex jeweils anderer Funktionssysteme, die sich der Massenmedien als eines technischen Mittels der Verbreiterung ihrer Kommunikation bedienen, vermag kaum zu überzeugen. Dabei bliebe die Eigendynamik und der ‚konstruktivistische Effekt‘ dieser Medien unberücksichtigt. Sie lassen sich als folgenreiche soziale Kommunikation ja nicht auf bloße Technik reduzieren. Solche Probleme können vermieden werden, wenn man von der Annahme ausgeht, es handele sich um eine Differenzierung des Systems der Massenmedien auf der Ebene seiner Programme. Das führt zu der ausarbeitbaren Vorstellung, das System benutze seine Programmatik, um seine Beziehung zu anderen Funktionssystemen der Gesellschaft zu diversifizieren; und die auf strukturellere Ebene, weil Kontakte auf operativer Ebene ausgeschlossen sind, zu bringen.“⁵⁰

⁴⁸ Niklas Luhmann, geb. 08. Dezember 1927 in Lüneburg, Jurist, Soziologe und Philosoph, gest. 06. November 1998 in Bielefeld.

⁴⁹ Vgl.: Niklas Luhmann: Die Realität der Massenmedien, Opladen 1995, S. 40ff.

⁵⁰ Ebd. S. 51

4 Club 2 – Ein „Opinion Leader“-Format

Der Club 2 etablierte sich durch die Jahre hindurch als „Opinion Leader“ Format, das den Menschen das Gefühl gab, einen Wissensvorsprung zu besitzen. Durch die ausführliche Austragung der „Streitgespräche“ und dem „Open End“-Charakter konnte der/die Rezipient/in derart viele Informationen aufnehmen, die ihn/sie für kurze Zeit in die Rolle des „Opinion Leaders“ brachte. Das heißt, wer die Sendung gesehen hatte, war zumindest für kurze Zeit in der Lage, mehr zu wissen als jemand, der nicht die Zeit hatte, das Gespräch zu verfolgen. Diese symbiotische Beziehung zwischen Medienmachern und Rezipienten nutzten beide Seiten gleich gut aus. Denn für beide war es wichtig, ein hohes Ansehen als außergewöhnliche/r, anspruchsvolle/r und intelligente/r Sendung bzw. Rezipient zu genießen. Nur wer sich stundenlange Diskussionen anschaute, wurde in der Öffentlichkeit als Intellektueller wahrgenommen. Dieser Schein konnte aber nur so lange aufrechterhalten werden, so lange der Club dem Anspruch der Seher und vor allem der Kritiker standhielt. In den Nachdiskussionen durch die Rezipienten/innen trat ein besonderes Phänomen auf:

Plötzlich war die Diskussion nach der Diskussions-Sendung wichtiger als der Gesprächsstoff in der Club 2 - Runde. Mit der Club 2 - Sendung wurde Gesprächsstoff für den nächsten Tag erzeugt, der dann in den verschiedensten privaten bzw. öffentlichen Diskussionsrunden verwendet werden konnte. Die „Opinion Leaders“ dominierten die Gespräche am „Tag danach“ und konnten durch brillantes Wissen glänzen. Genau aus diesem Grund hatte dieses Diskussionsformat derart großen Zuspruch. Nischenthemen wurden genauso behandelt wie weitläufige politische Themen. Die „Opinion givers“ dominierten und waren selbst im „Opinion sharing“ Modell den anderen einen Wissensschritt voraus, der genau eben für diese Menschen wichtig scheint – mehr zu wissen als die anderen.

Im Club 2 wurde die wichtige Rolle des „interaktiven“ Gastes berücksichtigt. Es war möglich, durch einen Anruf beim ORF in das Studio durchgeschaltet zu werden und live mitzudiskutieren. Dieser Aspekt brachte für die Wirkung auf den Rezipienten Vorteile gegenüber anderen Sendungsreihen zur damaligen Zeit.

„Einer von uns diskutiert im Club 2 mit Experten und das Live“⁵¹ war für viele Menschen ein Grund, den Club 2 zu sehen. Die Meinung eines jeden, nicht nur der scheinbaren Elite, konnte jederzeit artikuliert werden und brachte oft neuen Schwung und Ansätze in die Diskussion. Für die Menschen vor den Fernsehapparaten war dies ein wichtiger Bestandteil einer Sendung. „Opinion Leader“ diskutierten live in der Sendung mit und wurden so zu einem höheren Status innerhalb ihrer sozialen Kontakte erhoben. Im Hinblick auf die „non leaders“ brachte es auf den diversen „Stammtischen“ und semi-öffentlichen Diskussionen Ansehen und Zuhörer. Der Club 2 wurde somit zu einem „Opinion-leader“-Format, der Meinungen formte und „Diskussions-Main-Streams“ schaffte bzw. vorgab.

⁵¹ Peter Huemer: Die offene Sendung im falschen Wohnzimmer. Vom Vertrauen in die Macht der Worte, in: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmter ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 48

5 Institutionsgeschichte des österreichischen Rundfunks

Die Hauptelemente eines über die Zeiten hinweg identifizierbaren Idealtyps der institutionellen Einrichtung des öffentlichen Rundfunks:

- ✓ Als gemeinwohlverpflichteter nationaler öffentlicher Dienst ist er, so das Leitbild, zur Ausstrahlung vielfältiger, qualitativ hoch stehender Radio- und Fernsehprogramme für alle verpflichtet. Dies beinhaltet zugleich Akzeptanz, effizientes Wirtschaften, Rechenschaftspflicht vor der nationalen Öffentlichkeit und schließt Profitorientierung und Parteilichkeit aus.
- ✓ Organisatorisch wird die Realisierung dieser institutionellen Zielsetzung durch entsprechende externe und interne Steuerungs- und Kontrollstrukturen gesichert. Diese sollten die nationalen Einbindungen wie die optimale Distanz und Nähe des öffentlichen Rundfunks zum Politik- und Wirtschaftssystem verbürgen: Distanz um seines unparteiischen eigenrationalen Funktionierens willen, Nähe wegen der unerlässlichen Legitimations- und Wirtschaftsressourcen.
- ✓ Voraussetzungen einer mehr denn kurzzeitigen Realisierung dieser idealtypischen Kombination von Leitbild und entsprechender struktureller Sicherung sind ausreichend technologisch – wirtschaftliche Ressourcen, aber auch legitimierender politischer Rückhalt und eine kompatible institutionelle Umwelt, die eine solche Rundfunkproduktion tragen.⁵²

5.1 Die Medienlandschaft in Österreich nach 1945

Nach Kriegsende gab die provisorische Regierung die Unabhängigkeitserklärung ab und proklamierte eine demokratische Republik Österreich. Dadurch trat die österreichische Verfassung wieder in Kraft. Der russische Teil der Alliierten erteilte Dr. Karl Renner⁵³ die Erlaubnis, wieder Parteizeitungen herauszugeben.

⁵² Vgl.: Ulrich Saxer: Zur Institutionsgeschichte des öffentlichen Rundfunks, in: Christa – Maria Ridder, Wolfgang Langenbacher, Ulrich Saxer, Christian Steiniger: Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Wiesbaden 2005, 1. Auflage, S. 125.

⁵³ Dr. Karl Renner, geb. 14. Dezember 1870 in Unter-Tannowitz (Tschechien), Jurist und Politiker (SDAP, SPÖ), 1945 erster Regierungschef der Zweiten Republik, 1945 bis 1950 Bundespräsident

Im Zuge dessen wurde das alte Presserecht wieder gewährt. Dadurch trat die frühere österreichische Verfassung wieder in Kraft und somit auch das alte Presserecht. Am 21. Dezember 1867 war in Österreich das Staatsgrundgesetz erlassen worden, das die Grundfreiheiten garantierte. Artikel 13 Absatz 1 besagte, dass jedermann [...] das Recht hatte, „durch Wort, Schrift, Druck, oder bildliche Darstellung seine Meinung innerhalb der gesetzlichen Schranken frei zu äußern [...]“. Es wurde ausdrücklich betont, dass „[...] die Presse weder unter Zensur gestellt noch durch ein Konzessionssystem beschränkt werden“⁵⁴ durfte. 1867 kann von einem Rundfunk noch nicht gesprochen werden, weshalb auch der Hinweis auf eine Rundfunkfreiheit im Staatsgrundgesetz fehlt.⁵⁵

„[...] Doch als die Siegermächte im Vertrag von St. Germain (1919) den Anschluss an Deutschland untersagten und auch den Namen der Republik mit ‚Österreich‘ festschrieben, mussten die Parteien diesen Zwang zur Selbständigkeit akzeptieren. [...] Für die Wahl in die Verfassungsgebende Nationalversammlung (1919) war das allgemeine und gleiche Wahlrecht auch auf Frauen ausgedehnt und die Mehrheitswahl durch die Verhältniswahl ersetzt worden. In der provisorischen Staatsregierung arbeiteten zunächst Sozialdemokraten, Christlichsoziale und Deutschnationale in einer Allparteienregierung zusammen.“⁵⁶

Jeder Mensch konnte demnach eine Zeitung herausgeben, er/sie musste dies nur im Innenministerium bekannt geben. Am 5. August 1945 erschienen wieder die ersten Parteiblätter von SPÖ, ÖVP und KPÖ. Die Zeitungen waren „freie“ Zeitungen, soweit dies bei Parteiblättern überhaupt möglich war. Aus diesem Grund fasste der Alliierte Rat am 01. Oktober 1945 den Beschluss, der demokratischen Presse „die größtmögliche Freiheit“ zu geben, mit der Bedingung, dass keine nationalsozialistischen, großdeutschen und/oder militärischen

gest. 31. Dezember 1950 in Wien.

⁵⁴ Norbert P. Feldinger: Nachkriegsfunk in Österreich. Zwischen Föderalismus und Zentralismus von 1945 bis 1957, München/London/Paris/New York 1990, S. 121

⁵⁵ Vgl.: Ebd. S. 115ff.

⁵⁶ Sieglinde Rosenberger, Anton Pelinka: Österreichische Politik. Grundlagen – Strukturen – Trends, Wien 2003, S. 23

Ideologien verbreitet werden dürfen, was schließlich zur Beendigung der Zensur führte.⁵⁷

„Mit einem Heißhunger sondergleichen stürzten sich die Menschen an den plötzlich wieder gedeckten Tisch. Was sollten die Leute mit dem Geld, für das man nur das kriegen konnte, was der „Lebensmittelauf Ruf“ versprach (und oft nicht hielt), ansonsten beginnen. [...] Die Auflage der großen Tageszeitungen raste in vor denen nie erreichte Höhen. Ganz Österreich war aus der Not des Tages in ein Land von emsigen Lesern geworden [...]“⁵⁸ Zu Beginn der entstehenden Zweiten Republik war von Seh- und Rundfunk noch nichts zu bemerken, erst ab dem Jahr 1946 entwickelten sich diese in der österreichischen Medienlandschaft.⁵⁹

5.2 Der Rundfunk ab dem Jahr 1946

Auch der Rundfunksektor stand unter dem Einfluss der Alliierten Mächte, was vor allem zu dieser Zeit das Radio betraf. Jede Besatzungsmacht unterhielt in ihrer Besatzungszone einen Rundfunk. Die Franzosen umfassten die Bundesländer Tirol und Vorarlberg in die „Sendergruppe West“, die Amerikaner gründeten die „Sendergruppen Rot-Weiss-Rot“ und einen englischsprachigen Soldatensender. Die „Sendergruppe Alpenland“ unterstand britischem Einfluss, die Russen initiierten „Radio Wien“, da ihnen das Funkhaus (noch heute in Betrieb) in die Hände gefallen war.⁶⁰

Natürlich nutzten die Alliierten ihre Radiostationen, um Propaganda für ihre Ideen zu verbreiten. Erst 1947 begannen die Ländergruppen, zuerst noch zögernd, einen Propagandaustausch vorzunehmen, was auch dem entstandenen österreichischen Verwaltungsapparat im Funkhaus zu verdanken war. Dennoch dauerte es bis in den September 1953, bis das erste Versuchsprogramm „Radio Österreich“ ausgestrahlt wurde. 1954 übergaben die russischen, französischen und britischen Besatzungsmächte ihre Sender an die Österreicher/innen, mit der Erlaubnis, die bestehenden Sendeanlagen weiter auszubauen und vor allem zu nutzen. Nur die Amerikaner behielten ihre Sender noch bis in den Juli 1957. Die Alliierten

⁵⁷ Vgl.: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001, S. 8ff.

⁵⁸ Ebd. S. 15.

⁵⁹ Vgl.: Herbert Löwy: Der Fernsehsturm blieb aus, in: Jacques Hannak, (Hrsg.): Bestandsaufnahme Österreich 1945 – 1963, Wien/Hannover/Bern 1963, S. 462.

⁶⁰ Vgl.: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001, S. 10ff.

übergaben die Sender an die jeweiligen Landesregierungen, da der Standpunkt vertreten wurde, dass der Rundfunk Ländersache sei, bis im Dezember 1954 der Verfassungsgerichtshof die Kompetenzen dem Bund, dem Nationalrat, zusprach.⁶¹ „Während der Besatzung Österreichs gab es ein (russisches) Radio Wien, ein (amerikanisches) Rot-Weiß-Rot, die (französische) Sendergruppe West und die (englische) Sendergruppe Alpenland. Erst im September 1953 begann „Radio Österreich“ sein von den Besatzungsmächten unabhängiges Programm. In diesem Jahr wurde auch die Bezeichnung „Österreichischer Rundfunk“ eingeführt. 1964 fand ein Rundfunkvolksbegehren gegen den Proporzfunk statt, bei dem 832.353 Unterschriften geleistet wurden. 1967 trat das neue Rundfunkgesetz in Kraft, im Hörfunk wurden Strukturprogramme nach Vorbild der BBC installiert: der Kultursender Ö1, das Länderprogramm ÖR (Österreich Regional) und Ö3 als einer der ersten Popsender Europas.“⁶²

5.3 Der Einzug des Proporz in die österreichische Medienlandschaft

Das Proporzdenken, das für den Rundfunk in der Zweiten Republik ein besonderes Kennzeichen darstellte und letztendlich für das Rundfunkvolksbegehren 1964 verantwortlich sein sollte, hielt bald Einzug in den neu gegründeten und strukturierten österreichischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk. „[...] In den 50er Jahren ist dann der Rundfunk, nachdem er aus der Aufsicht der Besatzungsmächte entlassen wurde, das geworden, was er später war. Ein Koalitionsrundfunk, ein Rundfunk, in dem sich die Parteien breit gemacht haben. Das war auch verständlich, dass nach dem Krieg, nach der Ein – Parteien – Herrschaft im Reichsrundfunk, sich die neuen Parteien breit gemacht haben, dass ein gewisser Konkurrenzkampf entstanden ist.“⁶³

⁶¹ Vgl.: www.members.eunet.at

⁶² Ebd.

⁶³ Dr. Helmut Zilk: Interview im September 2000 in Wien, zitiert nach: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001, S. 19

6 Der ORF und die parteipolitische Einflussnahme

„Das Parteiensystem der Zweiten Republik geht in hohem Maß auf die letzten drei Jahrzehnte der Monarchie zurück. Auch die ausgeprägte Parteienstaatlichkeit – der ungewöhnliche intensive Einfluss der Parteien nicht nur auf das eigentliche politische System, sondern auf die gesamte Gesellschaft – ist die Fortsetzung der schon in der Monarchie entwickelten ‚Lagermentalität‘. Parteiensystem und Parteienstaat haben ihre Wurzeln in der Monarchie.“⁶⁴

Der entstandene Proporz innerhalb des österreichischen Rundfunks wurde erst im Laufe der 60er Jahre einer breiten Masse der Bevölkerung bekannt bzw. bewusst gemacht. Vor Beginn des Bestehens des „neuen“ Mediums, war eine Nähe zur Politik zu verzeichnen, doch die proporzmäßige Aufteilung der Ämter der beiden großen Regierungsparteien, läuft erst Mitte der 50er Jahre außer Kontrolle, nachdem der Rundfunk endgültig in österreichische Hände übergeben wurde.

6.1 Die Sozialdemokraten in der Medienlandschaft

Die SPÖ hatte sehr lange ein sehr gespanntes Verhältnis zu den „unabhängigen“ Tageszeitungen, da sie als der „verlängerte“ Arm der Volkspartei angesehen wurden. So vertraten viele sozialistische Politiker die Meinung, dass nur parteinahe Medien den Gegenpol zu den unabhängigen bilden könnten.⁶⁵

„Ich mache Sie nur mal auf einen Umstand aufmerksam. Das Berufsliteraten- und Publizistentum neigt sehr dazu, zwischen allen Parteien herumzuschaukeln und in dieser Überlegenheit zu sehen. Niemand ist ein ärgerer Verächter des wirtschaftenden und sich um das allgemeine Wohl kümmernden Arbeitsmenschen als diese Klasse. Sie ist auch absolut unzuverlässig. Es ist viel klüger, sie zu wirklicher Parteiarbeit zu erziehen als zu hochmütiger Überheblichkeit.“⁶⁶

Dieses negative Denken und Handeln gegenüber der Presse und den Journalisten kann in ihrer Etablierungszeit gesucht werden, wo sie von den „unabhängigen – bürgerlichen“ Zeitungslandschaften angefeindet wurde und sich mit großer Anstrengung ein eigenes Zielmedium, die Arbeiter – Zeitungen, schaffen musste,

⁶⁴ Sieglinde Rosenberger, Anton Pelinka: Österreichische Politik. Grundlagen – Strukturen – Trends, Wien 2003, S. 17.

⁶⁵ Vgl.: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001, S. 18.

⁶⁶ Wolfgang Pensold: Vom Staatskanzler zum Medienkanzler. Drei Dogmen im medienpolitischen Diskurs der SPÖ nach 1945, zitiert nach: Medien & Zeit Heft 3/99/Jg. 14, S. 5.

um ihren Einfluss in den Wählergruppen zu wahren. Dieser Umgang mit einer unabhängigen Presse fiel diesen Gruppen so schwer, weil die unabhängigen Zeitungen stark unter dem Einfluss der christlich–sozialen Partei standen, also gar nicht so unabhängig waren, vergleichbar mit dem heutigen Einfluss der Parteien auf die Tagespresse. In dieser Betrachtungsweise liegen die Versuche der SPÖ begründet, vor und nach 1955 einen Staats- bzw. Proporzrundfunk und ein – fernsehen zu schaffen, um ein Instrument der gesamtösterreichischen Meinungsbildung in der Hand zu haben, weit über die Reichweite der Arbeiterzeitungen hinaus und um auch gegen das Schwinden der Parteipresse ein passendes Instrument der Meinungsformung in der Hand zu haben.⁶⁷

6.2 Die christlich–soziale Partei in der Medienlandschaft

Die ÖVP hatte gegenüber der SPÖ innerhalb der „unabhängigen“ Pressen einen großen Vorteil, da sie, wie schon erwähnt, ein Naheverhältnis zu den Tageszeitungen suchte. Diese Stellung war auch in den Rundfunkgremien zu beobachten, da die RAVAG (Radio Verkehrs AG, Vorläufer des jetzigen ORF), unter Einfluss der Volkspartei stand. 1954 hatte der österreichische Staat den Rundfunk von den Alliierten Mächten wieder zurückerhalten und unterstand in Folge dem Verkehrsministerium, dass vom Sozialisten Dipl. Ing. Karl Waldbrunner⁶⁸ geleitet wurde. Dennoch hatte die SPÖ nicht den gewünschten Einfluss, da die RAVAG dem christlich–sozialen Lager entsprang. Trotzdem wurde der SPÖ das in Zukunft wichtigste Medium, das Fernsehen, beinahe kampflos überlassen.⁶⁹

„[...] Angefangen hat es mit dem Bundeskanzler Raab⁷⁰, der gesagt hat: „Des Kastl brauch ma net [...]“ Es wurde etwas aufgeteilt: Die schwarzen Häuptlinge haben das Radio, die roten haben das Fernsehen, als es kam, besetzt [...]“⁷¹

⁶⁷ Vgl.: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001, S. 20ff.

⁶⁸ Karl Waldbrunner geb. 25. November in Wien, Elektrotechniker und Politiker (SPÖ), Bundesminister für Verkehr und verstaatlichte Betriebe 1949 – 1956, gest. 5 Juni 1980 in Wien.

⁶⁹ Vgl.: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001, S. 21.

⁷⁰ Julius Raab geb. 29. November 1891 in St. Pölten (Nö.), Bauingenieur und Politiker (ÖVP), Bundeskanzler 1953 – 1961, gest. 8. Jänner 1964 in Wien.

⁷¹ Kurt Tozzer: Interview im September 2000 in Wien, zitiert nach: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001, S. 21.

Die federführenden Politiker Julius Raab und Heinrich Drimmel⁷² waren sich über die Bedeutung des Fernsehens nicht im Klaren, was von der SPÖ ausgenutzt wurde, um vorerst ein Gegengewicht zum Rundfunk und zu den Tageszeitungen zu schaffen.⁷³

Die ÖVP vertrat die Meinung, dass das Fernsehen eine Art Exklusivvergnügen für einige wenige sein würde, dass dies eine grobe Fehleinschätzung war, sollte sich bald herausstellen, da das Fernsehen binnen kürzester Zeit zum wichtigsten Medium politischer Meinungsbildung avancierte. Um diese Fehleinschätzung zu verstehen, sollte man wissen, dass sich die ÖVP ihre Stellung und Machtposition nie erkämpfen musste und deshalb technischen Neuheiten immer skeptisch gegenüber stand. Außerdem kam dazu, dass innerhalb der ÖVP eine Intellektfreundlichkeit herrschte, die generell den neuen Massenmedien mit Unverständnis begegnete und daher eine solche Haltung diesen und einer eigenen Medienpolitik gegenüber hervorbrachte. Diesen großen Einflussbereich der Medienpolitik und „Meinungsmache“ sicherte sich die SPÖ, sie beschützte sowie schützte und verteidigte ihn mit allen politischen Mitteln.⁷⁴

6.3 Die Programmgestaltung im Proporzrundfunk

Dem Verfassungsgesetz und dem Rundfunkgesetz nach war die Bundesregierung seit 1956 für die „grundsätzlichen Richtlinien“ der Programmgestaltung zuständig, die sie auch der neu gegründeten Rundfunk GmbH nicht abtreten wollte. Darum kamen die Parteien zu dem Beschluss, dass die nächste Generalversammlung über Sendezeiten von Belangsendungen und Werbezeiten zu entscheiden habe. Jedoch kam es nie zu einer derartigen Resolution, die die Sendezeiten der Parteien regeln sollte. In einer Woche wurden rund zwölf Minuten Belangsendungen ausgestrahlt und 170 Minuten für sonstige Sendezeiten der politischen Parteien verbraucht, wie zum Beispiel Übertragungen aus dem Parlament. Im Tagesdurchschnitt wurden 25 Minuten politische Werbung noch dazu ins Programm gepackt, wobei bedacht werden muss, dass die verfügbare Zeit bedeutend geringer war als heute und dass es noch kein 24-Stunden-

⁷² Vgl.: Heinrich Drimmel geb. 16. Jänner 1912 in Wien, Jurist und Politiker (ÖVP), Bundesminister für Unterricht 1954 – 1964, gest. 2. November 1991 in Wien.

⁷³ Vgl.: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001, S. 22.

⁷⁴ Vgl.: Ebd. S. 22ff.

Fernsehen gab. Diese übertriebene politische Einflussnahme auf das Programm führte zu heftigen Spannungen zwischen den Parteien und den Journalisten.⁷⁵

In der Wahlkampfphase zur Nationalratswahl 1962 entbrannte ein erneuter heftiger Streit um den ORF, wobei „[...] das Ausmaß der Sendungen aber auch deren Inhalt genau registriert“ wurde. „Der Anlass des Streits war, dass sich die ÖVP in diesen Punkten benachteiligt fühlte und forderte, dass der sozialistische Fernsehdirektor Freund⁷⁶ einen Programmleiter zur Seite gestellt bekomme, damit dieser genau aufpassen könne [...] Letztendlich ließ man diese Idee wieder fallen, konnte aber nicht verhindern, dass mit dieser Kampagne der Ruf des ORF in Bezug auf politische Interventionen, denen er ständig ausgesetzt war, wieder einmal bestätigt worden war.“⁷⁷

6.4 Die Österreichische Rundfunk GmbH

Mit der Gründung der Österreichischen Rundfunk GmbH 1957 begann sich der Rundfunk vollends in einen Proporzrundfunk zu verwandeln. Ein Generaldirektor, einem Programmdirektor des Hörfunks, einem technischen Direktor und einem Fernsehdirektor bildeten den Vorstand. Es war die „Rundfunkgesellschaft, die ab 1. 1. 1958 allein zur Ausstrahlung von Radio- und Fernsehprogrammen berechtigt war. Mit ihrer Errichtung endete die Zeit der Rundfunkprovisorien nach Ende des Zweiten Weltkriegs. Gesellschafter waren Bund (97,3 Prozent) und Länder (2,7 Prozent). Wegen der proportionalen Besetzung aller wichtigen Positionen und ihrer parteienabhängigen Programmgestaltung wurde die Gesellschaft als ‚Proporzrundfunk‘ kritisiert und durch das Rundfunkvolksbegehren 1964 unter Druck gesetzt.“⁷⁸ Je zwei Männer gehörten der ÖVP und zwei der SPÖ an. Alle wichtigen Beschlüsse konnten nur einstimmig gefasst werden, es gab keinen wirklichen freien Journalismus im Rundfunk, da strikte Anweisungen der Parteien

⁷⁵ Vgl.: Ebd. S. 38..

⁷⁶ Gerhard Freund geb. 5. September 1925 in Wien, Journalist, Schauspieler, 1957 – 1967 erster Direktor des ORF, gest. 29. Mai 1979 in Wien.

⁷⁷ Kurt Tozzer, Interview am 19. September 2000 in Wien, zitiert nach: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001, S. 37ff.

⁷⁸ www.wien-vienna.at

einzuhalten waren. In den Wiener Führungspositionen gab es ab 1952 nur mehr Doppelbesetzungen im Sinne des Parteienproporz.⁷⁹

6.5 Nachrichten im ORF

Die wichtigste Aufgabe von Journalisten ist es, Informationen möglichst genau, ohne Verfälschung und hochgradig objektiv wiederzugeben. Wenn die Nachricht und die Meinung des Reporters eng beieinander liegen, wird der Journalist immer Gefahr laufen, keine klare Trennung zwischen Subjektivität und Objektivität zu finden. Diese Unterscheidung fand im Proporzrundfunk der 60er Jahre nicht statt. Es wurde kein wirklich freier Rundfunk zugelassen, die Politik diktierte die Medien, nicht so schlimm wie im Nationalsozialismus oder im benachbarten Kommunismus, aber dennoch so stark, dass nicht von einem unabhängigen, freien Journalismus gesprochen werden kann. „Der damalige Justizminister Broda⁸⁰, der hat da gar nichts gekannt. Ich kann mich noch ganz genau erinnern. Der kam mit einem Speisezettel, den ihm irgendein Referent ausgestellt hat mit vier Fragen und den Zettel hat der Journalist bekommen, der dann diese vier Fragen stellen durfte. Damit war das Interview erledigt. Diese Unsitte des „Russischen Interviews“ sozusagen, die hat – gerechterweise zu sagen – nicht nur der Broda angewandt [...]“⁸¹

Nicht nur Fragen wurden auf diesen Handzetteln vermerkt, sondern a priori auch die passenden Antworten, die der Politiker später, auswendig gelernt, wieder zum Besten gab. Eine unangenehme Diskussion wurde nicht nur nicht zugelassen, es wurde der politischen Kommunikation auch jegliche Berechtigung genommen. Dass nicht nur Interviews ihre Glaubwürdigkeit verloren hatten, sondern ganze Sendungen unter politischem Einfluss standen, zeigt ein Interview mit Kurt Tozzer⁸²: „Bei den Parlamentsberichten haben die Reporter dort ein Manuskript von der Rede bekommen, wo der Redner schon angestrichen hat, dass er möchte, dass dieser Teil gesendet wird. Das wurde dann gesendet, nur das, was der

⁷⁹ Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 203, Seite 47ff.

⁸⁰ Christian Broda geb. 12. März 1916 in Wien, Rechtsanwalt und Politiker (SPÖ), Bundesminister für Justiz 1960 – 1966 und 1970 – 1983, gest. 1. Februar 1987 in Wien.

⁸¹ Dr. Helmut Zilk: Interview im September 2000 in Wien, zitiert nach: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001, S. 30ff.

⁸² Kurt Tozzer geb. 1929 in Wien, Journalist, Moderator und Autor, 1967 – 1994 Leiter zahlreicher Sendungen im ORF.

Politiker wollte, wurde gesendet [...] Man hatte gewusst: Ich bestell mir den Reporter sowieso, dass er zum Interview kommt, das war auch möglich. Da ist nicht nur irgendein Reporter gekommen, sondern da hat der Minister angerufen: „Ich möchte ein Interview geben, aber schicken Sie mir Herrn Meier!“ Das war ein Parteifreund. Dem gab er die Rede und davon sollte der Reporter die Fragen ableiten, die dann der Minister ohne Problem beantworten konnte.“⁸³

Kritik war verpönt, geradezu verboten, der Proporz vertrug keinerlei negativen Eingriffe. Aus diesem Grund wurden keine Live-Sendungen ausgestrahlt, da es in diesem Sendeformat keinerlei Kontrollfunktionen gab, besonders dann, wenn es um brisante Inhalte ging. Erst 1963 wurden die „Stadtgespräche“ ausgestrahlt, unter der Leitung von Dr. Helmut Zilk⁸⁴, die einen Live-Charakter aufwiesen, in denen es um brisante politische Themen ging. Journalisten konnten sich ohnehin nicht frei entfalten, da die Posten innerhalb des ORF durch das passende Parteibuch vergeben wurden.⁸⁵

6.6 Die Rundfunkkrise

Die Rundfunkkrise umschrieb nichts anderes als ein Finanzierungsdesaster, das vor allem nach der Gründung der Rundfunk GmbH eintrat, da die Finanzierung dieser Gesellschaft nicht gesetzlich geregelt wurde. Dieses akute Finanzproblem konnte zuerst nicht verstanden werden, da die Anzahl der TV – Geräte innerhalb kurzer Zeit von 16.000 auf 600.000 (1965) anstieg und damit auch die Zahl der Gebührenzahler. Nichts desto trotz führte die Unfinanzierbarkeit des Fernsehens zum Koalitionsproblem, unter anderem auch, weil die ÖVP jetzt die Wichtigkeit und das Wachstum dieses neuen Mediums erkannte, aber von der SPÖ „links“ liegen gelassen wurde.⁸⁶

⁸³ Dr. Helmut Zilk: Interview im September 2000 in Wien, zitiert nach: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001, S. 33ff

⁸⁴ Dr. Helmut Zilk geb. 9. Juni 1927 in Wien, Lehrer und Politiker (SPÖ), ab 1962 hohe Popularität durch die Talkshow „Stadtgespräche“, 1967 -1974 ausschließlich beim ORF als Programmdirektor.

⁸⁵ Vgl.: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001, S. 42ff.

⁸⁶ Vgl.: Ebd. S. 45ff.

Da eine Abänderung des Budgets die notwendige dreivierteil Mehrheit im Nationalrat benötigte, aber nie erlangte, weil dies eine Abwertung der eigenen Fraktion gleich gekommen wäre, kam dieser Gesetzesantrag nie zustande.⁸⁷

6.6.1 Im Budgetentwurf war zu lesen

	Einnahmen (inkl. Werbung)	Ausgaben
Fernsehen	223,7 Mio. Schilling	202,9 Mio. Schilling
Hörfunk	212,4 Mio. Schilling	225,6 Mio. Schilling

Personal

	Aufwendungen
Fernsehen	59,7 Mio. Schilling
Hörfunk	117,9 Mio. Schilling

⁸⁸

Aus diesen Zahlen ist gut abzulesen, warum sich der rote Fernsehfunk gegen eine Gebührenerhöhung sträubte, er hätte so dem defizitären schwarzen Hörfunk auf die Beine geholfen. Wie unter diesen Bedingungen journalistisch gearbeitet wurde, erinnert stark an Realsatire.⁸⁹

„Wenn ein schwarzer Minister interviewt werden sollte, musste man bei den Sozis anfragen, ob sie das zulassen. Die sagten, „Ja, das könnt ihr machen, aber morgen kommt ein Roter dran.“ Und beide teilten vor dem Interview mit: „Schreiben’s das auf, Herr Redakteur, ich möchte das und das gefragt werden“, dann vor der Kamera hat der Reporter seine Fragen halbwegs frei gestellt und der Minister hat seine Antwort von dem Blatt abgelesen. Es war eine Farce.“⁹⁰

⁸⁷ Vgl.: Hermann Stöger: Schwarze Welle Roter Schirm. Der Proporz am Beispiel Rundfunk, Wien/Melk 1965, S. 35ff.

⁸⁸ Vgl.: Auszug aus dem Budget – Entwurf 1962, in: Mappe „Volksbegehren/Rundfunk“, Archiv der Kleinen Zeitung, Graz, zitiert nach: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2003, S. 46ff.

⁸⁹ Vgl.: Hermann Stöger: Schwarze Welle Roter Schirm. Der Proporz am Beispiel Rundfunk, Wien/Melk 1965, S. 35ff.

⁹⁰ Günther Baumann (Hrsg.), Peter Rabl: Hinter den Schlagzeilen - 50 Jahre Kurier: Zeit, Zeitung, Zeitgeschehen, Wien 2004, S. 50

Dieser aufgeblähte Proporzapparat wurde durch die drei Direktionen, denen sieben Hörfunkstudios unterstellt waren, noch unterstützt. Der Programm-, Verwaltungs- und Technikbereich (drei Direktionen) wurden durch den Postenschacher der großen Parteien so lange aufgebläht, bis der finanzielle Kollaps drohte. Als Beispiel dieses aufgequollenen Personalapparates kann die vierköpfige Führungsriege herangezogen werden. „Aus der Rundfunkmisere ist ein richtiges Debakel geworden, so sehr, dass die Sender sogar nur mehr mit halber Kraft arbeiten durften. [...] Von Seiten der Regierung liegen [...] verbindliche Zusagen vor. Man will nicht mehr mit einem Notbudget arbeiten, sondern man will das Unternehmen auf eine feste Basis stellen, man scheint überhaupt in Sachen Rundfunk und Fernsehen zu einem Kompromiss bereit zu sein, schon weil die Wahlmanager beider Parteien angesichts der Stimmung in der Öffentlichkeit dies dringend empfehlen.“⁹¹

6.7 Das Koalitionsabkommen 1963

Im Koalitionsabkommen 1963 wurde ein Geheimpakt verabschiedet, das den österreichischen Rundfunk retten und den ewigen Streit um die Vormachtstellung im Rundfunk beenden sollte. Das Abkommen sprach sich für eine Entpolitisierung des ORF aus und für Inhalte, die parteioffiziell zur Sendung freigegeben wurden. Dieses Rundfunkpapier führte aber dazu, dass keine innenpolitischen Themen mehr Platz fanden und nur mehr Außenpolitik ausgestrahlt wurde oder innenpolitische Themen, die beide Parteien gleich (gut) darstellten. Jeder Vorgesetzte einer ORF Abteilung trug eine politische Farbe und musste demnach einen Stellvertreter, sein politisches Pendant, zur Seite gestellt bekommen.⁹²

„Was wir vor einer Woche erst befürchtet haben, ist mittlerweile eingetreten: ÖVP und SPÖ haben sich geeinigt, Rundfunk und Fernsehen der totalen Parteikontrolle zu unterwerfen. Fünf bis sechs Parteikommissare sollen die Programme überwachen. aber nicht, um schlechte Sendungen zu unterbinden, auch nicht, um politische Propagandasendungen der anderen Partei zu verhindern, sondern mit dem ausschließlichen Ziel, auf jede derartige Sendung mit einem

⁹¹ Walter Urbanek: Um die Sanierung des Rundfunks, in: Die Presse 02. Feb. 1962

⁹² Vgl.: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2003, S. 54ff.

Propagandaprogramm der eigenen Partei ‚gleich zu ziehen‘. Rundfunk und Fernsehen sind in jedem Land wichtige Instrumente zur Bildung der öffentlichen Meinung, daher aber auch zur Sicherstellung der Freiheit dieser Meinung und der Information. Ohne derartige Freiheit gibt es keine Demokratie und von der Überwachung der Meinung und Information bis zu Polizeistaat und Diktatur ist kein sehr weiter Weg.“⁹³

6.8 Die Rolle der unabhängigen Presse in Österreich und die Rolle des Chefredakteurs Dr. Hugo Portisch

Dr. Hugo Portisch⁹⁴ war dazumal Chefredakteur der größten „unabhängigen“ Tageszeitung in Österreich, dem Kurier. Der Redaktion um Dr. Hugo Portisch fiel das Koalitionsabkommen in die Hände, das bei allen großen Ärger auslöste. In einem Urheberartikel schaffte er sich Luft. Nur diesen Leitartikel zu schreiben schien ihm aber nicht genug zu sein und er versuchte, die Öffentlichkeit gegen den ORF und vor allem gegen die Koalitionsparteien zu vereinen. Die Organisatoren rund um Portisch dachten dabei schon jetzt an das verfassungskonforme Instrument des Volksbegehrens.⁹⁵

„Anschlag auf Hörer und Seher. Die Regierungsparteien haben vereinbart, an den Schlüsselstellen der Programmleitung politische Kommissare einzusetzen. Diese haben den Auftrag, die genaue Einhaltung des Proporz im Programm zu überwachen, ihre Parteizentrale bei Übergriffen des Gegners zu alarmieren und Rachesendungen gegen die anderen Regierungsparteien zu organisieren. Insgesamt sollen fünf solcher Proporzkommissare eingesetzt werden.“⁹⁶

Am 23 März 1963 rief der „Kurier“ zum Protest gegen das Parteiendiktat im Rundfunk auf.

„Wir, die unterzeichneten österreichischen Staatsbürger und Wähler, sprechen uns entschieden dagegen aus, dass Rundfunk und Fernsehen der geplanten parteipolitischen Kontrolle unterworfen werden. Wir stellen an die gewählten

⁹³ Dr. Hugo Portisch: Zurück zur Demokratie, in: Kurier am 23 März 1963.

⁹⁴ Dr. Hugo Portisch geb. 19. Februar 1927 in Bratislava/Pressburg (Slowakei), Journalist, 1955 – 1958 stv. Chefredakteur der Tageszeitung „Kurier“, 1958 – 1967 Chefredakteur der Tageszeitung „Kurier“.

⁹⁵ Vgl.: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2003, S. 58ff.

⁹⁶ Günther Baumann (Hrsg.), Peter Rabl: Hinter den Schlagzeilen - 50 Jahre Kurier: Zeit, Zeitung, Zeitgeschehen, Wien 2004, S. 49.

Vertreter des Volkes, an die politischen Parteien und ihre Funktionäre das Begehren, durch geeignete Maßnahmen für einen Rundfunk- und Fernsehbetrieb zu sorgen, der der österreichischen Bevölkerung mit freier, überparteilicher Information sowie Unterhaltung dient und seine kulturelle Mission ungehindert von parteipolitischen Einflüssen erfüllt.“⁹⁷

Das Ziel dieser Aktion war es, die nötigen 200.000 Unterstützungsunterschriften zu erlangen. Dieses Volksbegehren rief so große Begeisterung in der Leserschaft und bei den journalistischen Kollegen hervor, dass binnen kurzer Zeit beinahe alle Tageszeitungen diesen Entwurf abdruckten und die ersten 100.000 Unterschriften innerhalb weniger Tage zusammengetragen waren. Diese große Resonanz seitens der Bevölkerung musste von den Regierungsparteien zur Kenntnis genommen werden. Es kam im Parlament zu einer Vielzahl dringlicher Anfragen seitens der FPÖ, die anfangs von SPÖ und ÖVP immer negierend behandelt wurden, dann aber Gehör im Plenum fanden. Es fanden Verhandlungen seitens der Regierung mit den Herausgebern und Chefredakteuren statt.⁹⁸

„Daraufhin wollten mich Bundeskanzler Gorbach⁹⁹ und Vizekanzler Pittermann¹⁰⁰ sprechen, aber separat. Die Forderung von uns Medien: Damit wir mit den Coupons aufhören, muss das Geheimpapier weg. Und die Regierung muss sich verpflichten, innerhalb eines Jahres eine echte Rundfunkreform durchzuführen. Andernfalls würden wir das Volksbegehren initiieren.“¹⁰¹

Hugo Portisch berichtete von einem Anruf, den er von der Regierungsspitze erhielt. Es geht klar hervor, dass dies Aktion der unabhängigen Presse für die Politiker eine äußerst unangenehme sein muss, die unbedingt zu stoppen war. Das weiter vorgehen plante Portisch gemeinsam mit Dr. Csoklich und Dr. Flajnik, da sie nun in der Lage waren, Bedingungen zu stellen.¹⁰²

⁹⁷ Hermann Stöger: Schwarze Welle – Roter Schirm. Der Proporz am Beispiel Rundfunk, Wien/Melk 1965, S. 110.

⁹⁸ Vgl.: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2003, S. 60ff.

⁹⁹ Alfons Gorbach geb. 2. September 1898 in Imst, Jurist und Politiker (ÖVP), Bundeskanzler 1961 – 1964, gest. 31. Juli in Graz.

¹⁰⁰ Bruno Pittermann geb. 3. September 1905 in Wien, Politiker (SPÖ), Vizekanzler 1957 – 1966, gest. 19. September 1983 in Wien.

¹⁰¹ Günther Baumann (Hrsg.), Peter Rabl: Hinter den Schlagzeilen - 50 Jahre Kurier, Zeit, Zeitung, Zeitgeschehen, Wien 2004, S. 49.

¹⁰² Vgl.: Hugo Portisch: Zeitzeugenbericht, in: Österreich II. Jahre des Aufbruchs – Jahre des Umbruchs, Wien 1996, S. 49.

Am 6. Juni 1964 veröffentlichten 38 unabhängige Tageszeitungen eine Erklärung zum Volksbegehren für eine Rundfunkreform, das bei genügend Zustimmung bis zum 30. Juni eingeleitet und zum frühesten möglichen Termin durchgeführt werden sollte. Für die Initiatoren waren die unabhängigen Tageszeitungen von unabschätzbarem Wert, da deren Beteiligung eine hohe Bekanntheit und somit eine hohe Stimmenabgabe sicherstellte. Die Parteipresse musste sich der jeweiligen Parteilinie anschließen, weil sie das Sprachrohr der jeweiligen Fraktion darstellte. Ein Aktionskomitee wurde gebildet unter der Leitung von Bruno Flajnik, der zusammen mit Hugo Portisch und Hermann Stöger das Volksbegehren leitete. Ein Exekutivausschuss und Expertenteams arbeiteten an der Umsetzung des Volksbegehrens wie auch das Exekutivkomitee, das als Dachorganisation gegründet wurde, in dem die Repräsentanten aller Bundesländer und der Bundeshauptstadt sowie die der gesamten Tages-, Wochenpresse und Monatszeitschriften zusammengefasst wurden. Das Ziel des Exekutivkomitees war es, alle Arbeiten zusammenzufassen und mit dem Arbeitskomitee zu vereinen.¹⁰³

Der Druck auf die Regierung stieg von Tag zu Tag. Die österreichische Regierung willigte ein, eine Rundfunkreform durchzuführen, ansonsten hätten die Chefredakteure ein Volksbegehren initiiert. Aber selbst das Exekutivkomitee, das schon ein Jahr vor Ablauf der Frist gegründet wurde, konnte sich nicht einigen. „Dieses Gesetz war zwar gesetzlich verankert, doch es gab seit 1920 keine Durchführungsbestimmungen. Wir hatten aber einen Verbündeten in der Regierung, Innenminister Franz Olah¹⁰⁴, der immer schon ein bisschen für die direkte Demokratie gewesen war. Der sorgte dafür, dass die Durchführungsbestimmungen für Volksbegehren endlich erlassen wurden.“¹⁰⁵ Zuerst war die Idee, ein Volksbegehren wirklich durchzuführen, reine Theorie, um die Koalitionsparteien zum Handeln zu zwingen. Als die Initiatoren aber merkten, dass dies nicht zum gewünschten Ergebnis führen würde, beschloss sie, tatsächlich in die Offensive zu gehen und dieses Vorhaben zu verwirklichen.

¹⁰³ Vgl.: Ebd. S. 78ff.

¹⁰⁴ Franz Olah geb. 13. März 1910 in Wien, Gewerkschafter und Politiker (SPÖ), Bundesminister für Inneres 191963 – 1964.

¹⁰⁵ Günther Baumann (Hrsg.), Peter Rabl: Hinter den Schlagzeilen - 50 Jahre Kurier: Zeit, Zeitung, Zeitgeschehen, Wien 2004, S. 50

„Österreicher und Österreicherinnen!

Die Uhr ist abgelaufen. Die beiden Regierungsparteien haben die Rundfunkreform bis zu dem von ihnen verbindlich zugesagten Termin des 30. Juni nicht zustande gebracht. Wir, Österreichs parteiunabhängige Zeitungen und Zeitschriften haben von vornherein klargestellt, dass weder eine halbe Lösung noch eine Verschiebung des Termins das von uns vorbereitete Volksbegehren zur Rundfunkreform verhindern wird [...]"¹⁰⁶

¹⁰⁶ Hugo Portisch: Rundfunkvolksbegehren, in: Kurier am 02. Juli 1964

7 Das österreichische Rundfunkvolksbegehren 1964



Abbildung 5: Bild 1: Dr. Hugo Portisch am Wiener Stephansplatz bei einer Werbeaktion zum Rundfunkvolksbegehren¹⁰⁷

7.1 Was ist ein Volksbegehren?

„Volksbegehren, Gesetzesantrag des Volkes, der sowohl im Verfahren zur Erlassung von Bundes- als auch von Landesgesetzen vorgesehen ist. Für den Bereich des Bundes gilt: Das Volksbegehren ist von 100.000 Stimmberechtigten oder von je einem Sechstel der Stimmberechtigten dreier Länder zu stellen. Ein Volksbegehren kann entweder durch mindestens 10.000 Personen, die in der Wählerevidenz eingetragen sind und ihren Hauptwohnsitz im Bundesgebiet haben, oder durch mindestens acht Abgeordnete zum Nationalrat bzw. durch mindestens je vier Abgeordnete zu den Landtagen dreier Länder eingeleitet werden. Das Ergebnis des Volksbegehrens kann beim Verfassungsgerichtshof angefochten werden. Ein (nicht angefochtenes bzw. nicht aufgehobenes) Volksbegehren ist dem Nationalrat von der Hauptwahlbehörde zur geschäftsordnungsgemäßen Behandlung vorzulegen. Das Instrument des Volksbegehrens gewinnt in letzter Zeit politisch zunehmend an Bedeutung.“¹⁰⁸

¹⁰⁷ www.demokratiezentrum.org

¹⁰⁸ www.aeiou.at

7.2 Das Einleitungsverfahren

Damit ein Volksbegehren zur Eintragung aufliegen kann (Eintragungsverfahren), ist ein gesetzlich genau vorgeschriebenes Procedere, das Einleitungsverfahren, erforderlich. Im Rahmen des Einleitungsverfahrens müssen Proponenten des Volksbegehrens beim Bundesminister(ium) für Inneres einen Antrag auf Einleitung des Verfahrens für ein Volksbegehren (in der Folge Einleitungsantrag genannt) stellen. Einen Einleitungsantrag kann eine Einzelperson einbringen. Hinter einem Antrag kann aber auch eine politische Gruppierung oder eine Personengruppe oder eine politische Partei stehen. Stellen mehrere Personen einen Antrag, so ist eine Konstituierung in Form eines Vereins oder dergleichen nicht erforderlich.¹⁰⁹

Ein Einleitungsantrag hat zu enthalten:

- ✓ den Text des Volksbegehrens
- ✓ allenfalls eine Kurzbezeichnung (maximal drei Worte)
- ✓ die Bezeichnung eines (einer) Bevollmächtigten sowie von vier Stellvertretern oder Stellvertreterinnen (Familien- und Vorname, Beruf, Adresse)
- ✓ die Bezeichnung eines Bankkontos, zu dem der (die) Bevollmächtigte und seine Stellvertreter(innen) nur gemeinsam zeichnungsberechtigt sind
- ✓ die Unterschriften des (der) Bevollmächtigten sowie der Stellvertreter(innen)
- ✓ eine (dem Antrag anzuschließende) Begründung¹¹⁰

Der Text des Volksbegehrens kann in Form eines Gesetzesantrages oder als Anregung formuliert werden. Jedenfalls muss er eine durch Bundesgesetz zu regelnde Angelegenheit betreffen. Das bedeutet insbesondere, dass eine Anregung, nicht eine Aufforderung an die Verwaltung darzustellen hat oder dass eine Anregung nur durch Änderung landesgesetzlicher Normbestimmungen bewirkt werden könnte.¹¹¹

¹⁰⁹ Vgl.: www.bmi.gv.at

¹¹⁰ Vgl.: www.ris.bka.gv.at

¹¹¹ Vgl.: Ebd.

Eine entsprechende Unterstützung ist für den rechtsgültigen Einleitungsantrag erforderlich. Dem Einleitungsantrag müssen demnach mindestens 8.032 Personen (die Zahl richtet sich nach dem Ergebnis der letzten Volkszählung) unterstützen und dem Antrag beigegeben werden.¹¹²

„Auf einer Unterstützungserklärung bekundet der (die) Unterstützungswillige durch seine (ihre) Unterschrift, dass er ein bestimmtes Volksbegehren unterstützen will. Der (Die) Unterstützungswillige hat die Unterschrift vor seiner Hauptwohnsitz-Gemeinde zu leisten; allenfalls kommt stattdessen eine gerichtliche oder notarielle Beglaubigung der Unterschrift in Betracht. Gültig ist eine Unterstützungserklärung dann, wenn sie eine nach der Unterfertigung erteilte Bestätigung enthält, in der die Gemeinde beurkundet, dass der (die) Unterstützungswillige in die Wählerevidenz der Gemeinde als wahlberechtigt eingetragen ist und in der Gemeinde seinen (ihren) Hauptwohnsitz hat. Unterstützungserklärungen werden im Eintragungsverfahren den für eine spätere parlamentarische Behandlung erforderlichen 100.000 Unterschriften (näheres siehe unten) angerechnet.“¹¹³

Der jeweilige Bundesminister für Innere Angelegenheiten muss dann über einen entsprechenden Einleitungsantrag entscheiden. Befindet der Innenminister den Antrag als zulässig, hat er einen Einleitungsantrag von einer Woche anzusetzen und muss diesen im "Amtsblatt zur Wiener Zeitung" verlautbaren. Zwischen der Verlautbarung und dem beginnenden Tag des Eintragungszeitraumes müssen mindestens acht Wochen liegen. Der Eintragungszeitraum ist vom Tag der Verlautbarung abhängig und darf nicht später als sechs Monate enden. „Letzte Hürde für eine ordnungsgemäße Durchführung eines Eintragungsverfahrens ist, dass die Initiatoren des Volksbegehrens binnen 14 Tagen nach dem Tag der Verlautbarung mitzuteilen haben, ob in allen Gemeinden oder nur in bestimmten Gemeinden ein Eintragungsverfahren durchgeführt werden soll und dass sie gleichzeitig einen Druckkostenbeitrag in der Höhe von 2.456,70 Euro (im Bundesministerium für Inneres bar oder zuvor bargeldlos) einzuzahlen haben. Der

¹¹² Vgl.: www.bmi.gv.at

¹¹³ Ebd.

Beitrag wird, sofern ein Volksbegehren erfolgreich ist, in der fünffachen Höhe rückvergütet.“¹¹⁴

Zur Eintragung sind alle Österreicher, die stimmberechtigt sind befähigt, die „mit Ablauf des letzten Tages des Eintragungszeitraumes das 18. Lebensjahr vollendet haben“ und einen ordentlichen Hauptwohnsitz in einer österreichischen Gemeinde haben. Zur Behandlung im Plenum des Nationalrates muss ein Volksbegehren 100.000 Unterschriften, inklusive der Unterstützungserklärungen erreichen.¹¹⁵

7.2.1 Das Einleitungsverfahren am 02.Juli 1964

Den unabhängigen Zeitungen der Parteien ging es zunächst nur um das sogenannte Einleitungsverfahren für ein Volksbegehren. Die Leser wurden am 02. Juli 1964 aufgefordert, die für das Einleitungsverfahren nötigen 30.000 Unterschriften zu erbringen.¹¹⁶

„Meiner Erinnerung nach ist da sehr viel Reaktion gekommen. In der Vorausphase kamen da sehr viele Leserstimmen und Anrufe. Das war die Zufriedenheit von Leserseite darüber, dass endlich einmal dieses völlig erstarrte System in Frage gestellt wurde.“¹¹⁷

7.3 Die Finanzierung des Rundfunkvolksbegehrens

Ein wichtiger Punkt war die Frage der Finanzierung des Volksbegehrens, die in zwei Hauptphasen geteilt wurde, bis zum 30. Juni und jene Tage des eigentlichen Volksbegehrens, dessen Zustandekommen erst am 30. Juni mit dem Resultat des Rundfunkkomitees und der Zustimmung der Koalitionsparteien entschieden wurde. Es wurde eine Regelung getroffen, dass alle bisherigen Kosten von der Wochenpresse und vom Kurier beglichen werden sollten. Alle anderen Spesen wurden ab dem 4. Juni von einem neu eröffneten Konto, von dem die entstandenen Kosten ab dem 30. Juni bezahlt wurden, unter allen beteiligten Zeitungen, entsprechend ihrer Druckauflage (herangezogen zur Bemessung wurde die Auflage im März 1964) aufgeschlüsselt. Den größten Teil übernahm der Kurier, dessen Auflage bei zirka sieben Millionen lag, was einen Kostenanteil von

¹¹⁴ www.bmi.gv.at

¹¹⁵ Vgl. zu diesem Kapitel: www.bmi.gv.at/wahlen, und: www.ris.bka.gv.at

¹¹⁶ Vgl.: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2003, S. 92ff.

¹¹⁷ W. Csoklich: Interview im September 2000 in Wien, zitiert nach: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001, S. 93.

zirka 29,5 Prozent, also zirka 118.000 Schilling (heute rund 8.575,40 Euro) betrug. Die Zeitungen, deren Auflage unter 10.000 Stück lag, brauchten sich an den Kosten nicht zu beteiligen.¹¹⁸

7.3.1 Die Kosten in realen Zahlen

Die gesamten Kosten für das Volksbegehren lagen bei rund 524.450 Schilling, in Euro würde dies (bereinigt um den Verbraucherpreisindex bis zum Jahr 2005) zirka 38.113,30 Euro betragen. Davon mussten zirka 272.000 Schilling (19.767 Euro) für gesetzlich wirksame Anforderungen bezahlt werden, das restliche Geld, 263.000 Schilling (19.113 Euro) wurden für die nötige Werbung verwendet. Wie an den realen Zahlen festgestellt werden kann, verschlang ein solches Volksbegehren eine Unmenge an Finanzmitteln, was vor allem die gesetzlichen Abgaben betraf. Durch diesen hohen Aufwand an Kapitalmitteln wurden den Zeitungseigentümern, ohne ihr Wissen, finanzielle Belastungen auferlegt. Den Journalisten kann man es jedoch nicht unterstellen, den Eigentümern bewusst und vorsätzlich keine Informationen über den weiteren Verlauf übermittelt zu haben, da sie selbst nicht ahnen konnten, in welchem Ausmaß sich die eigentlichen Kosten bewegen würden.¹¹⁹

7.3.2 Die Unterstützung der Werbewirtschaft

Als dann die Kostenanteile hochgerechnet wurden, war die Verblüffung bei den Zeitungseigentümern groß, denn mit so derart hohen Aufwendungen hatten selbst sie nicht gerechnet. Dennoch gab es, auch aus Blamagegründen, kein Zurück mehr. Zwei Drittel aller Kosten mussten durch Werbeeinnahmen finanziert werden, da der eigentliche Zeitungsverkauf nur mehr ein Drittel der Belastungen tragen konnte. Noch dazu kam, dass das Fernsehen einen immer größer werdenden Konkurrenten darstellte, der auch schon am Werbemarkt kräftig mitmischte. Trotzdem konnten die unabhängigen Tageszeitungen, gerade wegen des Volksbegehrens, einen beträchtlichen Teil des Werbeetats für sich sichern, was ihnen zum Überleben verhalf. Diese Einnahmen retteten die Verleger, denn ansonsten wären die Kosten für das Volksbegehren zu hoch geworden.¹²⁰

¹¹⁸ Vgl.: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2003, S. 80ff.

¹¹⁹ Vgl.: Ebd. S. 80ff.

¹²⁰ Vgl.: Ebd. S. 83ff.

7.4 Das Rundfunkvolksbegehren vom 05. – 12. Oktober 1964

Obwohl es nunmehr genaue Regeln für die Durchführung eines Volksbegehrens gab, wurde von offizieller Seite alles getan, das Procedere zu erschweren. Die Eintragungsfristen wurden so bestimmt, dass es für die Staatsbürger beinahe unmöglich war, zu unterschreiben. Das Glück der Initiatoren lag in der „Macht der Presse“, da sie sehr leicht solche Schikanen öffentlich machen konnten und diese zumeist dann auch beseitigt wurden.

Von 05. – 12. Oktober 1964 lief die Eintragsfrist für Österreichs erstes Volksbegehren. Informationen darüber gab es nur über „parteionabhängige“ Medien, der Seh- und Hörfunk hatte das Volksbegehren nicht angekündigt, von den meisten Bürgermeistern und Gemeindvorstehern wurde es sabotiert. In Wien konnten die Stimmen nur in 23 magistratischen Bezirksämtern abgegeben werden. Die Menschen mussten sich stundenlang anstellen, um sich einzutragen, dennoch war das Rundfunkvolksbegehren eines der erfolgreichsten Volksbegehren aller Zeiten. Es unterschrieben 832.353 Österreicher/innen. Das war jedoch noch nicht das Ende des Proporz-Rundfunks, denn die Parteien weigerten sich, den Forderungen der knapp 850.000 Österreicher nachzukommen. Die SPÖ sprach sogar von einer Minderheit, die das Begehren unterschrieben habe.¹²¹

Die ÖVP hingegen griff den Grundgedanken in einem harten Wahlkampf auf. Mit dem Wahlversprechen, den Forderungen nachzukommen, gewann die ÖVP 1966 die Nationalratswahl und errang die absolute Mehrheit. Am 8. Juli 1966 wurde nach fast zweijähriger Auseinandersetzung die Rundfunkreform beschlossen und damit wurde weitgehend den Forderungen des Volksbegehrens entsprochen. Der Erfolg war mehr als bloß die Grundlage für eine Generalreform für Rundfunk und Fernsehen, erstmals gelang der Versuch, die in der Verfassung vorgesehene direkte Demokratie, das unmittelbare Mitspracherecht der Bevölkerung in der Verwaltung des Staates, zu verwirklichen.¹²²

¹²¹ Vgl. Ebd. S. 110ff.

¹²² Vgl. Ebd. 116ff.

7.5 Die Lage nach dem Rundfunkvolksbegehren

Das Volksbegehren sah eine klare Definition der Aufgaben des ORF vor.

Diesem wurde zugestanden:

- ✓ Objektive Informationen
- ✓ Werbung max. fünf Prozent der Sendezeit
- ✓ Auswahl der Rundfunkmitarbeiter nach Leistungsprinzip
- ✓ Ausschluss der Politiker aus den Organen der Gesellschaft/Aufsichtsrat (mind. fünf Jahre keine politische Funktion)
- ✓ Berücksichtigung der bundesstaatlichen Gliederung durch die Bundesländerstudios¹²³

Am 10. März 1967 wurde Gerd Bacher¹²⁴ zum Generalintendanten des ORF gewählt – die „Informations-Offensive“ begann. Gerd Bacher und sein Team begannen den ORF gründlich zu verändern:

- ✓ Orientierung der Informationssendungen nach dem Vorbild der BBC
- ✓ Eine direkte Beeinflussung seitens der Parteien war nicht mehr möglich
- ✓ Fernsehen erhöhte seine Reichweite
- ✓ Heimische Autoren und Musiksendungen erhielten den Vorrang
- ✓ TV CO Produktionen mit der BRD wurden vereinbart¹²⁵

Einen Einbruch erlitten die Reformen 1974 in der Ära von Bruno Kreisky¹²⁶, der auch als Medienkanzler Schlagzeilen schrieb, der eine erste „Anti-Reform“ durchsetzte. Die Re-Politisierung des ORF fand 1984 unter dem Generalintendanten Teddy Podgorsky¹²⁷ statt, der das Selbstverständnis der Anstalt ORF erschütterte und veränderte. Der ORF wurde größer und größer, durch bürokratischen Aufwand aufgebläht. Podgorsky kämpfte zunehmend an der

¹²³ Vgl.: <http://gonline.univie.ac.at>

¹²⁴ Gerd Bacher, geb. 18. November 1925 in Salzburg, Journalist, Generalintendant des ORF 1967 – 1974, 1978 – 1986 und 1990 – 1994.

¹²⁵ Vgl. Christa Hanreich. Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2003, S. 116ff.

¹²⁶ Bruno Kreisky, geb. 22. Jänner 1911 in Wien, Jurist und Politiker (SPÖ), 1970 – 1983 Bundeskanzler in Österreich, gest. 29. Juli 1990 in Wien.

¹²⁷ Thaddäus Podgorsky, geb. 19. Juli 1935 in Wien, Rundfunkjournalist, Generalintendant des ORF 1986 – 1990.

Finanzierbarkeit und Bewegungsfreiheit des Apparates und an der Limitierung der Werbezeiten.¹²⁸

7.5.1 Die erfolgreichsten österreichischen Volksbegehren

Das Rundfunkvolksbegehren war das erste Volksbegehren in der Zweiten Republik und auch eines der erfolgreichsten:

Konferenzzentrum – Einsparung	1982	1.361.562
Gentechnik Volksbegehren	1997	1.255.790
Schutz des menschlichen Lebens	1975	895.665
Einführung der 40 Stunden Woche	1969	889.659
Rundfunkvolksbegehren	1964	832.353
Frauen-Volksbegehren	1997	664.665
Tierschutz-Volksbegehren	1996	459.096
Pro Zwentendorf	1980	421.282 ¹²⁹

7.6 Das Rundfunkvolksbegehren 1989

Das von der FPÖ initiierte Rundfunkvolksbegehren lag am 27. November 1989 zur Unterzeichnung in den Behörden auf. Das Volksbegehren „Zur Sicherung der Rundfunkfreiheit in Österreich“ wurde von Parteiobmann Jörg Haider¹³⁰ und Generalsekretärin Heide Schmidt¹³¹ formuliert, die die Liberalisierung des Medienmarktes forderten (Privatisierung und duales System in Österreich). Das Ergebnis des Volksbegehrens blieb allerdings weit hinter den Erwartungen zurück, es wurden aber dennoch über 100.000 Unterschriften erreicht, die zur Behandlung im Parlament notwendig sind, was aber ohne weitere Folgen blieb.¹³²

¹²⁸ Vgl. Christa Hanreich. Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2003, S. 116ff.

¹²⁹ Vgl.: www.polipedia.at

¹³⁰ Jörg Haider, geb. 26. Jänner 1950 Bad Goisern (OÖ), Jurist und Politiker (FPÖ, BZÖ), seit 1983 Landesparteiobmann von Kärnten, 1989 – 1991 Landeshauptmann von Kärnten, seit 1999 wieder Landeshauptmann von Kärnten.

¹³¹ Heide Schmidt, geb. 27. November 1948 in Kempten (Deutschland), Juristin und Politikerin (FPÖ, LIF), 1988 – 1990 Generalsekretärin der FPÖ.

¹³² Vgl.: www.demokratiezentrum.org

8 Club 2 – Ein gesellschaftspolitisches und politisches Kommunikationsformat

8.1 Die Integration der Bevölkerung in den öffentlichen Diskurs

Wie im ersten Teil der Arbeit bereits erwähnt, war es Ende der sechziger Jahre, Anfang der siebziger Jahre nicht jeder Gesellschaftsschicht möglich, ihre Stimme in den öffentlichen Medien zu erheben. Zu dieser Zeit war die Meinungsbildung den politisch Verantwortlichen und deren Meinungsmachern vorbehalten, die ihre Stimmen in den Parteiblättern, in den „Unabhängigen“ und in den elektronischen Medien wieder fanden. Eine zeitgemäße Öffentlichkeitsarbeit war noch nicht vorhanden.

Dennoch wurde dem unnachgiebig starken Willen der Bevölkerung nach Meinungs- und Informationsfreiheit nachgekommen, außer im Österreichischen Rundfunk. Hier wurde diese Pflicht versäumt. Der nachhaltige Wandel der österreichischen Medienlandschaft und die Öffnung des ORF waren bedeutende einflussreiche Faktoren in der Entstehungsgeschichte des Club 2.

8.2 Die österreichische Medienlandschaft im Proporz

„Proporz ist, wenn die in den Rundfunk kamen und einem verantwortlichen Mann die Hand entgegenstrecken und sich dann wundern müssen, dass sie plötzlich zwei Hände drücken.“¹³³

Gerade im Bereich des öffentlichen Rundfunks gab es eine besonders ausgeprägte Form des Proporz und Parteieneinflusses. Die Parteien achteten akribisch darauf, dass nichts den Sender verlassen würde, was ihnen schaden könnte. Der ORF war nicht gerade der Ort, der sich durch freie Meinungsäußerung und Medienfreiheit auszeichnete, was sich in dem fehlenden Freiraum von Sendeformaten zur gesellschaftspolitischen und politischen Konfrontation

¹³³ Hugo Portisch: Das Volksbegehren und Bacher I, in: Österreichischer Rundfunk (Hrsg.): Gerd Bacher zu Ehren, Wien 1985, S. 53.

widerspiegelte. Kritischen Inhalten und Themen wurde kein transparenter Freiraum eingeräumt oder sie wurden erst gar nicht transportiert.¹³⁴

Politik wurde nicht öffentlich gelebt, sondern hinter verschlossenen Türen behandelt, was einen nötigen Informationsaustausch in der Gesellschaft, unter den Journalisten bzw. Medienvertretern und politischen Verantwortlichen unmöglich machen sollte. Aber auch die geographische Kleinheit Österreichs führte zu der damaligen Situation, dass durch die Konzentration alle wichtigen politischen Entscheidungsträger, Journalisten und Medienmacher, zu Mitgliedern einer politisch intellektuellen Elite wurden. Diese ist „[...] in einem Ausmaß homogen und geschlossen, dass anderswo kaum vorstellbar erscheint. (...) Dieser Kreis des persönlichen Einverständnisses ist nicht nur auf Politiker beschränkt, er bezieht auch andere Funktionäre, Spitzenbeamte und vor allem Journalisten mit ein.“¹³⁵

Die Medienmacher der sechziger Jahre zeichneten sich durch Konformismus aus und kamen der Ausübung der „Vierten kritischen Gewalt“ nicht einmal nahe. Die Politiker betrachteten die Journalisten mehr oder weniger als Knechte und reagierten bei kritischer Berichterstattung nicht nur mit Missmut, sondern auch mit dem vollen Wirken ihres politischen Einflusses. Dennoch wurde das Bestreben der Medienlandschaft nach echter Unabhängigkeit immer größer. Eine Vorreiterrolle spielten die Boulevard-Medien, die sich sukzessive durch eine andere Art der Berichterstattung dem politischen Einfluss entziehen konnten. Ab 1967 sollte auch der österreichische Rundfunk eine Renaissance erfahren, da die Forderungen des Rundfunkvolksbegehrens zum Großteil Gesetz wurden. Der größte Erfolg lag darin, dass sich der ORF, unter starker Mithilfe der unabhängigen Tageszeitungen, weitestgehend von der politischen Umklammerung der Großparteien lösen konnte. Neue kritische (politische) Programmformate waren die Folge. Diskussionsrunden, unabhängige Informationsformate usw. hatten plötzlich ihren fixen Sendeplatz im Programm des österreichischen Rundfunks.¹³⁶

¹³⁴ Vgl. Christa Hanreich. Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2003, S. 120ff

¹³⁵ Peter Gerlich, Wolfgang C. Müller: Grundzüge des politischen Systems Österreichs, Wien 1988, S. 41

¹³⁶ Hans Heinz Fabris (Hrsg.): Medienkultur in Österreich: Film, Fotografie, Fernsehen und Video in der Zweiten Republik, Wien/Graz 1988, S. 47ff.

Dieser Umstand der „Unabhängigkeit“ implizierte, dass nun mit einem Mal der Journalist der herrschenden Elite vor laufender Kamera kritische Fragen stellen durfte, welche nicht vorher unter Begutachtung der politischen Parteien standen. Aus Deutschland waren nun positiv kritische Stimmen zur neuen Offenheit der Mediengestaltung in Österreich zu vernehmen: „[...] Wir bedauern manchmal nur, dass wir unsere Fernsehgebühren nicht nach Österreich überweisen können. [...]“¹³⁷

Dies drückte damals die Meinung vieler Münchner und der Zuseher im südbayrischen Raum aus, dort hatten nämlich die Fernsehprogramme Österreich¹ und Österreich² mittlerweile eine regelmäßige Sehergemeinde gewonnen. Übrigens galt Ähnliches schon Jahre früher für Ö3, welches ein neuartiges Radioprogramm, das damals in Deutschland noch fremd war, darstellte.

Diese Rolle des politischen Journalismus fiel und fällt vor allem den Journalisten des ORF zu, da sich bis heute feststellen lässt, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk in der politischen Berichterstattung und als Informationsanbieter noch immer eine unangefochtene Vorreiterrolle einnimmt.¹³⁸

„Den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen fällt die führende Rolle als Informationsanbieter zu, die sie von 1991 bis 2003 mit einem Vorsprung von etwa 25 Prozentpunkten gegenüber den Privaten uneingeschränkt innehaben, die Privaten als Unterhaltungsanbieter begnügen sich mit einem Informationsanteil, der etwa dem Anteil entspricht, den auch die Werbung in ihren Programmen einnimmt.“¹³⁹

¹³⁷ Wolfgang R. Langenbacher: Peter Huemer: Von der Kultur des journalistischen Gesprächs, zitiert nach: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmel ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 9

¹³⁸ Vgl.: Ebd. S. 10

¹³⁹ Udo M. Krüger: Entwicklung des Politikangebots im Fernsehprogramm, zitiert nach: Christa-Maria Ridder, Wolfgang R. Langenbacher, Ulrich Saxer, Christian Steininger (Hrsg.): Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Wiesbaden 2005, 1. Auflage, S. 258

8.3 Die Entstehung des Club 2

8.3.1 Ein Sendeplatz für den Club 2

„Nach 1974 ist ein neues interessantes Format im ORF gekommen. Die „Zeit im Bild 2“ ist entstanden, eine intelligente, anspruchsvolle Nachrichtensendung, viel weniger statuarisch und mit weniger Verlautbarungscharakter als die „Zeit im Bild 1“. Chefredakteur der „ZIB 2“ war Kuno Knöbl - gleichzeitig Schlüsselfigur für die Entstehung des Club. Das war, wenn man will, die zweite Informationsexplosion des ORF im damaligen geänderten gesellschaftspolitischen Klima [...]“¹⁴⁰

Nach der Nachrichten- und Informationssendung ZIB 2 war oftmals noch Sendezeit übrig geblieben, die dann mit Diskussionssendungen über aktuelle Themen gefüllt wurde. Diese Streitgespräche bildeten sozusagen die Plattform für die Entstehung des Club 2. Ein Beispiel für diese nächtlichen Zwiegespräche ist Ende 1974, Anfang 1975 anzuführen, als es in Österreich einen akuten Zuckermangel gab und es zu „Hamsterkäufen“ der österreichischen Bevölkerung kam. Die Keller waren voll mit Zucker, die Lager der Geschäfte und Fabriken leer, die vor Beginn der Diskussionssendung noch in der ZIB 2 gezeigt wurden. Im Streitgespräch nach der ZIB saßen sich der sozialdemokratische Zentralsekretär Fritz Morsch und der Generaldirektor der Tullner Zuckerfabrik Dr. Karl Vogler gegenüber. „[...] der Sozialdemokrat hat politisch beschwörend gefordert: „Herr Dr. Vogler, geben Sie den Zucker heraus!“ Vogler hat geantwortet: „Herr Morsch I hob`n net.“ [...]“ Solche Gespräche nach der ZIB2 bildeten die Voraussetzung für die späteren Diskussionsrunden im Club 2.¹⁴¹

Ein weiterer Grund für ein neues Sendungsformat war die Idee, Fernsehdiskussionen einmal etwas anders zu gestalten. Damals gab es noch strenge Rituale, die eingehalten werden mussten. Politiker und Experten saßen sich beinahe regungslos gegenüber, keiner verzog eine Miene, keine Gefühlsschwankungen oder Ausbrüche waren erlaubt, sachlich und klar musste

¹⁴⁰ Peter Huemer: Die Kultur des Streitgesprächs. Der Club 2 als radikales Demokratiespiel im ORF, zitiert nach: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmel ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 37.

¹⁴¹ Ebd. S. 39.

die Diskussion vonstatten gehen. Frauen fanden beinahe gar keine Beachtung. Genau diese Missstände der einheitlichen, eingeschlafenen Diskussion wollte der Club 2 aufbrechen. Außerdem sollte der Club 2 etwas Neues, geradezu etwas Einzigartiges in das Fernsehen bringen, Gespräche und Diskussionen mit „wirklichen“ Menschen und nicht nur mit deren Vertretern. „Natürlich hatten wir dabei einen gesellschaftspolitischen Hintergedanken: die starren Fronten aufzubrechen, die Gesellschaft durchlässiger zu machen von unten nach oben [...] Transparenz, Chancengleichheit, Durchflutung aller gesellschaftlichen Bereiche mit Demokratie.“¹⁴²

Der Club 2 sollte als ein ideales Demokratiebeispiel im Fernsehen verstanden werden. Alle sollten gleich sein, deswegen gab es auch keine akademischen Titel bei der Namensblendung. Es sollte ein Fernsehformat für jedermann sein, alle Argumente sollten den gleichen Stellenwert und die gleiche Gewichtung haben. Am 05. Oktober 1976 ging der Club 2 erstmals auf Sendung. Von diesem Zeitpunkt an wurde er bis in den Februar 1995 als Spätdiskussionssendung im zweiten Programm des Österreichischen Fernsehens gesendet, zweimal wöchentlich, dienstags und donnerstags abends. Peter Huemer¹⁴³ stand noch Jahre später der Tag der Erstausstrahlung des Club 2 klar vor Augen: „Club 2: Geburtsstunde: Dienstag 5.10. 1976 – Kuno Knöbl hatte eingeladen – eine neue Sendung – ausgerechnet in der Oberhammer¹⁴⁴-Zeit – aber der Kuno hat oft Spuren in der Medienlandschaft hinterlassen – warum nicht?“¹⁴⁵

8.3.2 Die Empfänger des Club 2

Der Club 2 konnte in Österreich und im grenznahen Raum der Nachbarländer empfangen werden. Besonderes Seherinteresse konnte im südbayerischen Raum und in der Schweiz verzeichnet werden.

¹⁴² Ebd. S. 39

¹⁴³ Peter Huemer, geb. 1941 in Linz, 1969 – 2002 Mitarbeiter des ORF, Leiter der Club 2 Diskussionen.

¹⁴⁴ Otto Oberhammer, geb. 25. September 1934 in Innsbruck, Jurist, 1974 – 1978 Generalintendant des ORF, 1980 – 1999 Sektionschef im Bundesministerium für Justiz.

¹⁴⁵ Kurt Bergmann: Vorreden, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987, S. 5

Im Jahre 1984 wurde durch den Einsatz von Gerd Bacher, Leo Schürmann¹⁴⁶ und Dieter Stolte¹⁴⁷ ein großer öffentlich rechtlicher Sender im deutschen Sprachraum ins Leben gerufen. 3Sat hieß dieses Fernsehbündnis, welches in diesem medienpolitisch revolutionären Jahr geboren wurde. Revolutionär war es deshalb, weil die Grenzen, die durch das terrestrische Fernsehen gesteckt waren, gefallen waren und das Zeitalter des Satellitenfernsehens eingeläutet wurde. Somit waren die Zuseher erstmals mit einem Fernsehsignal in ganz Europa erreichbar.¹⁴⁸ Am 7. Mai 1985 wurde der Club 2 aus dem 3sat-Studio des Sendezentrums Mainz zum ersten Mal live via Satellit übertragen und bereits 1989 konnten sieben Millionen Haushalte in ganz Europa den Diskussionen des Club 2 beiwohnen.¹⁴⁹

8.4 Der Beginn des Club 2

8.4.1 Rundfunkgesetz

Wie schon erwähnt war das Rundfunkgesetz eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung des Österreichischen Rundfunks und die Umsetzung eines solchen Fernsehformats, wie es der Club 2 in Anspruch nahm.

Dieses neue Gesetz erlaubte dem österreichischen Rundfunk, kritisch aktuelle Probleme zu behandeln, ohne Gefahr zu laufen, von politischen Kräften zensuriert zu werden. „Der Österreichische Rundfunk ist absolut unabhängig – so unabhängig hat man sich’s gar nicht vorgestellt. Das noch vor zwei Jahren bis zum öffentlichen Ärgernis proportionierte Unternehmen hat sich allen illegalen Zugriffen entzogen. Keine Partei, keine Interessensvertretung kann heute mit außergesetzlichen Mitteln auf den ORF Einfluss nehmen. Die Interventionitis ist mangels Partnerschaft und Aussicht auf Erfolg fast völlig versiegt.“¹⁵⁰

¹⁴⁶ Leo Schürmann, geb. 10. April 1917 in Olten (Schweiz), Jurist und Politiker (CVP), 1980 Generaldirektor der Schweizer Radio und Fernsehgesellschaft (SRG), gest. 8. Dezember 2002 in Olten (Schweiz).

¹⁴⁷ Dieter Stolte, geb. 18. September 1934 in Köln, Journalist und Fernsehmanager, 1982 – 2002 Intendant des ZDF, seit 2002 Herausgeber der Zeitungen „Die Welt“ und der „Berliner Morgenpost“.

¹⁴⁸ Gottfried Langenstein: 20 Jahre 3sat . Das Ungewöhnliche wagen, München 2004 www.zdf.de, Stand: 01.01. 2005

¹⁴⁹ www.deutsches-filmhaus.de, Stand: 01.01. 2005

¹⁵⁰ Gerd Bacher: Massenmedien im Dienste des mündigen Staatsbürgers. Information und Bildung in Hörfunk und Fernsehen, in: Michael Schmolke (Hrsg.), Sandra Ebner, Thomas Steinmaurer: Der Generalintendant, Köln 2000, S. 53

Wie schon in Punkt 1.1 erwähnt, trat 1967 das neue Rundfunkgesetz, initiiert durch ein Volksbegehren, welches von 832.000 Österreichern unterzeichnet wurde, in Kraft. Darin sind die Beseitigung des direkten Zugriffes von Parteien und Bestimmungen zur Einhaltung einer hochgradig objektiven Berichterstattung festgelegt. Dies impliziert einerseits den Abschied des Proporzsystems und dessen Ersetzung durch ein Leistungsprinzip und andererseits eine Veränderung des politisch-gesellschaftlichen Klimas im Lande. Eine Ausschaltung der Parteikontrolle beim Rundfunk war die Folge. Das neue politische Umfeld ermöglichte den Akteuren, einen offenen Club 2 zu gestalten.

„Nichts bringt das besser zum Ausdruck als der Vergleich einer dieser Nachrichtensendungen vor und nach der Rundfunkreform. Vor der Rundfunkreform: Ein Reporter des Fernsehens sitzt vor einem Politiker und stellt die vorher mit dem Politiker vereinbarte Frage. Der Politiker hebt ein Blatt Papier und liest minutenlang seine Antwort herunter. Nach der Reform: Reporter des Rundfunks richten an die Politiker die Fragen, die die Öffentlichkeit interessieren. Auf die freie Antwort des Politikers folgen die Fragen, die die Antwort offen gelassen hat, bis das Thema ausreichend erklärt ist oder die Antworten sichtbar schuldig geblieben worden sind.“¹⁵¹

¹⁵¹Hugo Portisch: Das Volksbegehren und Bacher I, in: Österreichischer Rundfunk (Hrsg.): Gerd Bacher zu Ehren. Wien 1985, S. 63

9 Die Wegbereiter des Club 2

Um einen Club 2 offen gestalten zu können, musste auch das personelle Umfeld dem aufgeschlossen gegenüberstehen. Aus diesem Grund war die Personalkonstellation ein wichtiger Bestandteil für die Umsetzung und das Gelingen des Club 2.

9.1 Dr. Otto Oberhammer

1974, drei Monate, nachdem die SPÖ unter Dr. Bruno Kreisky das neue Rundfunkgesetz beschlossen hatte, verfehlte Gerd Bacher die Mehrheit im Kuratorium.

Er wurde von Dr. Otto Oberhammer, damaliger ORF Sektionschef im Justizministerium, abgelöst. Dieser wurde am 11. Oktober 1974 zuerst provisorisch, im Jänner 1975 definitiv zum Generaldirektor bestellt. Unter Oberhammer hatte der Club 2 seine Premiere.¹⁵²

9.2 Gerd Bacher

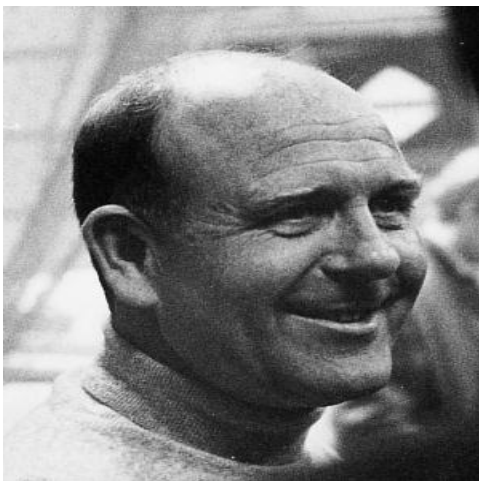


Abbildung 6: Bild: Gerd Bacher 1975

1946 begann er als Journalist in der Redaktion der „Salzburger Volkszeitung“ zu arbeiten, wenig später wechselte er zu den „Salzburger Nachrichten“, die auch schon von Beginn an als Qualitätszeitung einzustufen waren.

¹⁵² Vgl.: O.V., Otto Oberhammer in: E. Bruckmüller (Hrsg.): Personen Lexikon Österreich, Wien 2001, Seite 354.

1954 ging er nach Wien und wurde Chefredakteur der Boulevardzeitung „Bild – Telegraf“, die am 12. März 1958 einen Konkursantrag stellen musste. Danach wurde er Chefredakteur bei den Boulevardblättern „Bildtelegramm“ und „Express“, die beide während der „Wiener Zeitungskrise“ eingestellt werden mussten.

Gerd Bacher war insgesamt fünfmal Intendant des ORF: 1967 – 1974, 1978 - 1986 und 1990 – 1994.

Dazwischen schrieb er wöchentlich Kommentare für den „Kurier“ und war 1975 kurzfristig dessen Chefredakteur. Von 1974 – 1978 war Gerd Bacher Medienberater des deutschen Kanzlerkandidaten Dr. Helmut Kohl¹⁵³.

1978 folgte Bacher Dr. Otto Oberhammer als Generaldirektor des ORF nach, der wieder ins Justizministerium zurückkehrte.¹⁵⁴

9.3 Kuno Knöbl

Kuno Knöbl, eigentlich Konrad Knöbl Kastellitz, war Mitbegründer des "Forum Stadtpark", des literarischen Kabarets "Der Würfel", der ÖH-Gruppierung "Aktion" und des republikanischen Clubs „Neues Österreich“.

Sein wahrscheinlich wichtigster "Wurf" war neben der „ZIB2“ der von ihm entwickelte und lange selbst geleitete Club 2. Die Dramaturgie machte das Sendeformat zum Besten der Welt, das bis heute von keiner anderen Sendung übertroffen wurde. „Das Schlagwort hieß ‚durchmoderiertes Programm‘. Das Gesamtprogramm sollte durch Gastgeber, durch Moderatoren, dem Publikum näher gebracht werden. Das Fernsehen hat auf manche autoritäre Attitüde verzichtet. Zuviel Autorität macht nicht klüger.“¹⁵⁵

Wichtig für den kreativen Freiraum Knöbls war, dass Bacher, Zilk und Kreuzer jede Niveauunterschreitung verhindert haben und der Generalintendant Oberhammer nicht interveniert hat. Unter Knöbls Leitung und seinen Ansprüchen an das Fernsehen wäre es unmöglich gewesen, dass Stefan Gehr¹⁵⁶ als ZIB1-

¹⁵³ Helmut Josef Michael Kohl, geb. 3 April 1930 in Ludwigshafen am Rhein (BRD), Politiker (CDU), 1982 – 1998 Bundeskanzler der BRD, gestaltete den Prozess der deutschen Wiedervereinigung und wirkte am europäischen Einigungsprozess mit.

¹⁵⁴ Vgl.: O.V Gerd Bacher in: Ernst Brückmüller (Hrsg.): Personen Lexikon Österreich, Wien 2001, Seite 27

¹⁵⁵ Kuno Knöbl: Immer ein Anfang, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987, S. 26

¹⁵⁶ Stefan Gehr, geb. 28. April 1967 in Bregenz (Vlb.), Journalist und Moderator.

Moderator über die Ministerin Elisabeth Gehrler¹⁵⁷ referiert hätte. Knöbls Anspruch war, objektiv zu bleiben. Eine weitere seiner Stärken war die Experimentierfreude, die ihn auszeichnete und seinen Sendeformaten eine unverwechselbare Note gab. „[...] In der Vorläufersendung der ZIB 2, in ‚Zehn vor Zehn‘, hat’s Ansager gegeben. Die Sendung war ein bisschen der Scherz des Unternehmens. Nicht nur wegen Kuno Knöbl. [...] Der Sendungsverantwortliche Kuno Knöbl hat etwas gemacht, was in der heutigen ultrastrukturierten, ultravorbereiteten und abgetesteten, mit Focus-Groups versiegelten Fernsehlandschaft völlig unmöglich wäre. Der Kuno Knöbl hat gesagt: Da sind eineinhalb Stunden, und mit denen machen wir, was wir wollen. Und das entscheiden wir am Tag.“¹⁵⁸

Diese Spontaneität und den Freigeist, den Kuno Knöbl an den Tag legte, zeichnete auch den Stil des Club 2 aus. Hier war nicht absehbar, wie am Abend die Diskussion verlaufen würde und wie vor allem das Publikum darauf reagieren würde. Diese offene Art, eine Diskussionssendung zu gestalten (siehe auch „Auswahl der Gäste“: Experten und Laien kommen zu Wort), war ein weiterer wichtiger Faktor für den Erfolg dieses außergewöhnlichen Clubs.¹⁵⁹

9.3.1 Knöbls Ansprüche an das Sendeformat Club 2

Der Club 2 sollte kein TV Theater sein, sondern ‚wirkliche‘ Wirklichkeit vermitteln - alles sollte möglich sein. Nicht das Thema sollte im Mittelpunkt der Sendung stehen, sondern der Mensch. Der Club 2 sollte aufklärend wirken, er distanzierte sich von gegenseitigen Anschuldigungen. Der Erfolg sollte darin liegen, dass Denkanstöße geliefert wurden, der den viel zitierten mündigen Bürger zum Denken aufforderte. „Ein wichtiger Anspruch, den der Club 2 erhoben hat, war der, eine offene Sendung zu sein, das heißt: so zugänglich wie möglich.“¹⁶⁰ Ebenso war die Sendung auch für Opinion Leader gedacht, welche Themen aufgriffen und diese wiederum in den Alltagsdiskurs einschleusten.

¹⁵⁷ Elisabeth Gehrler, geb. 11. Mai 1942 in Wien, Lehrerin und Politikerin (ÖVP), 1995 – 2000 Bundesministerin für Bildung, Familie und Entwicklungshilfe, 2000 – 2006 Bundesministerin für Bildung, Wissenschaft und Kunst.

¹⁵⁸ Falter 25/01 vom 20.06.2001

¹⁵⁹ Vgl.: K. Knöbl, Anm. 2

¹⁶⁰ Kuno Knöbl: Immer ein Anfang, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987, S. 49.

Oberste Prämisse war, dass keine Politausgewogenheit die freie Rede dämpfen und kein Diskussionsleiter durch die Sendung führen sollte. Auch die Gastgeber mussten anders sein: Keine genormten, gestylten Polit-Conférenciers oder „Leiter“, sondern eben Menschen, die auch die Zuschauer als Gäste luden.¹⁶¹

9.4 Redakteure und Moderatoren

Zum Erfolgsteam des Club 2 gehörten die Gastgeber, welche durch die Sendung führten. Die meisten von ihnen waren keine ORF-Angehörige, und so konnten Günter Nenning¹⁶² und Jens Tschebull¹⁶³ als Gastgeber der ersten Stunde auftreten. Sie waren fast regelmäßig alle zwei Wochen zu sehen. Die anderen Clubs waren mit ständig wechselnden Gastgebern besetzt. Erst im Laufe der Zeit kristallisierte sich ein fixes Gastgeberteam heraus.¹⁶⁴ Welchen elementaren Beitrag gute Moderatoren bzw. Gastgeber für den Erfolg des Club 2 geleistet hatten, wurde spätestens dann ersichtlich, als Peter Huemer die redaktionelle Verantwortung niederlegte und bald darauf sowohl ein inhaltliches als auch ein faktisches Ende des Clubs folgte.¹⁶⁵

Nachfolgend soll daher Peter Huemer als Gastgeber herausgehoben werden, der in seiner Funktion als Redakteurleiter die Autonomie des Club 2 wehrhaft vertrat.

¹⁶¹ Vgl.: o. A.: 10 Jahre Club 2. Ein Rückblick, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2. Wien 1987, S. 21ff.

¹⁶² Günther Nenning, geb. 23. Dezember 1921, Journalist und Publizist, 1960 – 1985 Vorsitzender der Sektion Journalisten im Gewerkschaftsbund.

¹⁶³ Jens Tschebull, geb. 1930, Chefredakteur des Wirtschaftsmagazins „Trend“ und „Profil“, „Club 2“-Moderator und Herausgeber der Tageszeitung „Wirtschaftsblatt“

¹⁶⁴ Vgl.: o. A.: 10 Jahre Club 2. Ein Rückblick, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2. Wien 1987, S. 23.

¹⁶⁵ Vgl. Ebd. S. 23ff.

9.5 Peter Huemer



Abbildung 7: Bild: Peter Huemer

Huemer leitete lange Zeit den Club 2 und moderierte 14 Jahre lang die Sendung „Im Gespräch.“

2002 hatte er die Theodor – Herzl – Dozentur für „Poetik des Journalismus“ an der Universität Wien inne. Er wurde 2002 mit dem Axel Corti-Preis ausgezeichnet, weiters erhielt er 2004 den Österreichischen Staatspreis für Kulturpublizistik.

Kurz nach dem Start des Club 2 kam Peter Huemer vom „Teleobjektiv“-Team zur Club-Redaktion, die er später leitete, wobei er die Geschicke des Clubs maßgeblich mitbestimmte. Er war Leiter der Sendung von Anfang 1977 bis November 1987.

Laut Peter Huemer wurde die Unabhängigkeit der Club 2-Redaktion zum einen gegenüber den Kritikern mit Zähnen und Klauen verteidigt und zum anderen galt es auch, sich gegenüber der konservativen und der sozialistischen Partei zur Wehr zu setzen. Sein Ziel war, eine autonome Redaktion zu leiten, um, von äußeren Einflüssen befreit, brisante Themen andiskutieren zu können.

Außerdem bemühte sich Huemer, alles einzusetzen, um die Glaubwürdigkeit des Formates aufrecht zu erhalten.¹⁶⁶

¹⁶⁶ Vgl.: Anmerkung 81.

„Ich bin davon ausgegangen, dass es noch leichter ist, einen guten Ruf aufzubauen als einen einmal verlorenen wieder herzustellen. Man kann in wenigen Wochen verspielen, was man in Jahren mühsam erworben hat.“¹⁶⁷

9.5.1 Gesellschaftspolitische Hintergedanken

„Die Verbindung zwischen öffentlich-rechtlichem Rundfunk und politischer Kommunikation ist ein vermintes Gelände. Als Forum der politischen Auseinandersetzung ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht nur ein Träger der politischen Kommunikation. In der öffentlichen Wahrnehmung tritt er viel häufiger und viel geräuschvoller als Gegenstand der politischen Kommunikation auf. [...] Mit anderen Worten: In der Institution öffentlich-rechtlichen Rundfunks kulminiert die Verstrickung von Medienpolitik und politischer Auseinandersetzung, von Medienwirkung und politischer Kultur. [...] bei denen manchmal auch unschöne Töne und Polemiken zu hören sind. Man wird der Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der politischen Kommunikation kaum gerecht, wenn man nicht von vornherein in Rechnung stellt, dass er schon immer und im besten Sinne ein politisches Projekt war.“¹⁶⁸ So können auch die Strukturen des Club 2 im öffentlich-rechtlichen Fernsehen angesehen werden, auf der einen Seite ein „freies“ Sendeformat, auf der anderen Seite die noch eingeschränkte Haltung des Rezipienten und des direkten politischen Kommunikators.

Gerade zu dieser Zeit waren die Hierarchiestrukturen in der Gesellschaft noch starr verankert. Der mündige Bürger musste erst geboren werden. Noch unterlag man dem Diktat der herrschenden Elite. Ein eigenständiges, kritisches Denken musste erst erlernt werden. „Natürlich hatten wir dabei einen gesellschaftspolitischen Hintergedanken: die damals herrschenden starren Fronten aufzubrechen. Die Gesellschaft durchlässiger zu machen von unten nach oben. Wir haben sozialdemokratische Parolen beim Wort genommen: Transparenz,

¹⁶⁷ Peter Huemer: Die offene Sendung aus dem falschen Wohnzimmer. Vom Vertrauen in die Macht der Worte, zitiert nach: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbucher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmer ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 58.

¹⁶⁸ Barbara Pfetsch: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk als Träger der politischen Kommunikation, zitiert nach: Christa-Maria Ridder, Wolfgang R. Langenbucher, Ulrich Saxer, Christian Steininger (Hrsg.): Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Wiesbaden 2005, 1. Auflage, S. 240.

Chancengleichheit, Durchflutung aller gesellschaftlichen Bereiche mit Demokratie.“¹⁶⁹

Damit waren die Ziele deutlich ausformuliert: Transparenz und Chancengleichheit zu schaffen und die gesellschaftlichen Bereiche mit Demokratie zu durchfluten. Ebenso galt es, Scheinkompetenz und angemähte Obrigkeit zu entlarven, um der autoritären Elite ihren Nährboden zu entziehen.¹⁷⁰

„In der legendären ockerfarbenen Ledersitzgarnitur wurde gestritten, geraucht, gerauft, Soletti geknabbert und über Gott und die Welt diskutiert. Gäste wie Rudi Dutschke¹⁷¹ und Daniel Cohn-Bendit¹⁷² redeten über die 68er, Helmut Newton¹⁷³ brachte in den 70ern ein (nacktes) Aktmodell mit in die Sendung. Henry Kissinger¹⁷⁴, Rudolph Augstein¹⁷⁵ oder Falco¹⁷⁶ waren ebenso geladen wie Prostituierte, Wüschelrutengänger, Satanspriester/innen, Umweltaktivisten, Adelstöchter und Nobelpreisträger.“¹⁷⁷

¹⁶⁹ Peter Huemer: Die Kultur des Streitgesprächs. Der Club 2 als radikales Demokratiespiel im ORF, zitiert nach: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmel ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 39.

¹⁷⁰ Vgl.: Ebd. S. 40ff.

¹⁷¹ Alfred Willi Rudolf Dutschke (Rufname Rudi), geb. 7. März 1940 in Schönefeld bei Luckenwalde (BRD), marxistischer Soziologe, Wortführer der West-Berliner Studentenbewegung, gest. 24. Dezember 1979 in Århus (Dänemark).

¹⁷² Daniel Cohn-Bendit, geb. 4. April 1945 in Montauban (Frankreich), deutsch-französischer Politiker, 1968 Sprecher der Pariser Mai-Revolution, 1994 ins Europäische Parlament gewählt, 2002 Co-Vorsitzender der Grünen-Fraktion. Abwechselnde Kandidatur für die deutschen und die französischen Grünen.

¹⁷³ Helmut Newton (geb. als Helmut Neustädter), geb. 31. Oktober 1920 in Berlin (BRD), australischer Fotograf deutscher Herkunft, in den 1970er Jahren begehrtester und teuerster Mode-, Werbe-, Portrait- und Aktfotograf der Welt, gest. 23. Januar 2004 in Los Angeles (USA).

¹⁷⁴ Henry Kissinger (geb. als Heinz Alfred Kissinger), geb. 27. Mai 1927 in Fürth (BRD), Politikwissenschaftler und Politiker deutscher Herkunft in den USA, 1969 - 1973 Sicherheitssprecher der USA, 1973 - 1977 Außenminister der USA. 1973 Friedensnobelpreis für das Friedensabkommen in Vietnam.

¹⁷⁵ Rudolph Augstein, geb. 5. November 1923 in Hannover (BRD), Journalist, Verleger und Publizist, Gründer des Wochenmagazins „Der Spiegel“, gest. 7. November 2002 in Hamburg.

¹⁷⁶ Hans Hölzl (Falco), geb. 19. Februar 1957 in Wien, Schauspieler, Pop-Musiker und Liedermacher, gest. 6. Februar 1998 in Puerto Plata (Dominikanische Republik).

¹⁷⁷ www.fernsehserien.de

10 Die erfolgreichen Charakteristika des Club 2

Folgende Ausführungen basieren auf dem von Peter Huemer verfassten Grundsatzpapier von 1979, in dem Überlegungen zum Club 2 dokumentiert sind.

10.1 Die technische Anordnung

Die meisten Fernsehstudios für Diskussionssendungen hinterlassen den Eindruck eines hochkünstlichen Studioereignisses, das wesentlich von der technischen Gestaltung abhängt.

Eine nüchterne, kalte Atmosphäre gehört beinahe schon zur Grundausstattung einer Diskussionsrunde: unbequeme Fernsehsessel, ein pultartiger Tisch, grelle Studiobleuchtung. Die Diskutanten sitzen meist nebeneinander oder gegenüber, den Blick immer auf die Kameras oder den Journalisten gerichtet, so dass die Teilnehmer nie vergessen, dass sie in einem Fernsehstudio sitzen und von einem großen Publikum gesehen bzw. gehört werden.¹⁷⁸

Im Club2 „Wohnzimmer“ war alles anders. Durch die beinahe „einzigartige“ technische Anordnung wurde eine „Wohnzimmeratmosphäre“ vorgetäuscht. Ledergarnitur, Wohnzimmertisch mit Verpflegung, erlaubtes Rauchen im Studio, unaufdringliche Kameraführung und eingezogenes Licht sind nur einige Beispiele für das ungezwungene Zwiegespräch. Auch dass das rote Kamera „On“-Licht zugeklebt wurde, so dass niemand wusste, wann und wie er/sie gefilmt wurde, scheint bis zum heutigen Zeitpunkt außergewöhnlich. „Denn die schlauen Kameras“ verweilten „nicht immer starr bei dem gerade Sprechenden, da in Wien kein Lämplein vor ihnen“ aufleuchtete – wie in Deutschland –, „wenn sie gerade im Bilde“ waren.¹⁷⁹

Dieser, dennoch spärlich ausgestattete Raum wurde nur durch die Kamera bzw. Bildregie modifiziert. Durch die vielfältigen Bildtechniken wurde dem Zuseher am Bildschirm ein dauernd wechselndes Bild der räumlichen Proportionen geboten. Die Kamera schwenkte von der gesamten Gesprächsrunde auf einzelne Gesichter, auf die Beine, auf den Sprecher, auf die Zuhörer. Mit diesen

¹⁷⁸ Vgl.: Peter Huemer: Die offene Sendung aus dem falschen Wohnzimmer. Vom Vertrauen in die Macht der Worte., in: Peter Huemer, Wolfgang R Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmter ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 46ff.

¹⁷⁹ Ursula Kardorff: Vorreden, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987, S. 8.

Einstellungen konnte dem Zuseher vor dem Bildschirm ein anderes Gefühl vermittelt werden. Selbst wenn die Diskutierenden meinten, dass sich das Gespräch langweilig und abgeflacht darstellte, konnte es der Zuseher komplett anders empfinden. Das verbale und non-verbale Verhalten der Teilnehmer war faktisch eine komplizierte Mischproduktion aus Kommunikation und Technik. Wie oben schon angedeutet, zeichnete sich die Kameraführung in den Club-Gesprächen durch Zurückhaltung aus. Dadurch wurde verhindert, dass die Kamera gesprächsmanipulierend einwirkte.¹⁸⁰

Bis auf die lederne Sitzgarnitur, den Tisch und die Stehlampen war nichts zu sehen, so dass sich die Diskussionsteilnehmer und die Zuseher voll und ganz auf das Gespräch konzentrieren konnten. Im Hintergrund war alles dunkel, sogar das Kameralicht wurde bewusst unterdrückt, damit niemand registrierte, dass er im Bild war. „Eine ganz andere Art von Studio-Raum wird in Open-End-Sendungen wie ‚Club 2‘ arrangiert: tiefe Ledersessel, um einen Tisch gruppiert, sollen den Eindruck von Zwanglosigkeit, Gemütlichkeit u. dergl. erzeugen und damit Nähe zum Alltagsgespräch, zu alltäglichen Formen der Plauderei usw. herstellen. Aber eben: die Zwanglosigkeit ergibt sich nicht einfach, sie muss als Eigenschaft des Gespräches sorgfältig vorbereitet werden.“¹⁸¹

Die Sitzgarnitur, die mittlerweile legendäre Club 2-Couch, die Requisiten ließen die Diskussionsteilnehmer vergessen, dass sie nicht zu Hause, sondern im Fernsehstudio waren. Die Gespräche wurden so spontaner und authentischer. Der Gast/Modertor Vinzenz Stimpfl bekannte: „Trotzdem war ich am Anfang etwas aufgeregt, aber sobald das Gespräch richtig in Gang gekommen war, vergaß ich jede Nervosität. [...] Ich fühlte mich sogar wie zu Hause[...]“¹⁸²

10.2 Live Charakter

Die meisten Diskussionsrunden wurden Tage vor dem eigentlichen Termin aufgezeichnet. Nicht so bei den Club 2-Diskussionen, die auch gerade durch ihren Live Charakter immer für Spannung und oft für Unvorhergesehenes sorgten.

¹⁸⁰ Vgl.: Ursula Frei-Borer: Das Clubgespräch im Fernsehen. Eine gesprächslinguistische Untersuchung zu den Regeln des Gelingens, Bern, Frankfurt/Main, New York, Paris, S. 61ff.

¹⁸¹ Harald Burger: Das Gespräch in den Massenmedien, Berlin/New York 1991, S. 38.

¹⁸² Vinzenz Stimpfl: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, zitiert nach: Renate Rapf: Geschlechterspezifisches Kommunikationsverhalten in Fernsehdiskussionen am Beispiel des Club 2 – Eine inhaltsanalytische Untersuchung, Diss. Universität Wien 1980, S. 49.

(Anm.: Skandal-Club 2 mit Nina Hagen zum Thema „Jugendkultur“ – der später noch behandelt wird).

Für die Gäste wurde der Aspekt der Live-Sendung immer unwichtiger, der Zuseher hingegen konnte sicher sein, dass nichts verfälscht dargestellt wurde. Die Spannung und Dramatik während der Sendung ergaben sich oft aus diesem Charakter. Die Programmplaner gingen jedes Mal das Risiko eines unvorhergesehenen Zwischenfalls ein, was aber gerade den Reiz der Sendung ausmachte. Jegliche Art der Zensur wurde somit verhindert. „Die so entstehende private (halb-öffentliche) Atmosphäre wird von einem Kamerateam lediglich mitgefilmt, dem Zuschauer, der nicht im Studio dabeisein kann, vermittelt. Zieht man den Vergleich zu Übertragungen von Sportsendungen, so wird evident, welchen Unterschied es auf die Rezeption macht, ob es sich um eine Direktübertragung (zeitgleiche Übermittlung) oder eine Aufzeichnung (zeitversetzte Ausstrahlung) handelt. So wird die Live-Übertragung zum Qualitätsfaktor, und zwar im Hinblick auf die erhöhte Spannung einerseits und den dem Ereignis beigemessen wird.“¹⁸³

Peter Huemer wehrte sich sogar erfolgreich dagegen, dass die Sendung am nächsten Tag im Vormittagsprogramm wiederholt werden sollte, da nachträglich etwas serviert hätte werden können, was bereits manipuliert worden war. Peter Huemer bemerkte dazu: „Ich war dagegen, weil der Club 2 seinem ganzen Wesen nach eine Live-Sendung war, bei der für Zuseher nie die Frage aufkommen darf, ob es diesmal Live oder Aufzeichnung ist. Ich muss immer wissen und mich darauf verlassen können: Eben jetzt passiert es. Hätten wir Wiederholungen gespielt, hätten wir uns wieder dem Risiko nachhaltiger Interventionen ausgesetzt. Und schließlich – ganz wichtig: Es gab natürlich missglückte Sendungen, die uninteressant waren. Das ist bei dieser Art von Live-Programm unvermeidlich. Da war schon die Erstaussstrahlung eine Zumutung, die Wiederholung wäre geradezu unverzeihlich gewesen.“¹⁸⁴

¹⁸³ Ursula Frei-Borer: Das Clubgespräch im Fernsehen. Eine gesprächslinguistische Untersuchung zu den Regeln des Gelingens, Bern, Frankfurt/Main, New York, Paris, S. 64ff.

¹⁸⁴ Peter Huemer: Die Kultur des Streitgesprächs. Der Club 2 als radikales Demokratiespiel im ORF, in: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmert ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 48.

10.3 Open End

Der Faktor „Zeit“ spielt bei den meisten Diskussionssendungen eine große Rolle, da aus programmtechnischen Gründen Sendungen zeitlich begrenzt sein müssen. Das vorgegebene Zeitlimit schwebt wie ein „Damoklesschwert“ über den Köpfen der Diskussionsrunde, der Moderator muss oft Diskussionen abbrechen, da aus Zeitgründen die nötigen Aspekte nicht mehr ausreichend zur Sprache gebracht werden können. Die Vorteile des Open-End Charakters liegen also auf der Hand. „ [...] , dass Zeit im Medium eine spezifische Qualität gewinnt, zeigt sich gerade auch bei Sendungen, die programmatisch nicht von Zeitdruck beherrscht sein sollen: Open-End-Gespräche. Das sind solche Sendungen, die keine festgelegte Schluss-Zeit haben, bei der also theoretisch geredet werden könnte, bis die Teilnehmer vor Erschöpfung vom Stuhl fallen[...]“¹⁸⁵

Das Ende einer Diskussionsrunde ergibt sich aus dem Gesprächsverlauf gleichsam wie von selbst. „Allein die vier Stunden, 38 Minuten und 16 Sekunden mit Matthias Walden¹⁸⁶, Kurt Sontheimer¹⁸⁷, Rudi Dutschke und last not least Günther Nenning“ werden unvergesslich bleiben.¹⁸⁸

Der Open-End Charakter hatte auch im Club 2 von Anfang an Einzug gehalten. Ob die Sendung pünktlich um zwölf Uhr endete oder noch länger dauerte, spielte keine Rolle, denn nach dem Club erklang nur mehr die Bundeshymne und das Programm endete für ein paar Stunden. Vollprogramm, 24 Stunden täglich, so wie wir es heute kennen, gab es damals noch nicht. Es war nur eine bestimmte Anfangszeit vorgesehen, aber das Ende war nach hinten offen.¹⁸⁹

So dauerte der kürzeste Club 2 aller Zeiten gerade mal 85 Minuten („Beziehung zwischen Mensch und Tier“ 24. 04. 1984). Wurde das Thema zu langweilig, geradezu zu Tode diskutiert, konnte jederzeit abgebrochen werden. Bei hitzigen

¹⁸⁵ Harald Burger: Das Gespräch in den Massenmedien, Berlin/New York 1991, S. 26.

¹⁸⁶ Matthias Walden, geb. 16. Mai 1926, Journalist, gest. 17. November 1984.

¹⁸⁷ Kurt Sontheimer, geb. 1928, 1969 - 1993 Professor für politische Wissenschaft an der Universität München.

¹⁸⁸ o. A.: 10 Jahre Club 2. Ein Rückblick, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987 S. 14.

¹⁸⁹ Vgl.: Peter Huemer: Die Kultur des Streitgesprächs. Der Club 2 als radikales Demokratiespiel im ORF, in: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmer ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 48.

Debatten konnten Sendungen bis tief in die Nacht hinein dauern. Nur durch die zeitliche Befreiung war es möglich, hitzige Debatten gründlich auszutragen.¹⁹⁰ „Bei den untersuchten Club 2 - Sendungen waren 15 Minuten das Minimum, bei einer Sendung gar dauerte die Schlussrunde 30 Minuten. Das liegt daran, dass auch in der Schlussrunde noch neue Argumente eingebracht werden können, dass auch längere Gesprächsbeiträge und Wortwechsel toleriert werden. Und das macht aus einer Schlussrunde wieder so etwas wie eine vollwertige Gesprächsphase.“¹⁹¹

10.4 Offener Kanal

Ein weiterer wichtiger Anspruch, den der Club 2 erhoben hatte, war die Offenheit, für jeden zugänglich zu sein. Jeder sollte die Chance erhalten, seine Stimme zu erheben und auch gehört zu werden. Die Clubgespräche hatten eine Art interaktiven Charakter und gaben Institutionen, Organisationen und Einzelpersonen, vor allem aber jenen Gruppierungen, die über einen zu schwachen oder gar keinen Lobbyismus verfügten, die Möglichkeit, ihre Sichtweise darzulegen und in die Öffentlichkeit zu bringen. „Binnen einem Monat wurde ebenso über Wissenschaft und Politik geredet, mit Bruno Kreisky, Carl Friedrich von Weizsäcker¹⁹², Kardinal König¹⁹³ und anderen, wie über Prostitution, mit Damen vom Strich, einem Kunden, einem ehemaligen Zuhälter (September 1986). So weit“ reichte „der Bogen der Sendung.“¹⁹⁴

Wenn es wirklich heftige Debatten gab, war es möglich, in der Redaktion anzurufen und ins Studio durchgestellt zu werden, um mitdiskutieren zu können.

¹⁹⁵

Der Charakter des „Offenen Kanals“ ging teilweise so weit, dass Zuseher ins Studio gebeten wurden und diese am selben Abend noch die Chance erhielten, an der laufenden Live-Debatte teilzunehmen. Dies war sicherlich nicht die Regel,

¹⁹⁰ Vgl.: o. A.: 10 Jahre Club 2. Ein Rückblick, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987 S. 15ff.

¹⁹¹ Harald Burger: Das Gespräch in den Massenmedien, Berlin/New York 1991, S. 31.

¹⁹² Carl Friedrich von Weizsäcker, geb. 28. Juni 1912 in Kiel (BRD), deutscher Physiker, Philosoph und Friedensforscher, gest. 28. April 2007 in Söcking am Starnberger See.

¹⁹³ Kardinal Franz König, geb. 3. August 1905 in Warth bei Rabenstein/Pielach (NÖ), Geistlicher und Theologe, 1956 – 1985 Erzbischof von Wien, 1958 Kardinal, gest. 13. März 2004 in Wien.

¹⁹⁴ o.A.: 10 Jahre Club 2. Ein Rückblick, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2. Wien 1987, S. 20.

¹⁹⁵ Harald Burger: Das Gespräch in den Massenmedien, Berlin/New York 1991, S. 32ff.

aber es passierte dennoch, wie das Beispiel des „falschen Perser“ bewies. Im Jahr 1978 und 1979 gab es mehrere Clubgespräche über den Iran.¹⁹⁶



Abbildung 8: Bild: Schah Reza Pahlawi wurde 1979 ins Exil getrieben

In den siebziger Jahren hatte sich die Situation im Iran zugespitzt, da der erlangte Reichtum durch Erdöl- und Erdgasvorkommen völlig falsch verteilt wurde. Die dem Schah-Regime Getreuen, vor allem die kaiserliche Familie, lebten in einem unvorstellbaren Überfluss, während der Grossteil der Bevölkerung unter unbegreiflicher Armut litt. Außerdem unterdrückte der Geheimdienst sofort jegliches Aufleben einer Opposition und das Aufkeimen einer nicht regimegetreuen Meinung. Die Staatsfinanzen wurden bei weitem überzogen, und die Inflation stieg ins Unermessliche. Ende der 78er Jahre, Anfang 1979 explodierte das Pulverfass. 1979 wurde der Schah Reza Pahlawi¹⁹⁷ – von muslimischen Sympathisanten und iranischen Linken gestürzt. Es fanden in Teheran Demonstrationen von über einer Million Menschen statt. Der Schah flüchtete am 16. Jänner 1979 aus dem Iran, die Linken und die Muslime übernahmen zuerst gemeinsam die Führung des Landes. Nach bürgerkriegsähnlichen Zuständen, aus denen die Muslime als Sieger hervor

¹⁹⁶ Vgl.: Peter Huemer: Die Kultur des Streitgesprächs. Der Club 2 als radikales Demokratiespiel im ORF, in: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmert ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 49ff.

¹⁹⁷ Schah Mohammed Reza Pahlawi, geb. 26. Oktober 1919 in Teheran, Schah von Persien, Regentschaft (Exil) bis Ende 1978, danach Sturz durch kommunistische Verschwörung (Chomeini), gest. 28. Juli 1980 in Kairo.

gingen, bildeten diese eine eigene Diktatur. An dieser streng religiösen muslimischen Führung hat sich bis heute nichts geändert.¹⁹⁸

Zu der Zeit, als beide Gruppierungen das Land regierten, wurde ein Club 2 abgehalten, der sich mit der problematischen Situation im Iran beschäftigte. Es saßen europäische Beobachter, Wissenschaftler, Iranerinnen und Iraner in einer Diskussionsrunde zusammen. Aber bei den Recherchen unterlief der Redaktion ein Fehler. Es waren nur muslimische Befürworter eingeladen und keine Vertreter der Linken. Es dauerte nicht lange, und die Telefone glühten förmlich im Regieraum. Unter den Anrufern befand sich auch ein sehr aufgeregter Iraner, der genau diesen Umstand lautstark angriff.

Peter Huemer erläuterte:

„Ich habe ihm recht gegeben, da ist etwas schief gelaufen, und habe gefragt, wo er sich gerade befindet. Er war in Wien. Daraufhin habe ich ihn eingeladen, er möge sich gleich in ein Taxi setzen und so schnell wie möglich in den ORF kommen, wir bringen ihn in die Sendung.“ Eine Viertelstunde später war der Perser da, er wurde unverzüglich ins Studio gebracht und in die Diskussionsrunde integriert. Der Gastgeber bekam eine kurze Einweisung, und das Gespräch wurde fortgesetzt.¹⁹⁹

„Da kommt mir ein zweiter Iraner entgegen und will wissen, wo der Weg ins Studio ist. Ich fragte, worum es geht. Er antwortete, er habe mit mir telefoniert, ich hätte ihm doch gesagt, er solle kommen. Ich erwiderte: ‚Der Herr, mit dem ich telefoniert habe, sitzt schon drinnen.‘

Ja, aber sie haben doch mit mir und nicht mit ihm telefoniert’, sagte der Iraner. Der andere sei doch nur mitgefahren, weil er wissen wollte, wie das Fernsehen von innen aussehe.“ Zuerst waren alle ratlos, was jetzt passieren sollte. Der „falsche Iraner“ fügte sich aber blendend in die Diskussionsrunde ein und vertrat die Ansichten der Linken und vor allem die Meinung des „echten Iraners“.²⁰⁰

¹⁹⁸ Vgl.: www.wissen.de

¹⁹⁹ Peter Huemer: Die offene Sendung aus dem falschen Wohnzimmer. Vom Vertrauen in die Macht der Worte, zitiert nach: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmter ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 50.

²⁰⁰ Ebd. S. 51.

Der Systemtheoretiker Niklas Luhmann²⁰¹ bezeichnet den Aspekt der Öffentlichkeit des Themas als ein Problem seiner Institutionalisierung. „Themen können als institutionalisiert bezeichnet werden, wenn und soweit die Bereitschaft, sich in Kommunikationsprozessen mit ihnen zu befassen, unterstellt werden kann. Öffentlichkeit wäre demnach die Unterstellbarkeit der Akzeptiertheit von Themen.“²⁰²

10.5 Auswahl der Themen

Thema konnte im Club 2 alles sein, was diskutabel erschien, kein Thema war zu heikel, von Ökologie zu Atomtechnologie und Rüstungsfragen. Alles, was interessierte, wurde angesprochen, selbst so heikle Themen wie Terror 1977, was im Clubgespräch mit Otto Schily²⁰³, beinahe zum Ende des Clubs geführt hätte. Der Titel der Sendung lautete: „Im Schatten des Terrors“

Die Situation im Sommer 1977 war folgende:

Die erste Generation der RAF (Rote Armee Fraktion) Andreas Baader²⁰⁴, Gudrun Ensslein²⁰⁵, Jan Carl Raspe²⁰⁶ saßen im Gefängnis, Ulrike Meinhof²⁰⁷ war bereits tot, sie hatte sich 1976 erhängt. Holger Meins²⁰⁸ war 1974 an den Folgen eines Hungerstreiks gestorben. Die zweite Generation der RAF war am Werk.

Die RAF (Rote Armee Fraktion) war eine linksterroristische Organisation die im Untergrund agiert. Ursprung fand die RAF in der BRD. 1970 wurde sie von Horst

²⁰¹ Niklas Luhmann, geb. 8. Dezember in Lüneburg, Soziologe und Gesellschaftstheoretiker, Begründer der soziologischen Systemtheorie und transdisziplinärer Sozialwissenschaftler, gest. 6. November 1988 in Oerlinghausen bei Bielefeld.

²⁰² Niklas Luhmann: Die Realität der Massenmedien, Opladen 1996, S. 22.

²⁰³ Otto Schily, geb. 20. Juli 1932 in Bochum (BRD), Jurist und Politiker (SPD), 1998 – 2005 Bundesminister für Inneres, 1971 Strafverteidiger des damaligen RAF-Mitglieds Horst Mahler

²⁰⁴ Andreas Baader, geb. 6. Mai in München, führender Kopf der RAF, 1972 an Sprengstoffattentaten beteiligt, gest. 18. Oktober 1977 in Stuttgart-Stammheim (Selbstmord).

²⁰⁵ Gudrun Ensslein, geb. 15. August 1940 in Bartholomä (BRD), Gründungsmitglied der RAF, verantwortlich für fünf Bombenanschläge, gest. 18. Oktober 1977 in Stuttgart-Stammheim (Selbstmord).

²⁰⁶ Jan Carl Raspe, geb. 24. Juli 1944 in Seefeld (Österreich), Mitglied der RAF, verantwortlich für fünf Bombenanschläge, gest. 18. Oktober 1977 in Stuttgart-Stammheim (Selbstmord).

²⁰⁷ Ulrike Meinhof, geb. 7. Oktober 1934 in Oldenburg (BRD), Gründungsmitglied der RAF, verfasste ideologisches Konzept für die RAF, verantwortlich für fünf Bombenanschläge, gest. 8. Mai 1976 in Stuttgart (Selbstmord).

²⁰⁸ Holger Meins, geb. 26. Oktober 1941 in Hamburg-Eimsbüttel, Mitglied der RAF, gest. 9. November 1974 (Selbstmord, Hungerstreik).

Mahler²⁰⁹, Ulrike Meinhof, Andreas Baader u. a. in das Leben gerufen. In ihrer Gründerzeit wurde die RAF als „Baader – Meinhof Gruppe“ bezeichnet.



Abbildung 09: Auszug aus einem Zeitungsartikel

Gäste im Club 2 waren unter anderem der Rechtsanwalt Otto Schily, der spätere Innenminister der BRD, damals Verteidiger von Gudrun Ensslein. Otto Schily wurde von den Konservativen ständig als Sympathisant des Terrors gesehen, was sich aber als falsch herausstellte. Ferner wohnte diesem Club Professor Ulrich Klug²¹⁰ bei, der liberale und reformorientierte Justizsenator in Hamburg, weiters Bille Haag²¹¹, die Gattin des Rechtsanwalts Siegfried Haag, der damals im Gefängnis saß, unter dem Verdacht, der zweiten RAF Generation anzugehören. Die Sendung fand im August 1977 statt. Im September kam es dann zur Entführung des deutschen Arbeitgeberpräsidenten Hanns Martin Schleyer,²¹² worauf die Forderung der Freilassung von RAF Terroristen der ersten Generation gestellt wurde. Diese wurde jedoch nicht erfüllt. Im Oktober 1977 wurde die Lufthansa Maschine „Landshut“ nach Mogadischu entführt, jedoch von GSG 9

²⁰⁹ Horst Mahler, geb. 13. Jänner 1936 in Chojnow (Polen), Rechtsextremist und Antisemit, Mitglied der RAF, 2000 -2003 Mitglied der NPD.

²¹⁰ Ulrich Klug, geb. 7. November 1913 in Barmen (BRD), Jurist, Hochschullehrer und Politiker (FDP), 1971 - 1974 als Staatssekretär im Justizministerium in Nordrhein-Westfalen, 1974 – 1977 Senator der Justizbehörde in Hamburg, gest. 7. Mai 1993 in Köln.

Spezialeinheiten gestürmt. Die Entführer wurden überwältigt, es gab keine Toten unter den Passagieren. Daraufhin begingen die Häftlinge Andreas Baader, Gudrun Ensslein und Jan Carl Raspe Selbstmord, wobei bis heute bezweifelt wird, ob die Insassen wirklich den Freitod gewählt haben.²¹³



Abbildung 10: Bild: Hanns Martin Schleyer in Gefangenschaft

Wenige Tage später, noch im Oktober 1977, wurde der Leichnam von Hanns Martin Schleyer im Kofferraum eines Autos gefunden. Im November 1977 wurde der österreichische Textilindustrielle Walter Michael Palmers²¹⁴ von der „Bewegung 2. Juni“ entführt, was sich aber als reine Geldbeschaffungsaktion herausstellte.²¹⁵

Diese Ereignisse spielten sich wenige Tage und Wochen nach dem Club 2 ab. In der Folge kam es vor allem in Deutschland zu einer „Hetzjagd“ auf Künstler und Intellektuelle, die als Sympathisanten der RAF verdächtigt und angeprangert wurden. Das Unerhörte, das sich gegen den Club 2 richtete, war die Tatsache, dass die Gäste ein starkes Nahverhältnis zu den Häftlingen hatten. Neben den vorher genannten Personen waren noch eingeladen: der Vater Gudrun Enssleins,

²¹³ Vgl.: Peter Huemer: Die offene Sendung aus dem falschen Wohnzimmer. Vom Vertrauen in die Macht der Worte, zitiert nach: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmere ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 54.

²¹⁴ Walter Michael Palmers, geb. 1903 in Wien, Industrieller, gest. 16. September 1983 in Wien.

²¹⁵ Vgl.: Peter Huemer: Die offene Sendung aus dem falschen Wohnzimmer. Vom Vertrauen in die Macht der Worte, zitiert nach: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmere ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 56ff.

die Mutter der Terroristin Adelheid Schulz²¹⁶ und, wie oben schon angeführt, der angebliche „Terroristenanwalt“ Otto Schily.²¹⁷ Mit der Begründung, der Club 2 und dessen Mitarbeiter wollten die terroristischen Aktivitäten der RAF unterstützen, wurde seitens der Medien und der Politik versucht, die Sendung schon in den „Kinderschuh“ zu beenden.²¹⁸

1998 gelang die Auflösung der RAF, deren Mitglieder sahen sich selbst als kommunistische Guerilla, die in ihrem Bestehen in drei Generationen zu unterteilen war.²¹⁹

10.5.1 Szenenausschnitt Club 2, 09. August 1977

„Rechtsanwalt Otto Schily fragt, wie intelligente, moralisch eigentlich integre junge Leute in den Terror geraten konnten. Psychologische Deutungen wie nicht funktionierendes Elternhaus greifen für Schily zu kurz. Hier handle es sich um „eine Gesellschaft, zu deren Strukturelementen es geradezu gehört, politische Ziele mit Gewalt aufrechtzuerhalten“. Dann weist Schily auf die Vorgeschichte des Vietnamkriegs hin, auf den amerikanischen Einstieg in den französischen Indochinakrieg aus machtpolitischen Erwägungen. „Wenn man das nicht begreift, dann wird man eine Erscheinung wie die Stadtguerilla nicht begreifen.“

Darauf der frühere Hamburger Justizsenator Ulrich Klug: „Sagen Sie mal, was hat eigentlich der Sprengstoffanschlag auf mich für einen Sinn gehabt? [...] Es ist ja ein reiner Zufall, dass ich hier noch sitze und mich mit Ihnen unterhalte [...] Ich möchte einmal gerne diesen großen Zusammenhang sehen zwischen Vietnam und Chile und dem Anschlag auf mich. [...] Hier schwebt dauernd der Gedanke an eine Legitimität. Was hat das mit Stadtguerilla zu tun? Ich seh's nicht, bin zu dumm dazu.“²²⁰

²¹⁶ Adelheid Schulz, geb. 31. März 1955 in Lörrach (BRD), ehemaliges Mitglied der RAF, 1998 vorläufig aus der Haft entlassen, Begnadigung am 26. Februar 2002.

²¹⁷ Vgl.: Peter Huemer: Die Kultur des Streitgesprächs. Der Club 2 als radikales Demokratiespiel im ORF, in: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmel ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 55.

²¹⁸ Vgl.: Ebd. S. 56ff.

²¹⁹ www.rafinfo.de

²²⁰ Peter Huemer: Die Kultur des Streitgesprächs. Der Club 2 als radikales Demokratiespiel im ORF, zitiert nach: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen

dümmer ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 55 – 56.

11 Die Auswahl der Gäste

Was sich mittlerweile als selbstverständlich durchgesetzt hatte, war zur damaligen Zeit neu: „Wirkliche“ Menschen (statt Menschenvertreter) sollten „wirkliche“ Gespräche führen. In den siebziger Jahren war die Präsenz „normalsterblicher“ Personen im Fernsehen äußerst gering. Insofern war der Club 2 unter Chefredakteur Kuno Knöbl ein neuartiges Format und somit attraktiv für die Zuseher. Nicht die Fachkompetenz war oberstes Kriterium, sondern eine Mischung aus Fachleuten und Laien war entscheidend. „Es wird sicher nicht gelingen, immer Laien zu finden, die den Experten standhalten. Andererseits: vor etwa zwei Jahren hat sich in Club 2 ein ökologischer Bauer erfolgreich und überzeugend mit einer Runde von Chemikern angelegt.“²²¹

Hier hat der ORF die kleinliche Auslegung des Expertentums gesprengt. Es kamen Beteiligte zu Wort, die nicht nur theoretische Ansichten vermittelten, sondern auch ihre persönlichen Erfahrungen einbringen konnten. „Geht es um Prostitution, dann sitzen da auch ein Zuhälter und eine Dirne - und ein Sittenpolizist. Geht es um Landwirtschaft im Gebirge, dann sitzt da auch ein Bergbauer. Geht es um Multis, dann sitzen da nicht nur Wirtschaftler und Manager und Politiker, sondern auch die Arbeiter – und bei der chinesischen Küche ein chinesischer Koch.“²²²

11.1 Stilistische Merkmale

„Im Club 2 wird die Demokratie beim Wort genommen, hier wird durchgespielt, was im Übrigen oft genug politisches Lippenbekenntnis bleibt: das freie Gespräch der Bürger ohne Ansehen von Herkunft, Bildungsstand, Partei- und sonstiger Zugehörigkeit.“²²³

Nicht das Thema, sondern Menschen sollten im Mittelpunkt stehen, und keine Politausgewogenheit sollte die freie Rede dämpfen. Der Gesprächsleiter sollte

²²¹ Peter Huemer: Überlegungen zum Club 2. Grundsatzpapier 1979, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987, S. 33

²²² Michael Frank: Glückliche, die sich bis drei Uhr früh streiten dürfen, in: Süddeutsche Zeitung, Nr.10 vom 13.01.1978, S.33

²²³ o. A.: 10 Jahre Club 2. Ein Rückblick, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987, S.15

sich nicht in Zurückhaltung üben, sondern gelegentlich Kontroversen anfachen, die durchaus auch in Streit münden konnten.²²⁴

Hingegen fanden die deutschen Seher auf den eigenen Kanälen eher statuarisch gehaltene Diskussionen vor. „Da plustert sich in seiner vollen Bedeutsamkeit ein entgegen seinem Auftrag zu Monologen neigender Moderator, der sich mit den umsitzenen Politikern und Journalistenkollegen eher schmückt, als dass er sie zum Dialog oder gar zur Kontroverse führte. Der „Moderator“ wird auch meist in seinem Wortsinne als Ausgleicher und Besänftiger missverstanden, als Vertreter der verschleiernenden „Und sind wir uns im Grunde doch alle einig“ – Ideologie, der also zu oft inhaltlich eingreift, statt hauptsächlich formal und thematisch zu ordnen.“²²⁵

Im Club 2 nimmt der Diskussionsleiter, programmatisch als Gastgeber bezeichnet, keine autoritäre Position in der Runde ein. Viel mehr war er ein Teil der Runde und durfte seine eigene Meinung ebenso öffentlich artikulieren und dies ohne Rücksicht auf den Stil seiner Argumentation.

„Dort (Anm.: im Club 2) darf Hans Jürgen Syberberg²²⁶ live provozieren und ein großmütiger Gastgeber quittiert die Provokation mit einem ‚G‘hört hammas, i glaubs net, aber bitte!‘“²²⁷

Oder ein weiterer Ausspruch eines Gastgebers:

„Vielleicht sag i jetzt an Blödsinn, aber das macht ja auch nichts!“²²⁸

Die Anforderungen an den Gastgeber waren nicht unbedingt die wie an einen journalistischen Profi (ca. die Hälfte der Gastgeber waren Außenstehende), sondern Erfahrung in der Gesprächsführung und im weiteren Sinn ein Grundverständnis über das Thema, ohne aber darin Experte sein zu müssen.

²²⁴ Kuno Knöbl: Immer ein Anfang, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987

²²⁵ Michael Frank: Glückliche, die sich bis drei Uhr früh streiten dürfen, in: Süddeutsche Zeitung, Nr.10 vom 13.01.1978, S. 33.

²²⁶ Hans Jürgen Syberberg, geb. 8. Dezember 1935 in Nossendorf (BRD), Regisseur, 1968 und 1982 ausgezeichnet mit dem deutschen Kritikerpreis.

²²⁷ Eckhart Schmidt: „I glab´s net, aber bitte!“, in: Süddeutsche Zeitung, Nr.13 vom 17.01.1978, S. 22.

²²⁸ Ebd. S. 22.

„Der Gastgeber muss kein Spezialist für das Thema sein, er sollte es meines Erachtens nicht einmal sein, dazu sind die Gäste da. Seine Aufgabe besteht darin, stellvertretend für den interessierten Zuschauer zu fragen und in diesem Sinn zu lenken. Dass das nicht aus dem Hut geht, sondern gründliche Befassung mit dem Thema voraussetzt, liegt auf der Hand.“²²⁹

Ein weiteres stilistisches Element war die Art der Kameraführung. Als eine Frau während des Clubs ihre Tränen nicht mehr zurückhalten konnte und sie vom Gastgeber darauf angesprochen wurde, wurde sie dezent ins Bild gebracht. Die Kamera übte Zurückhaltung, ganz im Gegensatz zu den Krawallgesprächen auf den kommerziellen Kanälen, welche Ende der achtziger Jahre auf der Basis des Club 2 entstanden sind: Hier waren Tränen und ein möglichst hemmungsloser Ausbruch von Emotionen oftmals Ziel der Sendung.²³⁰

11.2 Das Gastgeber – Gast Verhältnis

Wie in keiner bisherigen Fernsehsendung wurden die Gäste und der Gastgeber derart unvorbereitet auf einander losgelassen. Es gab kein Briefing für die Runde, von Beginn an wurde darauf geachtet, dass keine vorgefertigten Meinungen entstehen konnten. Alles passierte direkt und Live in der Sendung.²³¹

11.3 Die Sprechergruppen im Club 2

Fernsehdiskussionen sind als Gesprächs-Situationen inszeniert, das heißt, sie kommt nicht spontan in Gang. Die Produzenten wählen die Teilnehmer einer Gesprächsrunde aus, geleitet von einem hohen Bewusstsein bezüglich der Auswahlkriterien einer Gesprächsrunde.

Besonders im Club 2 hing der Erfolg oder das Misslingen einer ganzen Live-Sendung, von der optimalen Besetzung ab, falls dies die Zeit für die Vorbereitungen zu ließ. Es wurden keinerlei Vorgespräche geführt, es gab keine redaktionellen Anweisungen. Die Gäste kamen und wurden quasi sofort ins Studio geschickt. Aus diesem Grund kam in den Clubgesprächen den

²²⁹ Peter Huemer: Überlegungen zum Club 2. Grundsatzpapier 1979, zitiert nach: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987, S. 33.

²³⁰ Peter Huemer: Vier Vorlesungen zur Poetik des Journalismus, in: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmer ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 25.

²³¹ Ursula Frei-Borer: Das Clubgespräch im Fernsehen. Eine gesprächlinguistische Untersuchung zu den Regeln des Gelingens, Bern/Frankfurt/M/New York/Paris, S. 89.

Sprechergruppen keine große Bedeutung zu, es war immer überraschend, wie sich die Diskutanten untereinander verstanden und wie eine Runde zusammenpasste.²³²

11.4 Das Rollenkonzept des Clubgesprächs

Das Rollenkonzept der Clubgespräche lässt sich in zwei Positionen festhalten, vor allem wenn man die Rolle der Gäste in Betracht zieht. Grundsätzlich erfüllt der Gast die Rolle des Kommunikators, aber zum anderen auch die Rolle des Repräsentanten. Die Repräsentantenrolle wurde durch das Kundtun des eigenen Standpunktes ausgefüllt, die einen Teil des Publikums verkörperte. Der Sitzplatz im Studio befähigte ihn, einem Teil der Bevölkerung ein Gehör im öffentlichen Rundfunk zu verschaffen.²³³

Dieses Rollenkonzept kann auf die persönlich Betroffenen, die Fachleute, die einfachen Interessierten und die „Alibi – Frau“ ausgedehnt werden. Die Rolle der Frau im Club 2 wird später noch behandelt werden.

11.5 Der Moderator im Club 2

Der Moderator oder Gastgeber, wie er im Club 2 genannt wurde, hatte eine Schlüsselposition inne, denn er vereinte die Rollenkonzepte der Gäste. Weiters nahm er die Position des Verantwortlichen, die Funktion des Oberhauptes, des Diskussionsleiters und des privilegierten Teilnehmers ein. Nur er hatte die Möglichkeit, sich auf die Sendung vorzubereiten, die Gäste zu studieren und die Positionen im Vorhinein abzuwägen. Außerdem nahm er nicht nur die Rolle des Diskussionsleiters ein, er konnte auch seine Sicht der Dinge in die Diskussion einbringen. Das Anforderungsprofil war durch seine Aufgaben klar umrissen, doch kaum umfänglich abzudecken. Ursula Frei-Borer definierte es folgendermaßen:

„[...] Er soll entspannt, aber nicht lässig wirken; ruhig aber nicht langweilig sein; überlegen, aber nicht arrogant; sprachgewandt, aber nicht maniert; gut gekleidet, aber nicht geckenhaft; Kurz: ein Mensch (ob männlich oder weiblich), den man gern neben sich auf der Wohnzimmercouch wüsste.“²³⁴

²³² Vgl.: Ebd. S. 90.

²³³ Vgl.: Ebd. S. 90.

²³⁴ Ursula Frei-Borer: Das Clubgespräch im Fernsehen. Eine gesprächlinguistische Untersuchung

Der Gastgeber sollte also ein möglichst natürlicher Gastgeber sein, denn seine Aufgabe lag vor allem darin, Fragen zu stellen, die für den interessierten Zuseher auch von großer Bedeutung sein konnten, und in diesem Sinn sollte er das Gespräch leiten.

11.5.1 Die Moderatoren des Club 2

- ✓ Es gehört zu den Regeln der Clubgespräche, dass die Gastgeber wechseln, denn nur so kommt jeder Zuseher mit seinen individuellen Vorlieben auf seine eigene bestimmte Rechnung. Auf der anderen Seite ergibt sich für die Redaktion die Chance einer themengerechten, optimalen Moderation. In den Diskussionsrunden kam immer ein bestimmter Stamm an Moderatoren zum Einsatz, somit hatte der Zuseher auch die Möglichkeit, sich mit den Gesichtern der Gastgeber zu identifizieren.
- ✓ Die Tatsache, dass manche eher als private Gesprächspartner in Erscheinung tretende Moderatoren im Clubgespräch großen Erfolg hatten, legte eine modifizierte Auswahl nahe.²³⁵

Die Praxis zeigte, dass die Gastgeber keinesfalls Fernsehprofis sein mussten, denn wichtiger als die Erfahrung mit dem Medium schien die kommunikativ – dialogische Kompetenz zu sein. Daher ist es möglich, dass einzelne Teilnehmer zum Moderator einer späteren Runde avancierten, dies kam einer alltäglichen nicht medialen Situation um den Clubtisch sehr nahe.²³⁶

11.6 Die Clubthemen

Jedes Fernsehgespräch zeigt den Charakter einer Art organisierter Kommunikation auf. Die Themenauswahl wies ein hohes Maß an Bedeutung auf, denn dies führte zu einer Selektion der Zuseher und zu einer Eingrenzung der Interessensgruppen, mit einer Auswahl der Gesprächsrunde der jeweiligen Redaktion. Weiters weist eine Sendung wie der Club 2 eine hohe soziale Verantwortung auf, was untrennbar mit der Themenauswahl verbunden ist. Die Medien offenbaren auf diesem Weg, welche Themen, Inhalt und Problemkreise

zu den Regeln des Gelingens, Bern/Frankfurt/M/New York/Paris, S. 92.

²³⁵ Vgl.: Ebd. S. 91.

²³⁶ Vgl.: Ebd. S. 92.

öffentlich, verallgemeinerungsfähig und dadurch meinungsbildend – sozialisierend sind. Im Gegensatz dazu sind natürlich auch die Medienmacher bzw. die Programmverantwortlichen darauf erpicht, Gesprächsthemen innerhalb einer landesüblichen sozialen Norm zu finden, die ihnen den Erfolg durch die Zuseher – Quote sichert. Die Themenauswahl und die öffentliche Meinung blockieren und regulieren sich daher gegenseitig, was sich bereits in der Themenfindung widerspiegelt und beobachtet werden kann. „Themen können als institutionalisiert bezeichnet werden, wenn und soweit die Bereitschaft, sich in Kommunikationsprozessen mit ihnen zu befassen, unterstellt werden kann. Öffentlichkeit wäre demnach die Unterstellbarkeit der Akzeptiertheit von Themen.“²³⁷

Diese Faktoren des Wechselspiels zwischen Öffentlichkeit und Interesse gelten im Besonderen für Themen, die im Club 2 behandelt worden sind. Die Erfolge haben gezeigt, dass nicht alle Themen das Interesse der Zuseher wecken, aber dennoch es wert waren, diskutiert worden zu sein. Es gab einfach kein besseres Diskussionsformat als den Club 2, um über Themen gründlich zu diskutieren.²³⁸

Die Clubthemen können also in „etablierte Themen“ und in „Randthemen“ unterteilt werden. „[...] ein etabliertes Thema ist die Reaktorsicherheit, Randthema sind die konkreten Erfolge mit alternativen, energiearmen Lebensformen.“²³⁹

Gleichzeitig muss betont werden, dass der Erfolg eines Themenbereichs zeit- und personenabhängig erscheint, da sich Wertigkeiten ständig verschieben und ändern können, bis hin zur Undiskutierbarkeit eines Themas. Diskutiert kann über Bereiche nur werden, wenn ein gewisses Maß an Emotionen darin steckt, gehen diese verloren, stellt sich ein toter Punkt ein, und diese Emotionslosigkeit führt zur Undiskutierbarkeit. Diese thematische Einschränkung führt zu Themenrekurrenzen, diese sehen ein Wiederaufleben von Themen, in kurz- oder mittelfristigen Abständen, oft aber nur Teilgebiete oder einen verwandten

²³⁷ Niklas Luhmann: Die Realität der Massenmedien, Opladen 1995, S. 22.

²³⁸ Vgl.: Peter Huemer: Überlegungen zum Club 2. Grundsatzpapier 1979, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987, S. 33ff.

²³⁹ Ebd. S. 35.

Themenbereich betreffend, vor. Dieses Phänomen des Rekurrenzens ist im Club 2
öfters zu beobachten gewesen:²⁴⁰

„Freie Liebe“ 27.07.1984

„Heiraten“ 26.07.1985

Oder

„Arbeitslos – Nicht vermittelbar“ 11.09.1984

„Arbeitslos trotz Aufschwung“ 07.02.1985²⁴¹

Der wesentliche Institutionalisierungsfaktor der Club 2-Themen war (bzw. ist –
vielen Themen wären heute noch Grund genug für emotionale Diskussionen)
Grund für Emotionalität, welche die Gesprächsgegenstände und Gesprächsrunden
zu interpersonalen Emotionen, dann zu einem Bestandteil der Öffentlichkeit
stilisierten. Das Ziel all dieser Kommunikationskontakte ist es, „betroffen“ zu
machen, zu involvieren, sei es auf emotionaler, assoziativer oder kognitiver
Ebene.²⁴²

²⁴⁰ Vgl.: Ursula Frei-Borer: Das Clubgespräch im Fernsehen. Eine gesprächlinguistische
Untersuchung zu den Regeln des Gelingens, Bern/Frankfurt/M/New York/Paris, S. 112ff.

²⁴¹ Vgl.: Ebd. S. 112ff.

²⁴² Vgl.: Michael Frank: Glückliche, die sich bis drei Uhr früh streiten dürfen, in: Süddeutsche
Zeitung, Nr.10 vom 13.01.1978, S.35ff.

12 Die vier Phasen eines Club 2-Gesprächs

Der Ablauf einer Club 2 – Diskussion kann in vier Phasen gegliedert werden, wobei eine eigendynamische Club 2-Strukturiertheit vorweggenommen werden muss, denn jede Phase weist eigene Charakteristika auf:

- 1) Eröffnungsphase
- 2) Informationsphase
- 3) Hauptphase
- 4) Schlussphase²⁴³

12.1 Die Eröffnungsphase

Die Einleitungsphase ist charakterisierend für Club 2-Gespräche, die sich durch zwei Situationen auszeichnete:

Entweder wurde das Thema an die vorangegangene ZIB 2 angelehnt und so elegant eingeleitet, dass sich der Übergang von Nachrichtensendung zu Diskussionsgespräch fließend darstellte oder die Einleitung wurde „anekdotisch“ gewählt, so dass sich ein spontaner aber harmonischer, assoziativ verknüpfender Übergang von einer Sendung zur anderen darstellte.²⁴⁴

Durch den anekdotischen Übergang wurde gleichzeitig die volle Aufmerksamkeit der Zuseher und der Gesprächsrunde auf den Beginn der Sendung gerichtet. Diese Art der Eröffnung eines Themas überlässt auch die Möglichkeit für einführende Geschichten, eben für Anekdoten. Die Zielstrebigkeit, ein neues Thema einführen zu müssen, das Gespräch jetzt beginnen zu lassen, wurde so zur Seite geschoben, denn die Diskussion wurde so sanft in die nächste Phase geschoben. Es stehen sich somit die „dekorative Rhetorik“²⁴⁵ des Clubgesprächs und die formale, funktionale Rhetorik des „Moment mal“ sowie der stärker formalisierten Fernsehgespräche gegenüber.²⁴⁶

²⁴³ Ursula Frei-Borer: Das Clubgespräch im Fernsehen. Eine gesprächlinguistische Untersuchung zu den Regeln des Gelingens, Bern/Frankfurt/M/New York/Paris, S. 118.

²⁴⁴ Vgl.: Ebd. S. 133.

²⁴⁵ Vgl.: Ludwig: „Zur Anekdote und ähnlichen Äußerungseinheiten als rhetorisches Mittel, 1983, in: Ursula Frei-Borer: Das Clubgespräch im Fernsehen. Eine gesprächlinguistische Untersuchung zu den Regeln des Gelingens, Bern/Frankfurt/M/New York/Paris, S. 133.

²⁴⁶ Ursula Frei-Borer: Das Clubgespräch im Fernsehen. Eine gesprächlinguistische Untersuchung zu den Regeln des Gelingens, Bern/Frankfurt/M/New York/Paris, S. 133.

Der ruhige Übergang von der Einleitung in die Informationsphase, als Einstieg in das eigentliche Thema, war charakteristisch für den Beginn von Club 2-Sendungen. Die Möglichkeit, Open End zu senden, sich dem zeitlichen Druck zu entledigen, nicht zu einem bestimmten Punkt fertig werden zu müssen, war also schon am Beginn der Sendung spürbar.²⁴⁷

Beispiele eines typischen anekdotischen Beginns einer Club 2 Sendung

„[...] ja, bevor die Kugel zu rollen beginnt im Roulette, heißt es immer: ‚Rien ne va plus‘ [...]“²⁴⁸

„Bevor wir da einsteigen, wollte ich Ihnen eine Geschichte erzählen von Freunden, die in Polen waren. [...]“²⁴⁹

12.2 Die Informationsphase

Die Informationsphase schließt nahtlos an die Eröffnung an, ausgehend vom Einführungsaspekt. Bedeutendstes Charakteristikum der Informationsphase ist die Tatsache, dass die Teilnehmer Zeit hatten, ihre Informationen, Zahlen und Fakten darzustellen, bevor die eigentliche Debatte begann. Dieser informative Einstieg in das Thema war eine Besonderheit im öffentlich-rechtlichen Fernsehen in Österreich. Nicht jeder Rundenteilnehmer konnte die zur Verfügung stehende Zeit richtig nutzen, um die Zuseher schon in dieser Phase auf seine Seite zu ziehen. Übertriebene deplazierte Selbstdarstellung war zumeist die Folge einer rhetorischen Taktlosigkeit zu Beginn des Club 2-Gesprächs. Ziel war es, Positionen abzustecken und darzulegen, was nicht selten in einem Kampf um die Führungsposition, neben dem Moderator, endete. In der Phase selbst begründet ist die Tatsache, dass nun noch keine Steuerungselemente durch die Beteiligten und vor allem den Moderator griffen, da jeder noch seinen persönlichen „informativen“ Standpunkt darlegen konnte.²⁵⁰

²⁴⁷ Ursula Frei-Borer: Das Clubgespräch im Fernsehen. Eine gesprächslinguistische Untersuchung zu den Regeln des Gelingens. (Europäische Hochschulschriften, Dissertation), Bern/Wien 1991, S. 140ff.

²⁴⁸ Ebd. S. 136.

²⁴⁹ Ebd. S. 136.

²⁵⁰ Vgl.: Ebd. S. 143ff.

Beispiele der Informationsphase in Anlehnung an das Thema „Ist Glücksspiel eine Krankheit?“ – Eröffnungsphase

„[...] Glücksspiele gibt es, seitdem es Menschen gibt. Schon die alten Ägypter haben Knochen geworfen und daraus ihre Glücksschicksale ablesen wollen.“

„Was ist das eigentlich, diese Spielsucht? [...] Was ist das: Spielsucht?“

„Ich weiß nicht, was Spielsucht ist. Und es gibt unendlich viele Menschen, die sich mit diesem Thema beschäftigen. [...] ich hab Ihnen gesagt, ich weiß nicht, was Spielsucht ist. Ich weiß nur, dass ich krank bin, weil [...]“²⁵¹

12.3 Die Hauptphase

In der Hauptphase findet die eigentliche Diskussion statt, hier setzen sich die Diskutanten in Form eines Streitgesprächs inhaltlich mit dem Thema auseinander. Die Diskussionsansätze der vorangegangenen Phasen werden zu Äußerungseinheiten mit kausalen, finalen und konsekutiven Elementen ausgeweitet.²⁵²

12.4 Die Schlussphase

Aspekte, Nebenaspekte und Argumentationen treten in der Schlussphase in der Regel nicht mehr auf, denn das Inhaltliche einer Diskussionsposition wird jetzt als „absolut“ angesehen und festgelegt. Jeder Gesprächsteilnehmer hat seine Position innerhalb der Diskussion bezogen und lässt sich von dieser nicht mehr abbringen. In der Schlussphase untermauert er/sie die Meinung noch einmal. Die Schlussphase des Club 2 weist eine Eigenheit auf, denn ein Club-Gespräch, das nicht unbedingt manipulativ oder pädagogisch zu wirken hat, braucht keine abschließenden Resultate aufzuweisen. In diesem Punkt steht die Sendung im großen Gegensatz zu anderen Fernsehdiskussionen, vor allem auf politischer und wirtschaftlicher Seite, die als Ziel die Informationsvermittlung und Meinungsbildung anstreben.²⁵³

²⁵¹ Zu den Zitaten siehe: Ursula Frei-Borer: Das Clubgespräch im Fernsehen. Eine gesprächslinguistische Untersuchung zu den Regeln des Gelingens, (Europäische Hochschulschriften, Dissertation), Wien/Bern 1991, S. 143.

²⁵² Vgl. Ebd. S. 147.

²⁵³ Vgl. Ebd. S. 148ff.

Der Intention des Club 2 entsprechend muss nicht das Thema zu einem Abschluss gebracht werden, sondern lediglich die aktuelle Unterhaltung, was wiederum bedeutet, dass in der Schlussrunde die stark divergierenden Meinungen nochmals fixiert werden können. Es konnte keine Gewinner- oder Verlierer-Position geben, sondern nur den natürlichen Gesprächsverlauf miteinander. Dass am Ende mancher Clubgespräche eine Zusammenfassung mit Überblick über das Gesagte steht, erstaunt nicht weiter, da nicht einmal nach dem Schlusswort des Gastgebers das Gespräch aufgehoben ist. Dieses Weiterfahren des Gesprächs erinnert an Alltagssituationen und wäre in formalisierten Fernsehgesprächen undenkbar.²⁵⁴ „[...] es kann auch eine expressiv konsentische Dialogbeendigung Ausdruck der Gemeinschaftlichkeit der Gesprächsrunde sein und als charakteristisches Merkmal für die Natürlichkeit des Gesprächsereignisses sprechen.“²⁵⁵

13 Reichweite der Clubgespräche

Im Jahr 1984 betrug die durchschnittliche Reichweite des Club 2 fünf Prozent der Gesamtbevölkerung, die größte Reichweite hingegen erreichte der Club 2 1983. Am 29.11.1983 sahen 753.000 Seher die Clubsendung „Situation des Zölibats in Österreich.“ Die Seher des Club 2 können in mehrere demographische Aspekte eingeteilt werden:

- ✓ Geschlecht
- ✓ Alter
- ✓ Bildung
- ✓ Beruf²⁵⁶

13.1 Geschlecht

5,5 Prozent der Männer und 4,5 Prozent der Frauen sahen durchschnittlich den Club 2, es sahen also mehr Männer als Frauen die Club 2-Diskussionen. Die geschlechtsspezifische Unterscheidung wird im nächsten Kapitel näher behandelt.

²⁵⁴ Vgl.: Ebd. S. 150ff.

²⁵⁵ Ebd. S. 151.

²⁵⁶ Renate Rapf: Geschlechtsspezifisches Kommunikationsverhalten in Fernsehdiskussionen am Beispiel des Club 2 – Eine inhaltsanalytische Untersuchung, Diss. Universität Wien 1990, S 50.

13.2 Alter

Alter in Jahren	%
14 - 19	0,5
20 - 29	4,2
30 - 39	2,8
40 - 49	4
50 - 59	5,9
ab 60 Jahren	9,6

Auffallend ist die prozentuelle Steigerung der Seher über 60 Jahre, wobei auch hier zwischen Frauen und Männern unterschieden werden muss:

- ✓ Frauen ab 60 Jahren 7,7 Prozent
- ✓ Männer ab 60 Jahren 12,9 Prozent

Außerdem ist ein prozentueller Einbruch bei den Sehern der 30 bis 39 Jährigen auf 2,8 Prozent zu verzeichnen.²⁵⁷

13.3 Bildung

Je höher die berufliche Bildung, desto höher die Seher – Beteiligung:

Ausbildung	%
Grundschule	3,5
Fachschule	5,9
Matura/Universität	5,5
Matura/Uni Männer	5,5
Matura/Uni Frauen	5,4

²⁵⁷ Vgl.: Ebd. S 52ff.

Die Seher – Bildungsunterschiede sind aber nicht sehr eklatant, das bedeutet, dass der Club 2 von vielen unterschiedlichen Schichten gesehen wurde. Dies ist mit der Gästevielfalt zu erklären, denn in der Sendung kamen neben Experten auch Betroffene und Laien zu Wort.²⁵⁸

13.4 Beruf

Beruf	%
Angestellte/Beamte	3,7
Arbeiter	3,4
Landwirte	4,1
Hausfrauen	4,6
Berufstätige Frauen	4,0

Auch hier ist eine relativ gleichmäßige Verteilung der Club 2-Seher in den verschiedensten Berufen zu verzeichnen, was sich wiederum auf die redaktionelle Auswahl der Gäste zurückführen lässt.²⁵⁹

²⁵⁸ Vgl.: Ebd. S. 53.

²⁵⁹ Vgl.: Ebd. S. 54.

14 Feminismus im Club 2 - Die neue Frauenbewegung

Eine „Demokratisierung“ ist immer mit einem „Woher“ und „Wohin“ verbunden. Auf feministisches Gedankengut übertragen, bedeutet das, dass ein von männlichen Normen- und Wertvorstellungen durchdringendes Gesellschaftssystem („Woher“) eine „Feminisierung“ erfährt („Wohin“), indem „weibliche“ Eigenschaften und Werte aufgewertet werden. Ende der sechziger Jahre nahm die neue Frauenbewegung ihren Ausgang in den Vereinigten Staaten von Amerika und kam mit ein wenig Verspätung nach Mitteleuropa.²⁶⁰

„Das allgemeinste Ziel des Feminismus ist die Abschaffung der Frauenunterdrückung – oder der „Benachteiligung der Frau“ wie weniger radikale Kreise es ausdrücken würden.“²⁶¹

Die Interessensvertretungen traten in zahlreichen Gruppierungen auf, wie Frauenhilfsgruppen, die Gruppe „Frau am Arbeitsplatz“, Vertreterinnen feministischer Kulturprojekte u. a. mehr, aber alle diese Interessensgruppen verfolgten ein definiertes Ziel, das „universelle Phänomen Sexismus“.²⁶²

Früher fand das Leben unter Ausschluss der Frauenwelt statt, was unsere Gesellschaft durch männliche Normen- und Wertvorstellungen prägte. Noch heute kämpft der Feminismus um die Teilhabe der Frauen an öffentlichen Entscheidungsprozessen und für die Umänderung der geltenden Werte, Verhaltensweisen und Rollenfunktionen. Weibliche Eigenschaften und Werte sollen zwanglos in das öffentliche Leben einfließen und ihre Vorstellung die Gesellschaft positiv beeinflussen. Dieser Einfluss feministischen Denkens greift in alle Teile des gesellschaftlichen Lebens, ob beruflich oder privat. Daraus ergeben sich eine Degradierung der Arbeitsteilung bezogen auf das menschliche Geschlecht in der Familie und ein Abbau der auf ihr basierenden psychischen

²⁶⁰ Renate Rapf: Geschlechtsspezifisches Kommunikationsverhalten in Fernsehdiskussionen am Beispiel des Club 2 – Eine inhaltsanalytische Untersuchung, Diss. Universität Wien 1990, S. 58.

²⁶¹ Heinz Schenk: Die feministische Herausforderung. 150 Jahre Frauenbewegung in Deutschland, München 1980, zitiert nach: Renate Rapf: Geschlechtsspezifisches Kommunikationsverhalten in Fernsehdiskussionen am Beispiel des Club 2 – Eine inhaltsanalytische Untersuchung, Diss. Universität Wien 1990, S. 58.

²⁶² Vgl. Ebd. S. 59.

Geschlechtsrollendifferenzierung. Die klassischen Medien fördern ein emanzipiertes Frauenbild wenig, da sie an einer Veränderung nicht oder kaum interessiert sind, so werden die Interessen der Frauenbewegung in den „klassischen“ Medien vernachlässigt. Außerdem fehlen den meisten feministischen Organisationen die nötigen finanziellen Mittel, um in der Öffentlichkeit durch die Massenmedien ständig präsent zu sein. Dieses Versagen von Öffentlichkeit führt zu neuen, von Frauen herausgegebenen Medien. Der Verein „Frauen aktiv in Kultur und Arbeitswelt“ mit der Zeitschrift „An-Schläge“ kann als Beispiel feministischer Medienkultur genannt werden.²⁶³

Es gibt zwei Ansätze zur Vermittlung feministischer Ziele, zum einen die „Gleichberechtigungsstrategie“ und zum anderen die Strategie zum „Ausbau der Frauensubkultur“ als alternative Lebenskultur. Beide Schlüsse zielen auf eine spezifische weibliche Lebensart ab und lehnen männlich dominierte Normen kategorisch ab. Dennoch kann ein Einhergehen beider Lebensarten nur funktionieren, wenn sich beide respektierend gegenüberstehen. „[...] wir brauchen nun mal beide Zugriffe, den pragmatischen und den utopischen, den politischen und den ästhetischen, den, der auf Gleichheit und den, der auf Verschiedenheit besteht.“²⁶⁴

Ziele feministischer Bewegungen sind u. a. „Unterstützung von Frauen in den Parteien“, „Antidiskriminierungsgesetz“, „gleicher Lohn für gleiche Arbeit“ und eine „Berücksichtigung von Frauen bei der Vergabe von Spitzenpositionen.“ Frauen wollen nicht länger Empfänger von feministischer Politik sein, sie wollen in der Öffentlichkeit stehen und Politik mitgestalten und vor allem mitbestimmen. Durch diese neue Befreiung der Frauen leben „Opinion Leader“ ein Leben in der Öffentlichkeit und somit auch in den Medien, vor allem seit in den siebziger Jahren die Bewegung in den USA aktiv wurde.²⁶⁵

²⁶³ Vgl. Ebd. S. 59ff.

²⁶⁴ Barbara Sichtermann: Weiblichkeit. Zur Politik des Privaten, zitiert nach: Renate Rapf: Geschlechtsspezifisches Kommunikationsverhalten in Fernsehdiskussionen am Beispiel des Club 2 – Eine inhaltsanalytische Untersuchung, Diss. Universität Wien 1990, S. 62

²⁶⁵ Vgl. Ebd. S. 62ff.

14.1 Das weibliche Dilemma

Macht hat viele Formen von Ausprägungen, sei es körperliche Macht, Reichtum, Alter, Geschlecht, eine institutionalisierte Rolle in der Kirche, dem Staat, dem Heer oder in der Familie. So besteht auch im Kommunikationsverhältnis eine ungleiche Machtverteilung zugunsten des männlichen Geschlechts. Frauen, die an dem bestehenden Machtverhältnis leiden, geraten in eine Konfliktsituation.

Frauen sind für eine reibungslose Interaktion verantwortlich, das bedeutet, dass das weibliche Geschlecht auf der Beziehungsebene festgenagelt zu sein scheint.

Aus diesem Schein werden Frauen in der öffentlichen Diskussion nicht ernst genommen und so als Diskussionsteilnehmer nicht beachtet, mundtot gemacht, teilweise sogar ignoriert. Intellektuelle und karriereorientierte Frauen setzen ihre Weiblichkeit auf das Spiel, weil sie oft als „Emanzen“ oder als „Mannsweiber“ wahrgenommen bzw. bezeichnet werden, aber dennoch werden diese Frauen ernst genommen und ihre Stimmen in der Öffentlichkeit werden auch gehört. Senta Tromel-Plötz²⁶⁶ formuliert dies so:

„Um ernst genommen und gehört zu werden, muss die Frau so reden wie der Mann. Redet sie aber so wie ein Mann, dann ist sie männlich und wird als Frau entwertet.“²⁶⁷ D. h. also, dass das Dilemma der Frauen darin besteht: Was immer sie tun, es ist immer falsch.²⁶⁸

Es kann gesagt werden, dass im Club 2 ein Stück Demokratie aus einem spezifischen männlichen Blickwinkel verwirklicht worden war, bei Redezeiten und Sprechzeiten überwog eindeutig der männlich Einfluss, aber auch die Dominanz des männlichen Geschlechts in der Redaktion, Moderation und Clubleitung war nicht zu übersehen. Die Folgen, die sich aus geschlechtsspezifischem Kommunikationsverhalten in der Öffentlichkeit ergeben, sind unübersehbar negativ für das weibliche Geschlecht: Auf Tagungen,

²⁶⁶ Senta Tromel-Plötz, geb. 26. Februar 1939 in München, Sprachwissenschaftlerin, Autorin und Feministin, lebt heute in den USA (Pennsylvania).

²⁶⁷ Senta Tromel-Plötz: *Frauensprache: Sprache der Veränderung*, Frankfurt/Main, zitiert nach: Renate Rapf: *Geschlechtsspezifisches Kommunikationsverhalten in Fernsehdiskussionen am Beispiel des Club 2 – Eine inhaltsanalytische Untersuchung*, Diss. Universität Wien 1990, S. 148.

²⁶⁸ Renate Rapf: *Geschlechtsspezifisches Kommunikationsverhalten in Fernsehdiskussionen am Beispiel des Club 2 – Eine inhaltsanalytische Untersuchung*, Diss. Universität Wien 1990, S. 148ff.

Kongressen, Sitzungen u. ä. erleben Frauen Situationen, in denen sie nicht ernst genommen werden, um nicht zu sagen, dass sie geradewegs ignoriert werden.²⁶⁹

14.2 Die Gastgeberinnen im Club 2

Die herangezogenen Zahlen beziehen sich auf den Zeitraum 1976 – 1986 und auf 854 Club 2-Gespräche. Wie im Diagramm ersichtlich, dominiert das männliche Geschlecht in allen Belangen – rote Füllbalken im Diagramm bedeuten männlich dominiert, blauer Balken heißt weiblich geleitet.²⁷⁰

Club 2	%	weibliche Moderatoren	%	männliche Moderatoren	%
110	13	17	21		
744	87			64	79



Abbildung 11: Anzahl der Club 2-Gespräche mit weiblichen/männlichen Gastgeber/innen

²⁶⁹ Vgl. Ebd. S. 148ff.

²⁷⁰ Eigene Darstellungen in Anlehnung an: Renate Rapf: Geschlechtsspezifisches Kommunikationsverhalten in Fernsehdiskussionen am Beispiel des Club 2 – Eine inhaltsanalytische Untersuchung, Diss. Universität Wien 1990, S. 75ff.

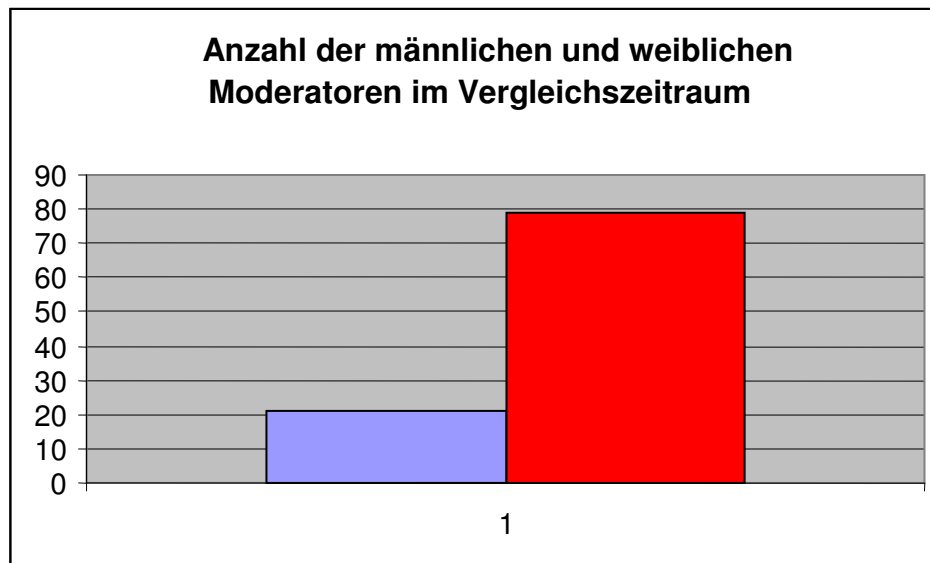


Abbildung 12 : Moderatorenvergleich in den Club 2-Gesprächen²⁷¹

Der Vergleich zwischen den beliebtesten männlichen und weiblichen Gastgeber/innen zeigt den Unterschied der Geschlechter ganz deutlich:

Gastgeberinnen	Anzahl der Clubs	Gastgeber	Anzahl der Clubs
Meisner - Blau	25	Nenning	103
Brandstaller	21	Kreuzer	74
Koch	21	Holl	63
Gesamt	67		240

²⁷²

²⁷¹ Eigene Darstellung in Anlehnung an: Renate Rapf: Geschlechtsspezifisches Kommunikationsverhalten in Fernsehdiskussionen am Beispiel des Club 2 – Eine inhaltsanalytische Untersuchung, Diss. Universität Wien 1990, S. 75ff.

²⁷² Eigene Darstellung in Anlehnung an: Renate Rapf: Geschlechtsspezifisches Kommunikationsverhalten in Fernsehdiskussionen am Beispiel des Club 2 – Eine inhaltsanalytische Untersuchung, Diss. Universität Wien 1990, S. 75ff.

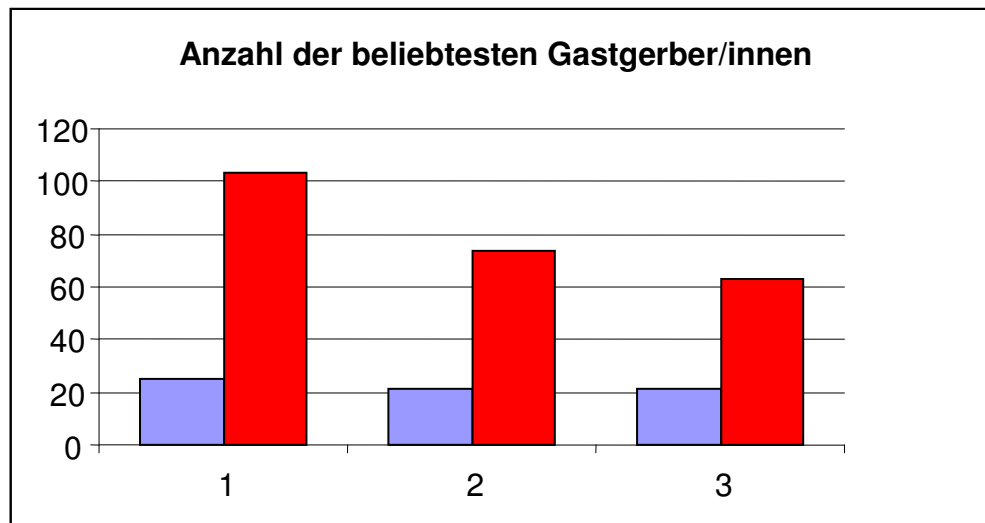


Abbildung 13: Vergleich der beliebtesten Gastgeber/innen²⁷³

An diesen Zahlen und Diagrammen sieht man, wie unterrepräsentiert das weibliche Geschlecht, selbst in Bezug auf die Gastgeber/innen, vertreten war. 1977 wurde sogar nur ein Club 2 von einer Frau moderiert, was weniger als ein Prozent der gesamten Sendungen in diesem Jahr darstellt. Anscheinend trauten die Programmverantwortlichen dem weiblichen Geschlecht nicht zu, eine kompetente Diskussionsleiterin zu stellen und die Gesprächsrunde durch den ganzen Abend zu führen.²⁷⁴

14.3 Das Verhältnis weiblicher und männlicher Gäste im Club 2

Nicht nur als Gastgeber/innen war das weibliche Geschlecht stark unterrepräsentiert, auch die eingeladenen Gäste waren vom männlichen Geschlecht beherrscht.

²⁷³ Eigene Darstellung in Anlehnung an: Renate Rapf: Geschlechtsspezifisches Kommunikationsverhalten in Fernsehdiskussionen am Beispiel des Club 2 – Eine inhaltsanalytische Untersuchung, Diss. Universität Wien 1990, S. 75ff.

²⁷⁴ Vgl.: Ebd. S. 75ff.

**Männlich dominierte Club 2
Sendungen**

Club 2	%
733	85,8

**Weiblich dominierte Club 2
Sendungen**

Club 2	%
47	5,5

Ausgeglichene Club 2 Sendungen

Club 2	%
41	4,8

Nicht zurechenbar

Club 2	%
33	3,9
275	

²⁷⁵ Vgl.: Renate Rapf: Geschlechtsspezifisches Kommunikationsverhalten in Fernsehdiskussionen am Beispiel des Club 2 – Eine inhaltsanalytische Untersuchung, Diss. Universität Wien 1990, S. 75ff.

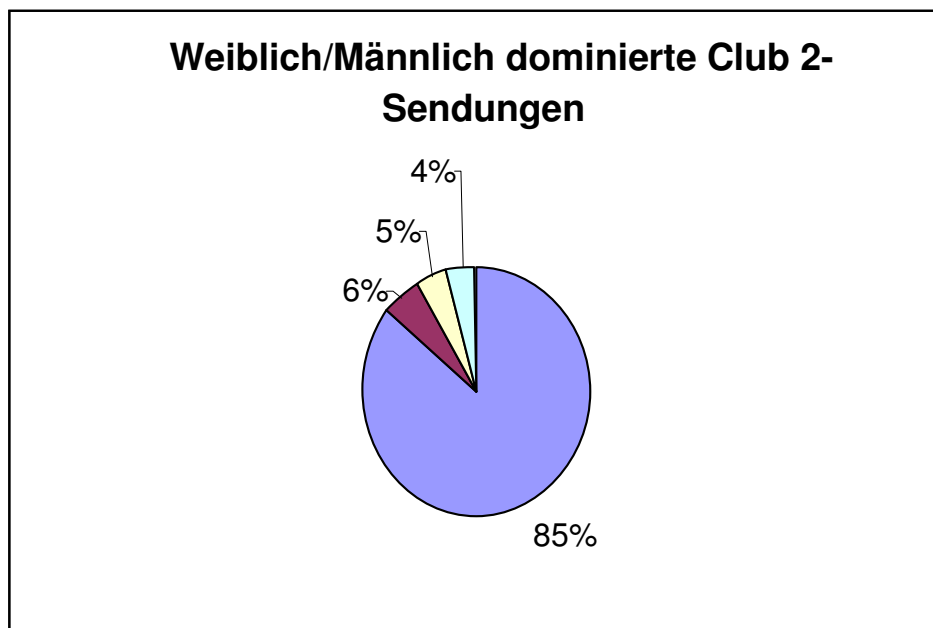


Abbildung 14: Anteile der Teilnehmer/innen nach dem Geschlecht²⁷⁶

Die meisten Club 2 mit weiblicher Dominanz fanden 1983 statt, gefolgt mit sieben Club-Gesprächen 1980. Wie oben schon angeführt, war auch hier 1977 das Jahr, das mit weniger als einem Prozent Frauenbeteiligung als schwächstes Jahr mit negativem Rekord angeführt werden muss. Der Normclub sah ein Verhältnis von sechs zu eins vor, bzw. eine sieben zu eins Aufteilung. Die einzige Frau, die zuerst anwesend war, wurde als „Aufputzfrau“ oder „Alibi Frau“ bezeichnet. Diese Bezeichnung selbst zeigt, dass anscheinend auf „wirkliche“ feminine Meinung kein Wert gelegt wurde.²⁷⁷

Im Club 2 kann also von einer eklatanten Unterrepräsentation des weiblichen Geschlechts gesprochen werden, einerlei ob als Gastgeberin oder als Gast. „Dieses Unsichtbarsein, Nicht – Vorkommen, außer als Ausnahme, “ als sogenannte „Alibi – Frau“ ist ein wichtiges Phänomen, was die Stellung von Frauen in unserer Gesellschaft und jegliche Änderung des Status anbelangt. Wenn Frauen unsichtbar bleiben und nicht auf sich aufmerksam machen, können sie weiterhin vergessen und unterdrückt werden.“²⁷⁸

²⁷⁶ Eigene Darstellung in Anlehnung an: Renate Rapf: Geschlechtsspezifisches Kommunikationsverhalten in Fernsehdiskussionen am Beispiel des Club 2 – Eine inhaltsanalytische Untersuchung, Diss. Universität Wien 1990, S. 75ff.

²⁷⁷ Vgl. Ebd. S. 78ff.

²⁷⁸ Senta Tromel-Plötz: Frauensprache: Sprache der Veränderung, Frankfurt/Main, zitiert nach:

Diese Unterrepräsentanz in den Club 2-Gesprächen führt zu einer Unterrepräsentanz des weiblichen Geschlechts vor den Bildschirmen. Der ORF unterstützt so ein verzerrtes Bild der Frauen und der Wirklichkeit. Frauen sollten für eine qualitative Veränderung der Programminhalte mitwirken, um so ein verändertes TV-Programm zu initiieren. Das Programm von Männern für Männer stellt sich als uneingeschränkt dar, da es zu wenige Identifikationsmodelle für Frauen gibt. Auf den Club 2 bezogen bedeutet dies eine qualitative und quantitative Veränderung in Bezug auf einen größeren Anteil von Frauen, vor allem von Fachfrauen. Das vertraute Bild einer Männer – Gesprächsrunde plus singulärer „Alibi“ – Frau, wirkt auf das weibliche Fernsehpublikum abschreckend und entmutigend. Die Club 2-Gesprächsrunde sollte zumindest mehr Frauen oder zumindest gleich viele wie Männer aufweisen, um diese Barriere zu überwinden. Eine solche Zusammensetzung hätte eine Ermutigung und eine Ausweitung bzw. Aufwertung des Feminismus zur Folge.²⁷⁹

Renate Rapf: Geschlechtsspezifisches Kommunikationsverhalten in Fernsehdiskussionen am Beispiel des Club 2 – Eine inhaltsanalytische Untersuchung, Diss. Universität Wien 1990, S. 79.

²⁷⁹ Vgl.: Ebd. S. 79ff.

15 Die Veränderung der Gesellschaft durch die Club 2-Gespräche

Es gestaltet sich als schwierig, eine Veränderung in der Gesellschaft aufgrund der Club 2-Gespräche festzustellen. Eine Menge anderer Einflüsse, die nicht auf dieses Sendeformat zurückzuführen sind, prägten die soziologische Struktur. Deshalb nimmt diese Frage nur Bezug auf unmittelbare Themen des Club 2, welche die Gemüter erhitzen und daraus öffentliche Reaktionen resultierten.

„Diese Sau, diese abgrundtiefe Sau.“²⁸⁰ Mit diesen Worten trat ein kultivierter, toleranter Herr nach der Sendung an Huemer heran und tat so seine Meinung nach dem Club 2 mit Nina Hagen²⁸¹ kund. Dies war der bekannte Club 2 im August 1979 mit Gastgeber Dieter Seefranz²⁸² und Nina Hagen als Gast. Der Grund dieses Medienechos war die Demonstration weiblicher Selbstbefriedigung während des Geschlechtsverkehrs, mit dem Hinweis von Nina Hagen, dass die Männer es ohnehin nicht soweit brächten, Frauen zu befriedigen. Dieser Club wurde daraufhin lange Zeit im ORF-Archiv gesperrt, da er angeblich das Rundfunkgesetz verletzt hat.²⁸³

Es gab Proteststürme im Inland und ein beträchtliches internationales Medienecho. Es gab Zeitungsberichte darüber in Südamerika und Australien, welche damals noch per Post zugesandt wurden. Der Grund für die Proteste lag in der neu aufkommenden Frauenbewegung, die eine tiefe männliche Verunsicherung nach sich zog. Dies hinterließ besonders bei der älteren Generation Spuren. „Da ist eine enorme Bedrohung für Männer deutlich geworden. Alle männlichen Unsicherheiten sind aufgebrochen, bedingt durch die Frauenbewegung und weiblichen Orgasmusanspruch, [...]“²⁸⁴

²⁸⁰ Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmter ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 26.

²⁸¹ Nina Hagen, geb. 11. März 1955 als Catharina Hagen in Berlin – Friedrichshain (ehemalige DDR), Künstlerin, Songschreiberin, Punk-Lady und Sängerin, 1981 Geburt der Tochter Cosma Shiva Hagen, 1989 Geburt des Sohnes Otis Chevallier Hagen. Mehrere Ehen, Scheidungen und Liaisons.

²⁸² Dieter Seefranz, geb. 12. April 1941, Journalist und Moderator, 1979 Gastgeber des Skandal-Club 2 „Jugendkultur“ mit Nina Hagen.

²⁸³ Vgl.: Peter Huemer: Die Kultur des Streitgesprächs. Der Club 2 als radikales Demokratiebeispiel im ORF, in: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmter ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 26ff.

²⁸⁴ Vgl.: Ebd. S. 27.

Ab diesem Zeitpunkt ging ein Ruck durch die Gesellschaft. Eine Hemmschwelle wurde durchbrochen und regte zum vorsichtigen Diskurs an. Sicherlich kann man in diesem Zusammenhang nicht davon sprechen, dass es die Frauenbewegung ohne den Club 2 nicht gegeben hätte, jedoch wurde durch die öffentliche Thematisierung die Emanzipation weiter gestärkt. Ein Tabu wurde gebrochen – das Zeichen dafür waren die Reaktionen.²⁸⁵

Ein weiteres Thema, das nicht nur im Club 2, sondern auch in einigen Tageszeitungen kritisch diskutiert wurde, war das Thema „Atomkraft in Österreich“. Seit das heimische AKW in Zwentendorf 1978 per Volksabstimmung auf Eis gelegt wurde, vertrat die Energie-Lobby auch weiterhin die Idee und gab diese auch nicht auf, das AKW-Zwentendorf wieder zu reaktivieren. Der Club 2 nahm sich natürlich diesem brisanten Thema an und trug wesentlich zur kritischen Auseinandersetzung mit dieser Problematik bei. Das offene Gespräch ermöglichte dem Zuseher, sich ein objektives Bild zu machen, da Pro- und Kontrastimmen gleichzeitig ihre Argumente darlegten und die als fortschrittsfeindlich abgekanzelten Atomgegner sich öffentlich rehabilitieren konnten. Der Club leistete seinen Beitrag zum Umweltschutz, der auch dadurch salonfähig wurde. Diese und viele andere Beispiele beweisen (Sendungen: 1977: „Gewalt gegen Frauen, 1979: „Weibs-Bilder“, und viele mehr.), dass der Club 2 die Öffentlichkeit emotional bewegte, sei es in Diskussionen über Rauschgift, Terror, Widerstand, Sekten usw. Er regte an, sich kritisch mit Themen auseinanderzusetzen, auch mit solchen, die einem bis dahin verschlossen waren. Diese Auseinandersetzung forderte den Rezipienten auf, zumindest innerlich Position zu beziehen. Eine Erziehung zu einem kritischen Geist, der Jahre zuvor weder erwünscht noch gefördert wurde, erwies sich nun als Errungenschaft der politischen Diskussionskultur.²⁸⁶

15.1 Nationale Resonanzen

Nachfolgend sollen noch einige Stimmen von nationalen Größen zu Wort kommen, die im Zusammenhang mit dem Club 2 gefallen sind, jenem Club, der

²⁸⁵ Vgl. Ebd. S. 30ff.

²⁸⁶ Vgl. Ebd. S. 40ff.

politische Entscheidungen in Frage gestellt und die Trägheit im kritisch öffentlichen Diskurs zumindest für eine kurze Zeit in eine emotionale Anteilnahme an aktuellen Debatten umgewandelt hat.

15.1.1 Resonanzen nationaler Persönlichkeiten

Simon Wiesenthal²⁸⁷

„Club 2 ist ein Bestandteil unserer demokratischen Meinungsfreiheit und baut diese durch Diskussionen noch aus. Eine Art 3. Dimension für die Meinungsbildung.“²⁸⁸

Bruno Kreisky

„Demokratie ist Diskussion. Und dieser Maxime haben die Erfinder des Club 2 im höchsten Maße Rechnung getragen und damit für die österreichische Demokratie einen bedeutenden Beitrag geleistet.“²⁸⁹

Kurt Bergmann²⁹⁰

„Es gibt in diesem Land von Jahr zu Jahr weniger, um das uns das Ausland beneiden könnte. Der Club 2 gehört zu den letzten intakten österreichischen Kostbarkeiten.“²⁹¹

²⁸⁷ Simon Wiesenthal, geb. 31. Dezember 1908 in Bucac (Ukraine), Architekt und Verfolger von nationalsozialistischen Verbrechen, gest. 20. September 2005 in Wien, begraben in Israel.

²⁸⁸ Simon Wiesenthal: Vorreden, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987, S. 4

²⁸⁹ Bruno Kreisky: Vorreden, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987, S. 3

²⁹⁰ Kurt Bergmann, geb. 11. Mai 1935 in Ebersberg bei Neulengbach /NÖ), Journalist und Politiker (ÖVP), 1973 – 1975 Intendant des ORF-Landesstudios Niederösterreich, 1994 – 1998 Intendant des ORF-Landesstudios Steiermark.

²⁹¹ Kurt Bergmann: Vorreden, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987, S. 6

15.2 Internationale Resonanzen

Der Club 2 hätte wahrscheinlich nicht ohne die Reaktionen aus dem Ausland überlebt. Hier ist vor allem Bayern bzw. der bayrische Raum zu erwähnen. Aber nicht nur die Anerkennung von Münchnern und im südbayrischen Raum lebender Menschen trug für die weitere Existenz des Clubs bei. Von besonderer Bedeutung war die Süddeutsche Zeitung, die immer wieder auf den Club 2 Bezug nahm und auf diese Weise die deutschen Fernsehanstalten prügelte, da es in dieser langen Zeit nicht gelungen war, in Deutschland etwas Vergleichbares zustande zu bringen. Michael Frank schrieb in einer Artikelserie in der Süddeutschen Zeitung unter der Überschrift: „Glückliche, die sich bis drei Uhr früh streiten dürfen“:

„Das Elend der Fernsehdiskussionen kennen wir aus ARD und ZDF als immerwährenden Trauerfall. (...) Während man im übrigen Deutschland meist nur im Missvergnügen verharren kann, blickt der Teil Süddeutschlands, der von den Wellen des Österreichischen Fernsehens erreicht wird, längst in Richtung Wien: Club 2 heißt dies Fernsehding, das das in TV-Sachen unter der BR-Herrschaft besonders ausgedörrte Voralpenland reichlich entschädigt.“²⁹²

15.2.1 Resonanzen internationaler Persönlichkeiten

Ursula von Kardorff²⁹³

„Was täten wir in Bayern, ohne den österreichischen Nachbarn, nur dem BR ausgeliefert.“²⁹⁴

Dany Cohn-Bendit

„Es gibt viele Talkshows und/oder Diskussionssendungen im deutschsprachigen Fernsehen, jedoch unvergleichbar ist und bleibt Euer ‚Club 2‘ aus Wien.“²⁹⁵

²⁹² Michael Frank: Glückliche, die sich bis drei Uhr früh streiten dürfen. in: Süddeutsche Zeitung, Nr.10 vom 13.01.1978, S. 33

²⁹³ Ursula von Kardorff, geb. 10. Jänner 1911 in Berlin, Journalistin und Publizistin, gest. 25. Jänner 1988 in München.

²⁹⁴ Ursula Kardorff: Vorreden, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987, S. 7

²⁹⁵ Dany Cohn-Bendit: Vorreden, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987, S. 13

Süddeutsche Zeitung:

„(...) Die Informationsausbeute für den Zuschauer macht einen Vergleich mit dem Fernsehdiskussions-Elend in der Bundesrepublik zu einem traurigen Scherz“²⁹⁶

Öfters wurde versucht, den Club 2 möglichst formatsgetreu zu kopieren, unter anderem auch durch den hohen Bekanntheitsgrad zuerst im deutschsprachigen Raum und später auch international. So kam es, dass der Teppich im Studio am Königberg für das Schweizer Fernsehen Zentimeter genau vermessen wurde und sich ganze Teams aus England von Channel 4 in Österreich einfanden. Der einzige Unterschied zu dem Studio in London war die Couch, die bei uns gelb bzw. ockerfarben war und dort rot.²⁹⁷

²⁹⁶ Michael Frank: Glückliche, die sich bis drei Uhr früh streiten dürfen. in: Süddeutsche Zeitung, Nr.10 vom 13.01.1978, S. 33

²⁹⁷ Vgl.: Ebd. S. 33ff.

16 Der skandalöseste Club 2 in der Fernsehgeschichte: „Jugendkultur“



Abbildung 15 Bild: Club 2 mit Nina Hagen

Dieser skandalöse Club 2 fand am 09. August 1979 zum Thema „Jugendkultur“ statt. Gastgeber war Dieter See Franz, der daraufhin seinen Posten als Club 2-Gastgeber verlor. Weitere Gäste waren der Lyriker Christian Ide Hintze²⁹⁸, die Sängerin Nina Hagen, deren damaliger Freund Ferdinand²⁹⁹ und der Kärntner Schriftsteller Humbert Fink³⁰⁰. Außerdem fanden sich auf der Club-Couch die Journalistin Ingeborg Schober und der Schüler Wolfgang Radl ein.³⁰¹

Die Aussagen und die entsprechenden Demonstrationen von Nina Hagen verursachten einen Skandal, der weit über die Grenzen der heimischen Medienlandschaft Resonanzen hervor rief.

Ihre Stärken als Künstlerin, stimmliche Begabung, textliche und gesangliche Kreativität, verhalfen ihr vor allem in den USA zu großem Ruhm, während ihr der gänzliche Durchbruch im deutschsprachigen Raum verwehrt blieb.

Durch ihre schrille Persönlichkeit schaffte es Nina Hagen immer wieder, Skandale in den Vordergrund ihres Schaffens zu stellen.³⁰²

²⁹⁸ Christian Ide Hintze, geb. 1953 in Wien, Schriftsteller, Autor und Poet, Gründer und Leiter der Wiener Schule für Dichtung.

²⁹⁹ Der Nachname konnte nicht eruiert werden.

³⁰⁰ Humbert Fink, geb. 13. August 1933 in Salerno (Italien), Schriftsteller und Journalist, gest. 16. Mai 1992 in Maria Saal (Kärnten).

³⁰¹ Vgl.: Peter Huemer: Die Kultur des Streitgesprächs. Der Club 2 als radikales Demokratiebeispiel im ORF, in: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmer ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, 19ff.

³⁰² Nina Hagen, siehe Anmerkung 172



Abbildung 16: Bild: Nina Hagen

16.1 Szenenausschnitt 09. August 1979

„Christian Ide Hintze weist darauf hin, dass der Mensch nicht nur einen Kopf, sondern auch einen Bauch hat, betont die Wichtigkeit des Körpers, was zu einer wüsten Beschimpfung des Schriftstellers Humbert Fink durch die Sängerin Nina Hagen überleitet, nachdem dieser zuvor erklärt hatte, weibliche Sexualität interessiere ihn nicht, und nun noch hinzufügt, ihn langweile seit 25 Jahren „das Gejeiere der Damen.“ Daraufhin Nina Hagen: „Halt`s Maul, du Saftsack, depperter Mensch.“

Humbert Fink: „Mit Vergnügen.“

Nina Hagen, nachdem sie die Wichtigkeit des weiblichen Orgasmus betont hat: „Wie tot bist du denn eigentlich?“

Anschließend stellt sich Nina Hagen Humbert Fink in der Hölle vor und dieser erwidert, das Höllische werde darin bestehen, dass sie ihm dort nachläuft.

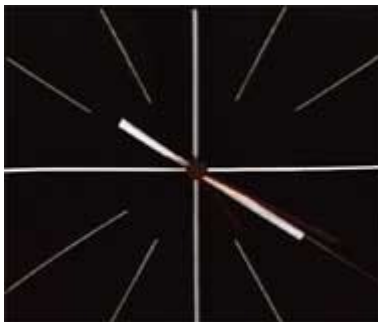
Daraufhin Nina Hagen: Sie versuche doch gerade, aus der Hölle herauszukommen. Sie betont noch einmal die Bedeutung des weiblichen Orgasmus, rutscht in der Sitzgarnitur hoch, öffnet die Schenkel in ihrer schwarzen Lederhose und demonstriert, wo die Frauen sich selber mit dem Finger anfassen müssen, wenn sie „mit den Boys schlafen.“ Sie zeigt auf den „point of women`s

sex“. Während dieser Demonstration turnt sie ein wenig in der Garnitur herum, um verschiedene mögliche Positionen beim Geschlechtsverkehr anzudeuten.

„Sonst ist es Scheiße, sonst ist es eine Lüge und dann ist es die Hölle.“

Danach umarmt Nina Hagen ihren Freund Ferdinand und singt „Move over“ von Janis Joplin³⁰³. Ferdinand begleitet sie mit der Gitarre. Ende der Sendung.“³⁰⁴

Der Skandal dieses Club 2-Gesprächs ging weit über die Grenzen Österreichs hinaus, je weiter vom Ort des Geschehens entfernt, desto schlimmer waren die Reaktionen, die in die Redaktion eingingen. „[...] in einem hieß es, die Nina Hagen sei nackt auf die Bank gestiegen und habe Selbstbefriedigung vorgeführt – also je weiter weg, desto fanatischer ist die Szene geworden.“³⁰⁵



³⁰³ Janis Joplin, geb. 19. Jänner 1943 in Port Arthur (Texas, USA), Künstlerin und Sängerin, 1969 Woodstock Festival, gest. 4. Oktober 1970 in Los Angeles (USA).

³⁰⁴ Vgl.: Peter Huemer: Die Kultur des Streitgesprächs. Der Club 2 als radikales Demokratiespiel im ORF, in: Peter Huemer, Wolfgang R Langenbucher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmel ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 21 – 22.

³⁰⁵ Peter Huemer: Die Kultur des Streitgesprächs. Der Club 2 als radikales Demokratiespiel im ORF, zitiert nach: Peter Huemer, Wolfgang R Langenbucher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmel ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 29.

17 Transkription des Club 2: „Was ist los mit der Jugendkultur?“

9. August 1979, 22.20 Uhr, TV-Studio des ORF.

Nebeneinander die Kulissen zweier Sendungen.

Kulisse „Zeit im Bild 2“

Robert Hochner³⁰⁶: [...] jetzt zum Club 2 und Dieter Seeffranz.

Kulisse „Club 2“

Langsam gehen die Lichter an und erhellen eine Couchlandschaft.

Die Diskussionsrunde: Gastgeber:

Dieter Seeffranz

Gäste:

Nina Hagen

Ingeborg Schober

Christian Ide Hintze

Humbert Fink

Wolfgang Radl

Ferdinand

[...]

Seeffranz: Das ist der Wolfgang Radl.

[...]

Hagen: Und der ist in einer Jugendorganisation drin, und ich weiß nicht genau, wie die heißt, kannst ja mal sagen, in welcher Jugendorganisation du drin bist.

Radl: Das ist RFJ, der Ring Freiheitlicher Jugend.

Hintze: Wie, was?

Radl: Ring Freiheitlicher Jugend!

Fink: Ist das FPÖ? Man muss in Österreich immer fragen.

Ferdinand: Was bedeutet das?

Radl: Das ist a FPÖ-Nahestehende Organisation.

³⁰⁶ Robert Hochner, geb. 30. August 1945 in Budapest (Ungarn), Moderator und Journalist, ab 1974 freier Mitarbeiter im ORF, ab 1979 Moderator der ZIB 2, gest. 12. Juni 2001 in Wien.

Fink: Es gibt ja so viele Abkürzungen, da kennt sich ja kein Mensch mehr aus.

Hagen: Ring Freiheitlicher...

Radl: Jugend.

Hagen: Jugend.

[...]

Hagen: Ich denk, seine Jugendorganisation ist eine faschistische.

Fink: Nein, da würde ich ihn in Schutz nehmen. Ich würde in Österreich nicht von Faschismus reden, das ist bei uns in so winzigen Rudimenten vorhanden.

Dass es zwar nicht lächerlich ist, das ist immer gefährlich, aber die FPÖ bei uns in Österreich ist zu Faschismus, nein, nicht fähig.

Hagen: Ich denke, sein Ring da, sein Ring ist doch eine faschistische Vereinigung von [...]

[...]

Hagen: *[Pause]* Ich bin eine Frau, nicht wahr, und ich hab früher mal meine Mutter gefragt, sag mal, was stimmt denn bei mir nicht, ich kann gar keinen Orgasmus kriegen, wenn ich mit meinem Freund schlaf und so. Da sagte sie zu mir: Ach was, das ist ganz normal, wenn du 30 bist und wenn du erst mal ein Kind hast, dann kommt das schon von ganz allein. Da bin ich zum Arzt gegangen, weil es immer noch nicht geklappt hat, und der Arzt konnte mir auch nicht weiterhelfen, und ich habe ungefähr 1.000 girlfriends, die haben mir genau dieselbe Geschichte erzählt. Und wenn wir also auf unsere Mütter und unsere Väter gehört hätten, dann hätten wir heute noch immer keinen Orgasmus beim Schlafen und Liebhaben mit unseren boyfriends. *[unverständlich]*, dass der Frauensex und Frauenorgasmus und überhaupt die ganze Angelegenheit mit den Zweierbeziehungen boys und girls, dass das eine Geschichte ist, die irgendwie ganz schön Gefängnis ist, ganz schön prison. *[Pause]* Also was ist Woman-Sex, wie stellst du dir das vor, wenn du mit deiner Freundin schläfst. Du schläfst mit der, und dann hast einen ganz tollen Orgasmus, und dann *[unverständlich]* Sie hat auch einen, und das ist aber gar nicht so, weil wenn sich die Frau nämlich nicht selber anfasst, oder da vorne an die Klitoris nämlich irgendwas Stimulierendes dabei ran tut oder wie was weiß ich, dann passiert da überhaupt nichts, und

darüber muss man sich doch mal klar werden, dass man nicht von den alten Sachen ausgehen kann, sondern man muss umstürzen und Neu-Frau haben.

Fink: [Pause] aber die Probleme, haben die mit Jugendkultur was zu...

Hagen: Natürlich haben die was mit Jugendkultur zu tun!

Fink: Aber das betrifft doch die alten Leute genauso

Hagen: Wenn die Frauen unterdrückt werden!

Fink: Aber erzählen Sie mir doch keinen Quatsch.

Hagen: Wenn die Frauen und ihr Frauensex...

Fink: [...] das ist so langweilig.

Hagen: Halt dein Maul, du Deppata. [...]

Seefranz: Es ist nur jetzt so, dass man wahrscheinlich jetzt nix mehr verstehen wird. Man kann wohl in einer Runde, wenn man da so sitzt, einander noch verstehen, wenn mehrere gleichzeitig reden, übers Mikrofon geht das aber nicht. [...]



Abbildung 17: Bild: Club 2 mit Nina Hagen

Radl: Was hab ich davon, wenn sich Frauen zu Bewegungen zusammenschließen und Männer zu Bewegungen zusammenschließen?

Hagen: Na hör mal. Du musst dich mal drüber informieren. Weil [unverständlich] sie wissen ja gar nicht, was mein Sex ist. She don't need no cheap publicity. Ich, ich bin überhaupt nicht für Kommerz, und Geld - interessiert mich nicht, und deshalb hab ich mich auch von so einer Scheiß-Band getrennt und mache harten Rock' n Roll und sage, was ist. Und she don't need no kind of dope. No boring conversation, no security. Ich brauche also auch keinen Macker, der auf mich aufpasst. She's a womans woman, ain't no easy company. Also, sie brauchen eine starke Frauenbewegung hinter sich und keine easy company. [Pause] She's a lover of course. Sie ist ja ein Mensch, und jeder Mensch liebt. But a fighter. Somehow she's interested in him, somehow she's interested in herself. [unverständlich]. She don't need no one way sex. [...] Sie braucht nicht nur boys,

sie braucht auch die Verständigung mit girls, verstehst? She needs skin and satisfaction. Sie braucht also nicht irgendwelche Fucks für nothing, sie braucht auch ihre Orgasmüßer.

Radl: Wozu brauchst du eine starke Frauenbewegung hinter dir?

Hagen: Ja, warum? Weil, weil ich meine Orgasmüßer brauche, honey! No lovers of history, keine eifersüchtige Scheißbeziehung. Open way to Astra skies. It's nice to fly, wenn du dich mit deinem boy oder deinem girlfriend gut verstehst, und du kannst mit dem gut flyen, das ist ganz toll. Okay, jetzt über den boy: He's her favorite number one. [Pause] Also er ist ihr allerbestester, allergrößter Lover. The prettiest star, so wunderbar. A pure sexciting lover, he does what he wants, he needs as much connection. Also, er braucht ganz viele Girls und sie ist ganz unglücklich dabei. He's a womans boyfriend, a glory chauvie enemy. Also, er quatscht über girls, wie über Fleischware und liest den Playboy und findet alles toll, was da drin ist, und die dicken Süßen mit den großen Busen und was weiß ich, die finden sie schon wieder hässlich. He's a lover, a heartbreaker. Somehow she's interested in herself. Also irgendwie interessiert sie sich doch eigentlich mehr für sich selber, weil die kommt mit dem ganzen Gequatsche von dem Männersex dieser Welt überhaupt nicht mehr weiter, diese Womans Woman da, verstehst? Die fühlt sich ganz beschissen, und deswegen braucht die eine Frauenbewegung, deswegen. Und du auch.

Radl: Sprichst du mit andren Frauen nur über Sex oder so?

Hagen: Ich spreche gar nicht über Sex, ich spreche über Frauenbewegung.
[...]

Fink: Einen frustrierten Humbert Fink, der leidenschaftlich an Maria Saal denkt, wo es jetzt sehr schön und sehr still ist.

Seefranz: Sie haben gesagt, es war sehr kalt, wie Sie weggefahren sind.

Allgemeines Gelächter

Hintze: Ich weiß nicht, also mir scheint das in meinem Erleben, wenn ich jetzt von mir rede, dann entspricht das schon irgendwie genau dem [...] ah
[unverständlich] Ich hab in meiner persönlichen Geschichte momentan keine Identität, ich fühl mich irgendwo auch nicht so richtig zugehörig, ich wüsste nicht

genau, worauf ich aus sein könnte. Wüsste nicht genau, welcher Organisation ich beitreten könnte. Welche Organisation ich gründen sollte. [...]

[...]

Radl: Ich hab eine Frage. Warum hast du des, was du dir vorstellst, jetzt erzählt? Ich meine, zumindest für mich muss alles an gewissen Sinn haben. Ich bin halt der Mensch. Und du hast jetzt angefangen, aus deinem Traum zu erzählen. Also was du dir gerade denkst, ist ja ganz egal. Aber ich hätte gern gewusst [*unverständlich*] was du damit bezweckst. Ich meine, wenn Leute zusammen sitzen, dann wollen sie über irgendetwas [...]

[...]

Hagen: Und er sagte vorhin, mit Womans Sex sei so was Uninteressantes, und das interessiert doch gar nicht [...]

Fink: Mich langweilt das schön langsam.

Hagen: Dich langweilt das Thema [...]

Fink: Seit 20, 25 Jahren hör ich [...]

Hagen: Mich langweilt das gar nicht, wenn ich fünf Orgasmüser am Tag habe.

Fink: [...] Pausenlos eure Sorgen. Mir ist das so wurst.

Hagen: [...] wenn du keinen mehr hast, und ich hab sieben, dann langweilt mich das nicht. Dich langweilt das, aber mich nicht.

Fink: Ihre Gefühle, meine Gefühle. Mich langweilt seit 25 Jahren das Gejeiere der Damen.

Hagen: Das Gejeiere der Damen, halt das Maul du Saftsack, deppata Mensch.

Fink: Mit Vergnügen.

Hagen: Das ist gut. Ich sage grad, ich versuche noch einmal ihm zu sagen, wie wichtig das ist mit Frauenorgasmus.

Fink: Ja, für die Frauen, nicht für mich.

Hagen: Und da bist du nicht einmal schwul. Und wenn ich das Thema Homosexualität anspreche, dann fängst du auch nicht an, was zu sagen.

Fink: Ja.

Hagen: Wie tot bist denn eigentlich?

[...]

Hagen: [...]Dass die Frauen sich anfassen müssen, nämlich da. In front of is the point of womans sex. Und wenn die Frauen mit den boys schlafen, dann müssen sie sich hier anfassen. Man kann auch schön so machen, man kann auch schön so, man muss immer darauf achten, dass die Frau ihre eigene Hand dort hat. Man kann es gut so machen. So kannst du gut anfassen.



Abbildung 18: Bild: Skandalphotos Club 2 Nina Hagen

Seefranz: Willst du irgendwas singen?

[...]

Nina Hagen geht zur Bühne und singt.

Seefranz: Das war der Club 2. Vielen Dank für das Singen, vielen Dank für das Gespräch. Ich glaub, damit werden wir uns verabschieden.

*Abblende. 23.55 Uhr*³⁰⁷

³⁰⁷ Vgl.: Club 2 am 9. August 1979:

18 Die Reaktionen auf den skandalösen Club 2

Der Skandal war auf der einen Seite kulturhistorisch, auf der anderen Seite medientheoretisch verankert. Inmitten des Skandals standen ältere Männer, die sich durch den Auftritt von Nina Hagen angegriffen fühlten, da es zuerst nicht um die weibliche Selbstbefriedigung ging, sondern um das Problem der Männer, den Frauen einen Orgasmus zu bescheren. Nina Hagen versuchte zuerst, den Frauen zu erklären, wie die Frau am besten nachhelfen könnte, wenn der Mann es nicht schaffen sollte, seine Frau zu befriedigen. Überdies war die neue Frauenbewegung gerade im Entstehen und die männliche Verunsicherung war schon weit vorangeschritten. Das schon oben zum Teil angeführte Gespräch, zitiert von Peter Huemer:³⁰⁸

„Ich kann mich an einen äußerst kultivierten, toleranten, älteren Herrn erinnern, der zu mir einige Tage nach der Nina Hagen-Sendung gesagt hat:

‚Diese Sau, diese abgrundtiefe Sau.‘

Ich hab ihn gefragt: ‚Um Gottes Willen, was hast du denn?‘“, seine Reaktion zeigte, dass eine enorme Bedrohung für die Männer deutlich geworden war.³⁰⁹

Im ORF-Archiv war die Szene jahrelang unter Verschluss, dennoch wurde diese mittlerweile hundertmal kopiert. Ein Fotograf hatte zufällig diese Szene vor dem Fernsehapparat fotografiert und sie später veröffentlicht, deshalb konnte sie nicht unter Verschluss gehalten werden. So erreichten die Bilder auch die Medien im Ausland und der Skandal konnte um sich greifen. Wochenlange Diskussionen waren die Folge und eine „Rettungskommission“ mit Günther Nenning waren bemüht, die Wogen zu glätten. Moderator Dieter See Franz musste in erster Konsequenz die Leitung des Club 2 abgeben.³¹⁰

³⁰⁸ Vgl.: Peter Huemer: Die Kultur des Streitgesprächs. Der Club 2 als radikales Demokratiespiel im ORF, zitiert nach: Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmel ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 26.

³⁰⁹ Ebd. S. 26ff.

³¹⁰ Vgl. Ebd. S. 27.

18.1 Die Erklärung Peter Huemers - zwei Jahre später

Peter Huemer erklärte im Zuge eines Referates bei den Mainzer Fernsehtagen (1981):

„Der wirkliche Grund der Aufregung war meines Erachtens nicht der drastische Sexualunterricht. Was Nina Hagen da mit einigen Handbewegungen an sich selbst demonstriert hat, war für den interessierten Laien im Grunde ja auch nichts wirklich Neues. [...] Das heißt für eine liberale TV – Anstalt – und nur darauf beziehen sich meine Erfahrungen – sind Inhaltsfragen oft nicht so wichtig wie Stilfragen. Fast jede Meinung ist möglich, wenn sie ruhig und sozusagen kompetent, das heißt möglichst gefühllos vorgetragen wird. Denn Gefühle gelten in diesem Medium als unanständig. Nicht persönliches Engagement überzeugt, sondern möglichst unpersönliches, gefühlloses Auftreten. [...] Wer kommt am meisten ins Fernsehen? Das sind Menschen, die andere Menschen vertreten. Sie sind zwar selbst auch Menschen, werden nicht als Menschen, sondern als deren Vertreter eingeladen und die benehmen sich auch nicht wie Menschen, sondern eben wie Menschenvertreter. [...] So ist verständlich, dass der Zugang zu den Medien, wie Sie alle wissen, so ungleich verteilt ist, dass uns die unnatürliche Sprache der Funktionäre im Fernsehen vertraut klingt [...].

In diesem Licht ist auch die Aufgabe des Moderators zu sehen. Denn der ist ja auch ein Vertreter, der Vertreter der Fernsehanstalt. Wenn man ihn aber, wie im Fall des Nina Hagen-Clubs, von den Gästen nicht unterscheiden kann, ist das ganz schlecht. Daher hat der Hauptvorwurf gegen den Moderator dieses Clubs, zumindest habe ich das so verstanden, auch nicht gelaftet, er hätte die Sexualdemonstration Nina Hagens verhindern müssen – das hätte er gar nicht können -, nicht einmal, dass er persönliche Beleidigungen zugelassen hat, sondern, dass er sozusagen ‚fraternisiert‘ hat. Eben, dass er sich nicht wie ein Fernsehvertreter benommen hat. [...]

Die Empörung der Politiker und anderer wegen sexueller Libertinage war nur Vorwand für den Versuch, das Konzept der Sendung grundsätzlich zu verändern, oder, wenn man will, die Freiheit der Sendung zu beschränken.“³¹¹

³¹¹ Peter Huemer: Die Kultur des Streitgesprächs. Der Club 2 als radikales Demokratiespiel im ORF, zitiert nach: Peter Huemer, Wolfgang R Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmmer ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003, S. 28ff.

Resümee

„Alles, was die Gesellschaft bewegte“, war Thema im Club 2 und bezeichnete unter anderem auch einmal eine seiner Sendungen, ist aber auch ein guter Slogan, um dieses außergewöhnliche Sendeformat zu beschreiben, das bis heute seinesgleichen in öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern sucht. Somit erreichte er damals eine Sonderstellung, die sich bis heute nicht verändert hat.

Durch die gesellschaftliche Autonomie des Club 2 wurde für mindestens zweieinhalb Stunden ein Bereich der Meinungsfreiheit und menschlicher sowie gesellschaftlicher, mit Ausnahme emanzipativer Gleichberechtigung geschaffen. Argumentation, Konsens und Dissens bestimmten den Diskurs, aber vor allem das Gleichgewicht der Argumentation. Jeder konnte seine Stimme erheben, unabhängig, welcher Herkunft er war und welche gesellschaftliche Schicht und Ideologie er vertrat, gleichgültig, wie seine persönliche Einstellung zu einem Thema war. Der künstlich hochstilisierten Elite wurde durch dieses Format die Elitefunktion entrissen und die Vertreter von Parteien, Institutionen, NGO`s usw. fanden sich in der öffentlichen Debatte mit „normalen“ Bürgern wieder, die in der verbalen Auseinandersetzung oft eine eher profane, aber dennoch lebensnahe Meinung vertraten. Wichtig war nur, authentisch zu sein bzw. zu bleiben, was aber in der Club-Atmosphäre nicht allzu schwierig war.

Auf der Club 2-Couch wurde offensichtlich, wie verräterisch Freiheit sein kann, wie Ansichten, die im „undisziplinierten“ Disput geäußert werden, einem breiten Publikum zugänglich gemacht wurden. In diesem Punkt zeigte sich die Stärke der Club 2-Gespräche, aber auch darin, dass das Sendeformat eine breite Masse der Bevölkerung ansprach und dass er eine Art Vorreiter des interaktiven Fernsehens darstellte, welches einem breiten Spektrum der Bevölkerung eine Stimme und Anregung zur Diskussion gab. Diese einzigartige Form der Live-Diskussion war international und national ein Novum, wie dies die entstandene Artikelserie in der Süddeutschen Zeitung belegen konnte.

Im benachbarten Deutschland war diese Form, eine Diskussion in den Massenmedien zu führen, völlig unbekannt, sie bevorzugten noch die üblichen

Diskussionsgespräche mit Expertenrunden, die in ganz Europa verbreitet waren. Solche Expertendiskussionen mutierten oft zu reinen Fachgesprächen, die an den Interessen der Zuseher vorbeizielten, ohne ein wirkliches Ergebnis zu erbringen.

Völlig anders zeigte sich die Lage in Österreich - dank des Formats des Club 2. Hier durften und konnten Personen ihre Stimme erheben, die ansonsten untergegangen wäre, ohne gehört zu werden. Die Aufgeschlossenheit und Offenheit dem Individuum gegenüber, in Medien, vor allem in elektronischen Medien, etwas Sinnvolles in die Gesellschaft einzubringen, brachte diese große grenzüberschreitende Aufmerksamkeit. Dies gehört zu den Erfolgsfaktoren, die dem Club 2 und vor allem seinen Machern viel Ruhm einbrachten und ein ungewöhnlich starkes Medienecho auslösten.

In der Geschichte des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in Österreich gab es keine Periode, in der die politische Diskussion in den Medien ohne Einfluss von außen geführt werden konnte. Unabhängigkeit und Selbständigkeit sind nur große Schlagworte seit Bestehen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Österreich. Sie sind Schlagworte geblieben, weil die Politik die Rahmenbedingung für den ORF so eng steckt, dass sich die Politik immer wieder einbringen kann.

1986 etablierte sich die Grüne Partei in Österreich und der langsame Aufstieg der FPÖ begann, in Verbindung mit dem langsamen Abstieg der beiden Großparteien, hin zur Mittelmäßigkeit. Mit dem Abstieg der ÖVP und SPÖ änderte sich auch langsam, aber dennoch deutlich ihr politisches Verhalten gegenüber den Medien. Ebenso stark änderte sich ihr politischer Einfluss auf den ORF und die österreichischen Medien. Daraus folgte eine Änderung der politischen Kommunikation im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, vor allem seit den neunziger Jahren.

Es wurden schon viele Chancen zur Erneuerung des ORF verspielt, selbst die Rundfunknovelle von 2001 konnte den ORF nicht aus den Fesseln der Politik befreien. Dies wird so lange der Fall sein, so lange sich die Bundesregierung die Nominierungsrechte für die Mitglieder des Stiftungsrates vorbehält.

Echte politische Unabhängigkeit im Rahmen der Gesetzgebung und der Erfüllung der öffentlich-rechtlichen Aufträge würde eine Liberalisierung des ORF bewirken und ihn auf einen staatlich-marktwirtschaftlichen Weg bringen, mit der Förderung eines echten unpolitischen, unabhängigen Journalismus.

Das freie Wort im Club 2 hatte Priorität. Robert Hochner merkte an, dass man die ultra strukturierte, ultra vorbereitete und abgetestete, mit Focus-Groups „versiegelte“ Fernsehlandschaft nicht kannte. Daher behauptete der TV-Moderator, dass alles, was heute glatt wirkt, nicht glatt ist und auch nicht glatt wäre, würde man einer offenen Diskussion mehr Freiraum geben. Zuviel Autorität der politischen Elite, welche die öffentliche Diskussion beansprucht, macht die Staatsbürger sicherlich nicht klüger. Es ist gewiss nicht sinnvoll, letzteren das öffentliche Sprachrohr zu entziehen. Genau diesen Umstand haben die Initiatoren berücksichtigt, ganz im Gegensatz zu den angrenzenden Nachbarn. In Österreich wurde konzentrierter daran gearbeitet als in den öffentlich-rechtlichen Sendern der Bundesrepublik Deutschland, als im ARD und ZDF.

In der Süddeutschen Zeitung war zu diesem Thema zu lesen:

Das „alberne Prinzip, Diskutanten nach Parität zu Wort kommen zu lassen, erlischt sofort, wenn ein Zwiegespräch die Chance bietet, einer Sache tiefgründiger zu Leibe zu rücken.“³¹²

Heute, betört durch Krawalldiskussionen und „Soap Operas“, hat man, so scheint es, schon längst den kritischen Geist verloren. Gerade in unserer Spaß- und Fun-Gesellschaft werden wir von einem unkritischen Schleier umhüllt, der uns den Blick auf die Realität verwehrt. Ernstes wird öffentlich lächerlich gemacht, die Welt in „gut“ und „böse“ geteilt und das Kritische und Kontroversielle ausgeblendet.

³¹² Michael Frank: Glückliche, die sich bis drei Uhr früh streiten dürfen, in: Süddeutsche Zeitung, Nr.10 vom 13.01.1978, S. 33.

19 Literaturverzeichnis

19.1 Literatur

Birgit Ahlfeld: Geschlechterspezifisches Sprechverhalten in den Club 2-Diskussionen anhand von 2 Fallbeispielen, Wien 1990

Ruth Ayaß, Jörg Bergmann (Hrsg.): Qualitative Methoden der Sozialforschung, Hamburg 2006

Gerd Bacher: Der Vorschlag von Bundeskanzler Dr. Kreisky für ein zweites Fernsehen in Österreich: Ein Diskussionsbeitrag des ORF, vorgelegt von Generalintendant Gerd Bacher in d. Pressekonferenz vom 27. April 1972, Wien 1972

Joachim Behnke: Methoden der Politikwissenschaft: Neuere qualitative und quantitative Analyseverfahren, Baden-Baden 2006

Kurt Bergmann: Vorreden. in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987

Ralf Bohnsack (Hrsg.): Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis: Grundlagen qualitativer Sozialforschung, Wiesbaden 1998

Hans-Bernd Brosius, Friedricke Koschel: Methoden der Empirischen Kommunikationsforschung, Wiesbaden 2003

Harald Burger: Das Gespräch in den Massenmedien, Berlin/New York 1991

Roland Burkart: Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder, 4. Auflage, Wien 2002

Ronald Carter: Working with texts: A core introduction for language analysis, London 2001

Deny Cohn-Bendit: Vorreden, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987

Dr. Csoklich: Interview im September 2000 in Wien, zitiert nach: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001

Hans Heinz Fabris (Hrsg.): Medienkultur in Österreich: Film, Fotografie, Fernsehen und Video in der Zweiten Republik, Wien/Graz 1988

Norbert P. Feldinger: Nachkriegsfunk in Österreich. Zwischen Föderalismus und Zentralismus von 1945 bis 1957, München, London, Paris, New York 1990

Uwe Flick (Hrsg.): Handbuch qualitative Sozialforschung: Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen, Weinheim 1995

Ursula Frei-Borer: Das Clubgespräch im Fernsehen. Eine gesprächlinguistische Untersuchung zu den Regeln des Gelingens, Bern/Frankfurt/M/New York/Paris 1991

Peter Gerlich, Wolfgang C. Müller: Grundzüge des politischen Systems Österreichs, Wien 1988

Jaques Hannak: Die Zeitung – Opium oder Heilmittel? Bestandsaufnahme Österreich 1945 – 1963, Wien/Hannover/Bern 1963

Werner Holly (Hrsg.): Der sprechende Zuschauer: Wie wir uns Fernsehen kommunikativ aneignen, Wiesbaden 2001

Werner Holly, Ulrich Püschel: Sprache und Fernsehen, Heidelberg 1996

Peter Huemer: Überlegungen zum Club 2. Grundsatzpapier 1979, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987

Ursula Kardorff: Vorreden, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987

Kuno Knöbl, Peter Huemer: 10 Jahre Club 2. Ein Rückblick, Wien 1986

Kuno Knöbl: Immer ein Anfang, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987

Bruno Kreisky: Vorreden, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987

Jan Künzler: Medien und Gesellschaft. Die Medienkonzepte von Talcott Parsons, Jürgen Habermas und Niklas Luhmann, Stuttgart 1989

Peter Huemer, Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Warum das Fernsehen dümmmer ist als das Radio. Reden über das Reden in den Medien, Wien 2003
Ottfried Jarren: Medien und politischer Prozess: Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel, Wiesbaden 1996

Niklas Luhmann: Die Realität der Massenmedien, Opladen 1995

Jutta Mocuba: Gerd Bacher. Als Theoretiker und Praktiker des österreichisch – rechtlichen Rundfunks, Wien 2000

Andrea Oswald: Zeit im Bild 2. Die Geschichte einer Nachrichtensendung im rundfunkpolitischen Umfeld, Wien 1992

Hugo Portisch: Das Volksbegehren und Bacher I, in: Österreichischer Rundfunk (Hrsg.): Gerd Bacher zu Ehren, Wien 1985

Günther Baumann, Peter Rabl (Hrsg.): Hinter den Schlagzeilen, Zeit, Zeitung, Zeitgeschehen. 50 Jahre Kurier, Wien 2004

Renate Rapf: Geschlechterspezifisches Kommunikationsverhalten in Fernsehdiskussionen am Beispiel des Club 2 – Eine inhaltsanalytische

Untersuchung, Diss. Universität Wien 1980

Christa-Maria Ridder, Wolfgang R. Langenbacher, Ulrich Saxer, Christian Steininger (Hrsg.): Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, 1. Auflage, Wiesbaden 2005

Sieglinde Rosenberger, Anton Pelinka: Österreichische Politik. Grundlagen – Strukturen – Trends, Wien 2003

Michael Schmolke (Hrsg.), Sandra Ebner, Thomas Steinmaurer: Der Generalintendant. Gerd Bachers Reden, Vorträge, Stellungnahmen aus den Jahren 1967 bis 1994. Eine Auswahl, Wien 2000

Michael Schmolke (Hrsg.), Sandra Ebner, Thomas Steinmaurer: Der Generalintendant, Köln 2000

Hermann Stöger: Schwarze Welle Roter Schirm. Der Proporz am Beispiel Rundfunk, Wien/Melk 1965

Kurt Tozzer: Interview im September 2000 in Wien, zitiert nach: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001

Gabriele Bernadette Waldner: Bruno Kreisky, Medienstar. Zur Bedeutung von Kalkül und Intuition in der politischen Kommunikation, Wien 1995

Simon Wiesenthal: Vorreden, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien 1987

Stephan Wolf: Dokumente- und Aktenanalyse, in: Ruth Ayaß, Jörg Bergmann (Hrsg.): Qualitative Methoden der Sozialforschung, Hamburg 2006

Helmut Zilk: Interview im September 2000 in Wien, zitiert nach: Christa Hanreich: Das Rundfunkvolksbegehren 1964, Wien 2001

o. A.: 10 Jahre Club 2. Ein Rückblick, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2, Wien
1987

o. A.: 10 Jahre Club 2. Ein Rückblick, in: ORF (Hrsg.): 10 Jahre Club 2,
Wien 1987

19.2 Internetrecherche

www.arbeitsblaetter.at/kommunikation

www.bmi.gv.at/wahlen

www.wissen.de

www.focus.msn.de

www.fernsehserien.de

www.demokratiezentrum.org

www.aeiou.at

www.ris.bka.gv.at

<http://gonline.univie.ac.at>

www.wien-vienna.at

www.members.eunet.at

www.rafinfo.de

<http://egora.uni-muenster.de>

www.polipedia.at

www.demokratiezentrum.org

19.3 Zeitungen

Michael Frank: Glückliche, die sich bis drei Uhr früh streiten dürfen, in:
Süddeutsche Zeitung, Nr.10 vom 13.01.1978

Eckhart Schmidt: I glab´s net, aber bitte! in: Süddeutsche Zeitung, Nr.13 vom
17.01.1978

Wolfgang Pensold: Vom Staatskanzler zum Medienkanzler. Drei Dogmen im
medienpolitischen Diskurs der SPÖ nach 1945, in: Medien & Zeit, Heft 3/99/Jg.
14

Walter Urbanek: Um die Sanierung des Rundfunks, in: Die Presse 02. Feb. 1962

Hugo Portisch: Kurier 02. Juli 1964

Falter 25/01 vom 20.06.2001

Verband Österreichischer Zeitungsherausgeber und Zeitungsverleger: Rundfunk
und Fernsehen in Österreich: Beiträge und kritische Anfragen zur Zukunft der
elektronischen Medien, Dokumentation einer Enquete vom 2. 12. 1992/Verband
Österreichischer Zeitungsherausgeber und Zeitungsverleger, St. Pölten-
Niederösterreichisches Pressehaus 1993

20 Abkürzungsverzeichnis

Aufl.	Auflage
Hrsg.	Herausgeber
o.V.	ohne Verfasser
Ebd.	Ebenda
Vgl.	Vergleiche
Bzw.	Beziehungsweise
ff.	folgende Seiten
u.a.	und andere
S.	Seite

21 Anhang