



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Alexander Kluges Fernseharbeit/
Der Schlüssel liegt dazwischen--“

Verfasser

Daniel Peter

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Christian Schulte

Herzlichen Dank meinen Eltern,
Evelyn
und Univ.-Prof. Dr. Christian Schulte

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	8
1. Alexander Kluge	11
1.1 Was ist Alexander Kluge von Beruf?	11
1.2 Warum Fernsehen?	12
2. Schlüsselbegriffe in Alexander Kluges Arbeit	13
2.1 „Kino im Kopf“	13
2.2 Das „Dazwischen“ / Die Lücke / Die Leerstelle	15
2.3 Rezipient	16
2.4 Montage – Theorie des Zusammenhangs	18
2.5 Tonfall	21
2.5.1 Assoziatives Sprechen	21
2.5.2 „Eigene“ und „Distanzierte“ Sprache	22
2.5.3 Die Stimme als Bindeglied	23
2.6 „Das Nichtverfilmte kritisiert das Verfilmte“	24
2.7. Realismusprinzip	25
2.7.1 Wurzeln des Realismus	25
2.7.2 Phantasie und Bewusstsein	27
2.7.3 Realismus / Antirealismus der Gefühle	28
2.7.4 Direktzugriff / analytische Methode	29
2.8 Eigensinn	30
2.9 „Hebammenkunst“	32
3. Medientheorie von Alexander Kluge und Oskar Negt	33
3.1 Industrialisierung des Bewusstseins	33
3.2 Öffentlichkeit / Gegenöffentlichkeit	35
3.3 Öffentlichkeitsbegriffe 1972	38
3.3.1 Bürgerliche Öffentlichkeit	38
3.3.2 Proletarische Öffentlichkeit	40

3.4 Öffentlichkeitsbegriffe 1985	44
3.4.1 Klassische Öffentlichkeit.....	44
3.4.2 Programmschema	46
3.4.3 Abgeleitete Öffentlichkeit	48
3.5 Erfahrung	49
3.5.1 unmittelbare / mittelbare Erfahrung.....	49
3.5.2 Vertrauen	51
3.5.3 Selbstbewusstsein/ Selbstvertrauen.....	54
4. Alexander Kluges Wechsel zum Fernsehen	56
4.1 Einführung	56
4.2 Entwicklung des kommerziellen Fernsehens in der BRD	57
4.2.1 Kabelprojekte	59
4.2.2 Duales System.....	60
4.2.3 Vollprogramm.....	61
4.3 Wie kam Kluge zum Fernsehen.....	62
4.3.1 Schritt#1: öffentlich-rechtliches Fernsehen.....	63
4.3.2 Schritt#2: Neue Medien Ulm.....	64
4.3.3 Schritt#3: privates Fernsehen	64
5. dctp – development company for television program	67
5.1 Beteiligungsstruktur.....	67
5.2 Wie kam es zur Zusammenarbeit mit den privaten Sendern?	67
5.3 Sendelizenzen	69
5.3.1 RTL und SAT 1	69
5.3.2 Westschienenkanal – VOX.....	72
5.4 Herausgeberprinzip.....	75
5.4.1 Lizenznehmer	76
5.4.2 Sendeplätze.....	79
5.5 Kluges Programm	81
5.6 Finanzierung	83

6. Alexander Kluges Kulturmagazine	84
6.1 Charakteristik der Kulturmagazine	84
6.1.1 Heterogenität	85
6.1.2 Rohstoffe	86
6.1.3 Überforderung	87
6.2 Visuelle Darstellung der Kulturmagazine	88
6.2.1 Logo.....	89
6.2.2 Laufschrift.....	89
6.2.3 Texttafel	91
6.3 Drei Arten von Kulturmagazinen	94
6.3.1 Montage- und Collagesendungen	95
6.3.2 Experteninterviews.....	104
6.3.3 Fake-Interviews	107
 Resümee	 110
 Quellenverzeichnis	 112
Internetverzeichnis	116
Abbildungsverzeichnis	118
 Abstract	 119
Lebenslauf	120

Einleitung

„Dieses mittelmäßige Allgemeine
ist der eigentliche Gegner.“
Alexander Kluge

Alexander Kluge kann zweifelsohne als Phänomen in der europäischen Fernsehlandschaft bezeichnet werden. Er ist ein Rebell, der in deutschen kommerziellen Privatsendern Kulturprogramme gestaltet, die zu 100% mit deren Programmausrichtung brechen. In den 80er Jahren begann sich in einigen deutschen Bundesländern ein duales Rundfunksystem zu entwickeln, was zur Folge hatte, dass private Fernsehanbieter Sendelizenzen erhalten konnten. Aufgrund einer Klausel des nordrhein-westfälischen Mediengesetzes müssen Privatsender, die Vollprogrammanbieter sein wollen, ähnlich wie öffentlich-rechtliche Anstalten, einen „gewissen Programmauftrag“ erfüllen, indem unter anderem ein kulturelles Programm enthalten sein muss. Um dies erfüllen zu können, stellen die kommerziellen Privatsender so genannte „Kulturfenster“ an unabhängige Drittanbieter zur Verfügung und diese Sendelizenzen werden von den Ländern vergeben. Alexander Kluge war zur richtigen Zeit am richtigen Ort und konnte die Politik (Nordrhein-Westfalen war zu dieser SPD regiert) mit einem treffenden Konzept erstens davon überzeugen, dass solche unabhängigen Sendeplätze geschaffen werden müssen und zweitens, dass er diese Lizenzen für RTLplus (heute RTL) und SAT.1 erhalten sollte.

Der „Tausendsassa“ Alexander Kluge, der sich gerade vom Film abwendete, fand neue künstlerische und politische Ziele im sich gerade entwickelnden Privatfernsehen, dass in den 80er Jahren Gefahr lief, von neoliberalen und hoch kommerziellen Geschäftsleuten vereinnahmt zu werden. Er stellte fest, dass die Privatsender einer „Scheinöffentlichkeit“ strukturierte und manipulierte Wahrnehmung als Realität verkaufen wollten. Die Erfahrungen die in solchen Programmen gemacht werden, basieren oft auf Lügen, falschen Zusammenhängen und puren Verkaufsinteressen, in Form von Werbeprodukten, der Verantwortlichen. Kann das im Sinne der Öffentlichkeit sein und darf die Politik dieser Entwicklung tatenlos zusehen? Kluge entgegnet diesem alarmierenden Zustand mit eigens produzierten Kulturprogrammen. Kluge meint,

dass das einzige Mittel, um gegen eine derartige Hegemonie anzukämpfen, die Produktion von Gegenprodukten sei. Es darf allerdings nicht außer Acht gelassen werden, dass sein Unternehmen Development Company for Television Programs (dctp) von den Werbeeinnahmen der Privatsender, auf denen sie senden, lebt. Kluge befindet sich in diesem Zusammenhang in einer Art Zwickmühle, denn einerseits muss er sich in finanzieller Hinsicht den Privatsendern beugen und das bedeutet, er kann vom Fernsehgeschäft auch nur dann leben, wenn zuerst die privaten Fernsehanstalten, auf denen Kluge Sendelizenzen hält, Geld lukrieren, das sie an die dctp weitergeben können. Andererseits muss man sagen, Kluge kann mit seiner dctp auch nur dann versuchen etwas zu verändern, wenn er seine Gegenprodukte dort platzieren kann, wo es direkte Gegner gibt. Mittlerweile hat sich die dctp mit allen seinen Partner viel Kompetenz und Erfahrung in der Fernsehlandschaft erarbeitet. Zu Beginn vor mehr als 25 Jahren wären Kluges Gegenprodukte vielleicht in der Versenkung untergegangen und hätten niemals soviel Öffentlichkeit bekommen, wenn sie auf unbedeutenden Sendern ausgestrahlt worden wären.

Was macht Kluge eigentlich im Fernsehen?

Zuseher, die Sonntagnacht um 00.30 Uhr zufällig auf SAT.1 zappen, verstehen oft die Welt nicht mehr. Sie stellen sich dann vielleicht Fragen wie: Wer um Himmelswillen hat meine Sender verstellt? Wo bin ich hier gelandet? Über was reden diese Leute? Außer „Insidern“ erwartet sich niemand derartig unkonventionelle Kultursendungen, die sich als „mediales Chaos“ auf dem Bildschirm präsentieren und viele Zuseher überfordern. Es gibt keinen Anfang, kein Ende, keine Moderatoren, kein Logo an einem Bildschirmrand, man steigt irgendwo in ein Interview ein und zweidrittel des Gesprächs stellt ein großes Fragezeichen dar. Das sind die Kultursendungen von Alexander Kluge. Oder man landet vielleicht in einer Sendung, die sich einem völlig nonverbal präsentiert und ausschließlich über Texttafeln versucht Inhalte zu vermitteln, die in den meisten Fällen völlig unverständlich sind. Zwischen den Texttafeln werden möglicherweise durch Verfremdungseffekte bearbeitete bewegte Bilder eingefügt, die endgültig einen inhaltlichen roten Faden zunichte machen. Spätestens jetzt kommen Rezipienten mit konventionellen Bedeutungsmustern nicht mehr weiter, es hilft

nur noch eines: Eigensinn entwickeln. Mit dem bewussten Einfordern von Eigensinn holt Kluge den Rezipienten aus seiner passiven Empfängerposition vor dem Fernsehgerät heraus und macht ihn selbst zu einem Autor und Produzenten, der durch das Gesehene, seinen eigenen Erfahrungen, Phantasie und Assoziationen aller Art eine eigene Geschichte gestaltet.

Den theoretischen Unterbau dieser Diplomarbeit bietet Alexander Kluges eigene Medientheorie, die er zum Teil alleine und zum Teil zusammen mit Oskar Negt geschrieben hat. Diese Medientheorie ist nicht in einer rein theoretischen Abhandlung niedergeschrieben worden, sondern sukzessive im Laufe der Jahre in mehreren Veröffentlichungen entstanden. Neben dem Begriff der Öffentlichkeit wird in diesem Rahmen auch auf andere Begriffe eingegangen, da sie in vielen seiner Arbeiten wieder zu finden sind.

In dieser Diplomarbeit soll der Frage auf die Spur gegangen werden, wie Kluge durch „Denken“ und „Handeln“ versucht seinen theoretischen Überlegungen in seinen Kulturmagazinen Ausdruck zu verleihen. Wie er darin Rohstoffe aus Geschichte, Politik, Religion, Gesellschaft, Kultur, Kunst, Wissenschaft, Technik, Physik, Mathematik, usw. in Montage- und Collagensendungen und in Interviews in neue Zusammenhänge bringt, sie verfremdet, den Rezipienten in die Sendungen integriert und dabei mit der Wirklichkeit, d.h., dem „Realismus“ und „Antirealismus“ spielt.

Wie und warum kam Alexander Kluge zum Fernsehen?
Was macht seine Fernseharbeit so einzigartig?
Was bedeutet die Lücke in Kluges Fernseharbeit?

1. Alexander Kluge

„Glücklich ist, wer nie vergisst,
was alles zu verändern ist.“
Alexander Kluge

1.1 Was ist Alexander Kluge von Beruf?

Kluge als Autor

Was würde Kluge antworten, wenn man ihn nach seinem Beruf fragen würde?

„Ich bin Autor, sagt er, egal was ich mache, ob ich mich nun poetisch, begrifflich oder in Film- oder Fernsehbildern ausdrücke.“¹ Kluge lässt sich nicht systematisch in Kategorien wie Filmemacher, Philosoph, Jurist, Buchautor oder Fernsehmacher einteilen, sein Schaffen muss als „Ganzes“, d.h., als etwas, dass Berührungspunkte in allen diesen Kategorien findet bezeichnet.

Kluge als Disk Jockey (DJ)

Die interessanten Fragen bei einem DJ sind, für welche Platten entscheidet er sich im Geschäft, welche Platten sortiert er für einen Abend aus und welche Platten dieser Auswahl legt er in welcher Reihenfolge auf? Ein DJ ist DJ, weil er sich für Musik interessiert. Die Musik ist bei einem DJ jedoch das fertige geistige Produkt, das zuerst entworfen und produziert werden muss. Diese collagenartige Arbeiten und der Umgang mit Rohstoffen bzw. Rohmaterialien entsprechen auch dem Arbeitsstil von Alexander Kluge.

Kluge als ‚supporter‘

Kluge bietet dem Zuseher in seinen Sendungen neue bzw. andere Wahrnehmungen auf bereits kulturell konnotierte Codes an. Diese neuen bzw. anderen Wahrnehmungen ermöglicht Kluge vor allem durch die vielen verschiedenen Formen und Inhalte in seinen Kulturmagazinen. Er selbst tritt in seinen Sendungen als eine Art „supporter der Gedankengänge“² [vgl. 2.9 „Hebammenkunst“] auf. Dabei kann man Kluge keinen manipulativen Vorwurf in der Hinsicht machen, dass alleine er bestimmt, wie die Dinge zu sehen bzw. zu

1 Stollmann, Alexander Kluge zur Einführung, S. 25.

2 Ebenda, S. 89.

interpretieren sind. Stollmann schreibt dazu, dass es in Kluges Fernsehen „um eine Bündelung komplexer kultureller Interessen [geht], die Kluge nur treuhänderisch wahrnimmt.“³

Jeuck und Vogt schreiben, dass Kluge ein „Strukturforscher“ ist, „der seinen Blick offen hält und auf die Zwischentöne und Zwischenbilder achtet.“⁴

1.2 Warum Fernsehen?

„Nach dem Antritt der konservativ-liberalen Koalition 1983 wurde den Autorenfilmern die finanzielle Grundlage entzogen.“⁵ Die Clique rund um die deutschen Autorenfilmer löste sich auf und alle handelnden Personen mussten in anderen Bereichen unter kommen. Kluge wechselte ins Fernsehen.

„Er sucht die „Berührungsfläche“, die „Nahtstellen“, an denen die Gegensätze aneinander angrenzen und aufeinanderprallen, „weil nur von Fenster zu Fenster, an den Stellen unmittelbarer Berührung der Gegensatz, die Erfahrung wie von selbst ans Licht tritt.“⁶

Kluge hat im Fernsehen in Form von diversen Effekten mehrere Möglichkeiten solche „Berührungsflächen“ und „Nahtstellen“ herauszuheben und die Aufmerksamkeit auf Nuancen zu lenken, die vor allem mit „elektronischen Trickmöglichkeiten“ erreicht werden können. In diesem Sinne kann er im Fernsehen „das Prinzip des Autorenfilms“ in einer neuen Form, „durch Verwandlung und Innovation“⁷ fortsetzen.

Eine genaue Beschreibung wie Alexander Kluge zum Fernsehen kam, ist in Punkt 4.3 beschrieben.

3 Stollmann, Alexander Kluge zur Einführung, S. 91.

4 Jeuck/ Vogt, „Fernsehen ohne Ermäßigung“, S. 10.

5 Stollmann, Alexander Kluge zur Einführung, S. 93.

6 Jeuck/ Vogt, „Fernsehen ohne Ermäßigung“, S. 11.

7 Ebenda, S. 12.

2. Schlüsselbegriffe in Alexander Kluges Arbeit

2.1 „Kino im Kopf“

„Erst der menschliche Kopf sei (seit der Steinzeit) als Kino eingerichtet. Die Erfindung der Lichtspielhäuser habe insofern zu einer >Wiedererkennung< geführt“⁸, sagt der Neurowissenschaftler und Nobelpreisträger Prof. Dr. Eric Kandel. Er erhielt einen Nobelpreis für die wissenschaftliche Erkenntnis, dass sich die menschlichen Hirnzellen im Kopf einer eigenen Sprache bedienen, die mit den Sprachen der Außenwelt des Kopfes nicht korrespondieren. Es handelt sich um eine babylonische Grundkonstellation, bei der Missverständnisse zwischen der Innen- und Außenwelt des Kopfes vorprogrammiert sind. Prof. Dr. Kandel führt weiter aus: „Nur die Missverständnisse blieben übrig, die zueinander passen, so daß [sic!] das Hirn die Außenwelt (wenn auch mit irrtümlichen Text), sozusagen widerwillig, abbildet.“⁹

Wir nehmen also permanent Bilder aus unserer Umwelt auf und unser Hirn produziert sich seine eigenen Bilder dazu. Im Umkehrschluss bedeutet das, dass in unserem Hirn Bilder entstehen, die zu keinem Zeitpunkt die Außenwelt sehen werden oder gesehen haben.

Wie funktioniert das Kino im Kopf?

Wenn der Rezipient im dunklen Kinosaal sitzt, ist das nach Kluge dasselbe, als sei er im eigenen Kopf, „in dem täglich Projektionen vor sich gehen.“¹⁰

„Das Kino konzentriert sich auf einen Inneren Vorgang [...] Ich sehe, wenn ich gar nichts denke, täglich 7000 bis 100 000 Schleifen Filme in meinem Kopf, von denen einige schärfer oder unschärfer werden, belichtet werden oder unbelichtet bleiben.“¹¹

8 Kluge, Geschichten vom Kino, S. 43.

9 Kluge, Geschichten vom Kino, S. 43.

10 Rötzer, Kino und Grabkammer, S. 32.

11 Rötzer, Kino und Grabkammer, S. 32.

Das heißt in unserem Hirn werden fortlaufend Filme abgespielt, „die im Kopf durcheinanderlaufen [sic!] und sich mit den Fragmenten des schon Gesehenen und Gehörten verbinden.“¹²

Wenn wir als Zuseher im Kino sitzen, sehen wir Einzelbilder, die mit einer hohen Geschwindigkeit durch den Filmprojektor laufen und uns so die Illusion vermitteln, dass sie sich bewegen. Diese Illusion trickst unsere Wahrnehmung insofern aus, dass sie eine Kontinuität vortäuscht, die es in Wahrheit gar nicht gibt. Allein unser Hirn besitzt die Fähigkeit diese Einzelbilder wahrzunehmen, die durch einen Abstand auf dem Zelluloidstreifen voneinander getrennt, sodass auf jedes Einzelbild eine Dunkelphase folgt. „Eine achtundvierzigstel Sekunde lang ist es dunkel, eine achtundvierzigstel Sekunde lang ist ein Bild belichtet.“¹³ Somit registriert unser Hirn sowohl die Einzelbilder, als auch die Dunkelphasen. Für unser Auge geht das alles viel zu schnell.

Prof. Dr. Kandel beschreibt diese zwei Phasen so:

„Ich sehe ZWEI FILME, einen vom Hirn selbst gemachten aus Dunkelheit und einen in Licht und Farbe, so wie die Augen es referieren, auch mit einer kollektiv und schon durch die Vorfahren hergestellten Empfindung, wie sie der Inhalt der Lichtbilder auslöst.“¹⁴

Das Hirn nimmt die Dunkelphase wahr und füllt diese mit eigenen Bildern.

Kluge: Der Reiz, der das Hirn träumen macht, liegt in dem raschen Wechsel?

Kandel: Der aber bei zwei Stunden Filmlänge eine ganze Stunde lang Dunkel (das Hirn arbeitet autonom) und eine ganze Stunde lang Bild (das Hirn antwortet auf Reize) ergibt.

Kluge: Und das ist besser als Wirklichkeit?

Kandel: Viel besser.¹⁵

¹² Scherer, „Arbeiten an der Filmgeschichte“, S. 183.

¹³ Kluge, Geschichten vom Kino, S. 42.

¹⁴ Kluge, Geschichten vom Kino, S. 43.

¹⁵ Kluge, Geschichten vom Kino, S. 43.

2.2 Das „Dazwischen“ / Die Lücke / Die Leerstelle

Für Alexander Kluge muss ein Film bewusst die von Prof. Dr. Kandel angesprochenen ZWEI FILME (siehe 2.1) beinhalten, um realistisch (vgl. 2.5) zu sein. Der Filmemacher muss Zwischenräume schaffen, damit der Rezipient die Möglichkeit erhält, eine „imaginäre Mitarbeit“¹⁶ zu leisten. Kluge: „Deswegen dünne ich Bilder aus. Die Kamera nimmt immer viel zu viel auf.“¹⁷

„Der Raum des Nicht-Gezeigten bzw. Nicht-Gesagten, der zwischen den einzelnen Bildern, Texten und Tönen liegt [...]“¹⁸ muss für unser Auge wahrnehmbar sein, d.h., die Grenzen müssen für unser Auge wahrnehmbar sein. Erst dann realisiert sich für Kluge der Film im Kopf des Zusehers.

„Das Medium ist aber nicht der Über-Mittler, sondern die Grenze zwischen zwei Einstellungen, ihre Differenz, ihre Unvereinbarkeit.“¹⁹ Diese Schnittstellen, diese entstandenen Lücken haben nun eben nicht die Funktion für eine logische Aufeinanderfolge zweier Bilder zu sorgen, sondern dafür, dass „semantische Zwischenräume entstehen, die im eigentlichen Rohmaterial des Films nicht vorhanden sind“²⁰ und die ein autonomes drittes Bild im Kopf des Zusehers entstehen lassen.

In diesem „Dazwischen“ stellt der Rezipient in seinem Kopf einen individuellen Zusammenhang (vgl. Montage – Theorie des Zusammenhangs) zwischen zwei Bildern her und kann sich die Sinnfrage nur selbst stellen. Bis dato konnte niemand unsere Welt „lückenlos“ erklären, ein Filmautor kann es daher auch nicht. Jeder sich artikulierende Mensch kann nur seine subjektive Ansicht der Welt und der Dinge wiedergeben, die immer eine „dialektische Verbindung zwischen Subjektivem und Objektivem“²¹ ist (vgl. Realismuskonzept und Eigensinn) und das heißt, die Lücken werden immer individuell gefüllt.

16 Rögglä, Eine Stimme mit Eigensinn.

17 Rötzer, Kino und Grabkammer, S. 35.

18 Sombroek, Eine Poetik des Dazwischen, S. 104.

19 Scherer, „Bild und Schrift“, S. 51.

20 Sombroek, Eine Poetik des Dazwischen, S. 110.

21 Rögglä, Eine Stimme mit Eigensinn.

Da der Rezipient auch außerhalb der Film- und Fernsehwelt fortlaufend die Schnittstellen im Alltag unterbewusst füllt, muss auch der Filmautor dafür sorgen, dass „der Zuseher eine aktive Rolle im Film einnehmen kann [und dafür] müssen ihm Möglichkeiten geboten werden, aktiv in den Film einsteigen zu können. Eine gute Möglichkeit sind die Phasen zwischen zwei Bildern“²².

Durch den Verzicht auf den >roten Faden< und die entstandenen Lücken kann der Rezipient eine gewisse „Eigenbewegung“ und „Autonomie“ in den Film integrieren und sich von dem Gewöhnlichen, Alltäglichen, „Normalen“ und Selbstverständlichen emanzipieren.

2.3 Rezipient

Prof. Schulte schreibt, dass für Kluge der Rezipient

„eine Art Bündnispartner [ist], der entweder bereits ein ausgeprägtes Interesse an der eigentätigen Gestaltung seiner Lebenswelt bzw. der Öffentlichkeit mitbringt oder aber neugierig genug ist, sich auf neue Wahrnehmungen einzulassen und diese zu kommunizieren“²³.

In diesem „Bündnis“ haben beide Seiten ihren Beitrag zu leisten. Wie in Punkt 2.2 erwähnt, kann und soll der Filmautor nur mit dem Verständnis seines individuellen Lebenszusammenhangs einen Film machen. Dabei soll der Film „sein individuelles Realitätsverhältnis, seinen Erfahrungshorizont so allseitig und authentisch wie möglich ausdrücken“²⁴.

Der Filmautor darf den Rezipienten nicht dazu verleiten, dass dieser angeregt durch die Bilder auf der Leinwand in eine Traumwelt abdriftet. Der Rezipient soll

„wie im Epischen Theater Brechts“ [...] die Möglichkeit haben [...] selbstständig zu bleiben und dass seine Wahrnehmung durch keinerlei dramaturgische

22 Sombroek, Eine Poetik des Dazwischen, S.

23 Schulte, Dialoge mit Zuschauern, S. 234.

24 Schulte, Dialoge mit Zuschauern, S. 234.

Manipulation (Spannungsdramaturgie, unsichtbarer Schnitt etc.) [beeinträchtigt wird]“²⁵.

Dabei verlangt Kluge von Regisseuren besonnenes und verantwortliches Arbeiten, da der Rezipient und der Regisseur in einem „Bündnis“ sind, dass nur funktionieren kann, wenn sich beide zu diesem bekennen. Wenn der Filmautor einen träumerischen Hollywoodfilm macht, entsteht ein Ungleichgewicht und eine große Diskrepanz zwischen den Partnern, den solche Wirklichkeiten kennen die wenigsten Rezipienten und genauso die wenigsten Regisseure. Das wäre ein „Bündnis“ das auf falschen Tatsachen und reinen Wunschvorstellungen beruhen würde, ähnlich wie das „Geschäftsbündnis“ zwischen dem amerikanischen Investmentbanker Bernard L. Madoff und seinen Kunden. Der betrog nicht nur seine Kunden um mehr als 20 Mrd. Dollar, sondern im gleichen Maße auch sich selbst. Geschadet hat das beiden Seiten, dass Geld ist weg und Madoff im Gefängnis. Wenn wir mal den „Regisseur“ Madoff hernehmen, ging jener eben nicht verantwortungsvoll und besonnen mit seiner Arbeit und seinen Kunden um, seine Wirklichkeit war eine falsche und die seiner Kunden ebenso.

Damit das „Bündnis“ funktionieren kann, muss die Zusammenarbeit partizipativ ausgerichtet sein:

„[D]er Filmautor [stellt] sein Verhältnis zur Wirklichkeit öffentlich aus und lässt es in den Köpfen der Zuschauer zirkulieren, so dass diese unabhängig überprüfen können, was mit ihrer eigenen Erfahrung zu tun hat und was nicht.“²⁶

Dabei ist eine aufgeschlossene Haltung des Rezipienten erforderlich, damit er sich dem „Weltverständnis“ des Filmautors öffnen kann.

„Das Kriterium jener >kritischen Haltung< ist denn auch vor allem Aufmerksamkeit, keinesfalls aber ein Standpunktdenken, das sich im Besitz der Wahrheit wähnte.“²⁷

Um dieses funktionierende „Bündnis“ gewährleisten zu können, benötigt es somit den Filmautor - der sein Verständnis von „Welt“ in Filme verpackt, den Rezipienten - der diese Ansicht überprüfen und mit seinen Erfahrungen

25 Schulte, Dialoge mit Zuschauern, S. 234.

26 Schulte, Dialoge mit Zuschauern, S. 235.

27 Schulte, Dialoge mit Zuschauern, S. 235.

vergleichen kann und die Lücke – die einen freien Platz für die Erkenntnisse dieser Überprüfung und für autonome respektive eigentätige Gedanken zur Verfügung stellt.

Eine Maxime von Kluge ist die Aktivierung des Rezipienten, der eine aktive Rolle einnehmen soll.

„[S]eine Filme [von Kluge] sollen eine Kraftreserve bilden, die dazu beiträgt, im Zuschauer ein Bewusstsein und ein Gefühl für die eigenen Ausdrucks- und Handlungsmöglichkeiten zu erzeugen.“

2.4 Montage – Theorie des Zusammenhangs

„Die Montage stellt Zusammenhänge her zwischen einer identifikatorischen Ebene, beispielsweise einer Handlung, und einer assoziativen.“²⁸

Die Montage bei bewegten Bildern offenbart sich an der Stelle, „an der der Film nichts zeigt“²⁹, dort müssen „Zusammenhänge, die nicht innerhalb einer Einstellung erfasst werden können, [...] durch das Prinzip der Montage hergestellt werden“³⁰. Kluge: „Das ist Montage, die gar nichts mit Addition oder Multiplikation zu tun hat, sondern damit, daß [sic!] sich die beiden Bilder an der Schnittstelle zerstören. Wenn das geschieht, dann ist das Kino.“³¹

„Wenn ich Realismus als eine Kenntnis von Zusammenhängen begreife, dann muss ich für das, was ich nicht zeigen kann, was die Kamera nicht aufnehmen kann, eine Chiffre setzen. Diese Chiffre heißt: Kontrast zwischen zwei Einstellungen; das ist ein anderes Wort für Montage.“³² Metaphorisch gesagt,

28 Fischer, Die Wollust des Films ist keine Lust, S. 127.

29 Uecker, Alexander Kluge, S. 133.

30 Sombroek, Poetik des Dazwischen, S. 108.

31 Rötzer, Kino und Grabkammer, S. 35.

32 Kluge, Ulmer Dramaturgien, S. 98.

befinden sich an den Schnittstellen Wegweiser auf denen Zeichen und Bilder zu sehen sind, die den Weg in bekanntes und unbekanntes Terrain zeigen.

„Für die Evozierung des Unanschaulichen [unbekanntes Terrain] verwendet Kluge auch den Begriff der „Epiphanie“. [...] Die Epiphanie sei eine Methode, mit der „Assoziationszentren“ angeregt werden.“ Diese „Erscheinungen geistiger Natur“³³ sollen beim Rezipienten Assoziationen auslösen, die sich „der vollständigen Steuerbarkeit“³⁴ entziehen und dem Rezipienten ermöglichen, einen individuellen Zusammenhang zwischen zwei Bildern herzustellen.

Kluge sagt dazu: „die Assoziationen stecken im Grunde im Schnitt, [sic!] und wenn ich jetzt noch assoziativ montiere, das heißt die Proportionen nicht berücksichtige, dann mache ich etwas sehr Willkürliches.“³⁵

Assoziative Methode

„Solche Montage, in der nicht einfach Teile einer Handlung möglichst unauffällig zusammengesetzt werden, sondern scheinbar nicht zusammengehörende Bilder aufeinander folgen, gilt seit Kluges frühesten Arbeiten als wichtigstes Kennzeichen seiner gesamten Produktion.“³⁶

Was ist in einem „Kopffilm“ zu sehen?

„Seit einigen tausend Jahren gibt es Film in den menschlichen Köpfen – Assoziationsstrom, Tagtraum, Erfahrung, Sinnlichkeit, Bewusstsein.“³⁷ Diese Filme vermischen sich permanent mit den Bildern, die wir in unserer Umwelt wahrnehmen. Was der Rezipient im Film sieht und mit was er individuell die Lücken füllt, funktioniert gleich, wie wir im Leben individuell Erfahrungen machen bzw. Erfahrungen in Situationen einbringen. „Der Film vermag die menschliche

33 Scherer, „Bild und Schrift“, S. 51.

34 Scherer, „Bild und Schrift“, S. 53.

35 Kluge, Ulmer Dramaturgien, S. 100.

36 Uecker, Alexander Kluge, S. 130-131.

37 Kluge, In Gefahr und größter Not bringt der Mittelweg den Tod, S. 120.

Gedankenbewegung nachzuahmen.“³⁸ In der Computersprache ausgedrückt, könnte man sagen, dass Erfahrungen einen hackersicheren Kopierschutz haben, weil die Codierung und Decodierung individuell funktioniert.

Durch diesen theoretischen Ansatz Kluges entsteht eine gewisse Parität zwischen Filmautor und Rezipient, doch Kluge selbst, misst der Lücke größere Bedeutung bei, denn „der Zwischenraum zwischen den Bildern wird zum eigentlichen Spielraum filmischer Ausdrucksmöglichkeiten erklärt.“³⁹

Warum Montage?

Kluge ist ein Autor der einen Film oder eine Fernsehsendung gestaltet und dabei nicht einem narzisstischem Diktator gleichkommt, der bestimmt, was Wirklichkeit ist. Die Frage ist doch wo die Realität beginnt und wo sie endet, wer weiß das schon und wer bestimmt das? Kluge versucht „[...] eine automatisierte Wahrnehmung zu unterbrechen und jede unmittelbare Identifizierung der Fernsehbilder mit einer außerhalb des Bildschirms liegenden Realität zu verhindern“⁴⁰.

Das Fernsehen erweckt oft den Anschein „es reproduziere authentische Wirklichkeit“ und dagegen kämpft Kluge seit Jahrzehnten an, denn die Realität wird „allenfalls in bearbeiteten Ausschnitten“⁴¹ übertragen.

38 Kluge, In Gefahr und größter Not bringt der Mittelweg den Tod, S. 53.

39 Sombroek, Eine Poetik des Dazwischen, S. 109.

40 Uecker, Alexander Kluge, S. 127.

41 Schulte, „Fernsehen und Eigensinn“, S. 95.

2.5 Tonfall

„Ich vertraue auf den Tonfall.“⁴²
Alexander Kluge

Dem Hörorgan misst Kluge eine besonders große Bedeutung in mehrerlei Hinsicht bei.

2.5.1 Assoziatives Sprechen

Es beginnt einmal damit, dass er dem „freie[n], assoziativen Sprechen [...] als Form der 'Wahrhaftigkeit', der Authentizität, besonderes Vertrauen entgegen[bringt].“⁴³ Dabei geht es nicht ausschließlich darum, was jemand sagt, sondern wie jemand etwas sagt. Das Wie bildet für uns eine vertrauenswürdige und authentische Situation. [vgl. 3.5.2 Vertrauen]

„Authentizität bezieht sich also nicht auf den Inhalt einer Äußerung, sondern auf die Art und Weise, wie sich jemand in einer Gesprächssituation verhält, [...] das sowohl die Sprechweise als auch die sie begleitende Gestik und Mimik bezeichnet.“⁴⁴

Wenn wir nun einer Person bspw. im Fernsehen zuhören und diese Person für uns durch die Sprache, d.h., wie die Person spricht, einen vertrauenswürdigen und authentischen Eindruck macht, werden wir möglicherweise durch das Gehörte an eigene Erfahrungen bewusst und unterbewusst erinnert. Es kann bspw. sein, dass wenn wir eine Person sprechen hören, uns diese Sprechweise an das Vorlesen von Geschichten in unserer Kindheit erinnert und wir uns dadurch automatisch wie in dieser vertrauten Situation fühlen.

„Authentizität ist gewissermaßen der Filter, durch den der Zuschauer emotional angesprochen wird.“⁴⁵

42 Deuber-Mankowsky/ Schiesser, In der Echtzeit der Gefühle, S. 363.

43 Fromm/ Scherer, Tonlagen, S. 56.

44 Schulte, „... ein Gegenbild, das mehr ist als ein Spiegel“, S. 81.

45 Schulte, „...Gegenbild, das mehr ist als ein Spiegel“, S. 82.

„Das Ohr, das die Stimme wahrnimmt, wird zum Beurteilungsmaßstab für die Authentizität oder Nicht-Authentizität des Gesagten.“⁴⁶ Das Ohr ist durch die „modalen und zur jeweiligen Situation gehörenden Merkmalen“ in der Lage uns darüber Gewissheit zu geben, ob das gesagte einer Person wirklich zu ihrem „Erfahrungshorizont“⁴⁷ gehört oder nicht.

2.5.2 „Eigene“ und „Distanzierte“ Sprache

Ein weiterer sehr interessanter Aspekt ist, dass es sich mit der Sprache womöglich ähnlich verhält, wie mit der von Prof. Kandel beschriebenen Diskrepanz von unterschiedlichen Sprachen in unserem Hirn und jenen Informationen, die wir in der außerhalb wahrnehmen und an unser Hirn schicken. [vgl. 2.1]

Kluge schreibt dazu:

„Die menschliche Kommunikation hat zwei verschiedenartige radikale Wurzeln: Radikal ist, daß [sic!] etwas Eigenes (>das, was nur ich spüre) niemals in die allgemeine Verständigung völlig aufgelöst werden kann. Das andere radikale Prinzip heißt, in zivilisierter Weise kann ich mich nur äußern über eine Distanz, die ich zu meinem Gespür, zur >Idiosynkrasie<, einhalte. Ein solchen Doppelprogramm an sich unvereinbarer Prinzipien funktioniert wie eine schlechte Wegstrecke: An den Verknüpfungsstellen muß [sic!] es holpern. Das aber gerade ist der menschliche und lebendige Kern.“⁴⁸

Unsere Kommunikation funktioniert demnach sehr ähnlich wie das „Kino im Kopf“ und den von Prof. Kandel angesprochenen „ZWEI FILMEN“⁴⁹ [vgl. 2.1], die wir sehen, wenn wir bspw. im Kino einen Film ansehen. Das Dazwischen vom Innen- und Außenfilm komplettiert einen Film.

Um in der Kommunikation an den „lebendigen Kern“ zu gelangen, braucht es auch eine Dazwischen bzw. „Verknüpfungsstellen.“ Das was Kluge das „radikal Eigene“ nennt, das sich nicht verbal ausdrücken lässt und das, was wir

⁴⁶ Fromm/Scherer, Tonlagen, S. 56.

⁴⁷ Schulte, „... ein Gegenbild, das mehr ist als ein Spiegel“, S. 81.

⁴⁸ Kluge, Die Macht der Bewusstseinsindustrie und das Schicksal unserer Öffentlichkeit, S. 187.

⁴⁹ Kluge, Geschichten vom Kino, S. 43.

distanzierter zu unserem „Gespür“ äußern. Wenn wir ausschließlich distanziert sprechen, wird uns niemand für authentisch und vertrauenswürdig halten. Das „radikale Eigene“⁵⁰ lässt sich sowieso nicht sagen und ist im Umkehrschluss wahrscheinlich oft dafür verantwortlich, dass wir in gewissen Situationen missverstanden werden. Wieder einmal müssen wir die richtige Dosis bzw. das richtige Gleichgewicht zwischen diesen zwei Bereichen finden.

2.5.3 Die Stimme als Bindeglied

Egal welchem Medium sich Alexander Kluge widmet, er verfolgt bei allen das gleiche Ziel. Er möchte, dass bei den Schnittstellen, bspw. im Film, die Assoziationszentren der Rezipienten aktiviert werden. [vgl. 2.4 Montage – Theorie des Zusammenhanges]

An diesen Schnittstellen kann sich für einen Rezipienten ein Film in sehr viele verschiedene Richtungen bewegen, dass hängt alleine von seinen Gedanken bzw. Assoziationen ab. Die Stimme versucht diese „Ausschweifungen“ zu strukturieren und die Gedanken zu verbinden.

„Dem assoziativen und in den inneren Bildern sprunghaften Denken gibt erst die Stimme eine scheinbar notwendige Ganzheit. Die inhaltlichen Teile der Rede mögen Erkenntnisfragmente bleiben, in ihrem Durchgang durch die Stimme aber werden sie verbunden, sie sind für den Augenblick der Aneinanderreihung kohärenter Teil: Zusammenhang.“⁵¹

Diese verbindende und strukturbildende Stimme ist vor allem in den Interviews in Kluges Kulturmagazinen zu hören. „Die Stimme vereint, und sie bestätigt den Zusammenhang des Inhalts.“⁵² Die Gespräche in den Kulturmagazinen funktionieren oft auf die Weise, dass ein Gesprächspartner einen interessanten, passenden, ungewöhnlichen, usw. Gedanken aus seinem „Gedankenpool“ aufgreift und den versucht über die Stimme auszudrücken. Für den anderen Gesprächspartner ist dieser Gedanke ein weiteres Stichwort bzw. ein weiterer Anknüpfungspunkt für eine andere Assoziation. So bewegen sich die Gespräche

50 Kluge, Die Macht der Bewusstseinsindustrie und das Schicksal unserer Öffentlichkeit, S. 187.

51 Fromm/ Scherer, Tonlage, S. 59.

52 Fromm/ Scherer, Tonlage, S. 59.

oft von Assoziation zu Assoziation zu Assoziation usw. Ein inhaltlicher roter Faden nimmt dabei eine nebensächliche Rolle ein.

Kluge sagt dazu:

„Ich glaube, dass nicht die Inhalte, die ja in meinen Sendungen eher kompliziert sind, sondern die Echtheit der Sprache von den Zuschauern nachgeprüft wird. Dass das wirkliche Menschen sind, die da berichten. Und das ist es, was in Erinnerung bleibt.“⁵³

2.6 „Das Nichtverfilmte kritisiert das Verfilmte“

„In seinen Lücken weist ein Film über sich hinaus.“⁵⁴ Wie in Punkt 2.3 erwähnt, ist für Kluge der „unverfilmte“ Film im „Dazwischen“ bedeutender als der „sichtbare“ Film, der für ihn letztlich „nur aus Rohmaterial besteht“⁵⁵.

Das Problem das in diesem Kontext entsteht ist, das die „sichtbaren“ Bilder bzw. das Verfilmte letztlich nur etwas Zusammengetragenes aus etwas Bestehendem ist. Der Rezipient kann sich das zwar ansehen und für gut oder schlecht empfinden, ein „Weiter“ seiner Gedanken, Erfahrungen und in seiner persönlichen Entwicklung, kann nur in den Lücken – beim Nichtverfilmten – stattfinden, die sich mit Erfahrungen assoziativ aufladen. Dort erhält der Rezipient die Möglichkeit, eine eigenständige und eigensinnige Produktivkraft zu entwickeln.

Prof. Schulte schreibt von „Möglichkeitsräumen“ in Kluges Arbeit,

„die sich an der Schnittstelle zwischen den Bedeutungsträgern auftun; sie machen bewusst, dass Erfahrung sich erst organisieren kann, wenn die Permanenz des Informations- und Bilderflusses unterbrochen wird, wenn der Film innehält“⁵⁶.

⁵³ Deuber-Mankowsky/ Schiesser, In der Echtzeit der Gefühle, S. 365.

⁵⁴ Sombroek, Poetik des Dazwischen, S. 103.

⁵⁵ Kluge, Ulmer Dramaturgien, S. 98.

⁵⁶ Schulte, Dialoge mit Zuschauern, S. 241.

2.7 Realismusprinzip

2.7.1 Wurzeln des Realismus

Kluge gehört „zu jenen Autoren, die dem Spannungsverhältnis zwischen Anerkennung medialer Wirklichkeitskonstruktionen auf der einen und lebensweltlichem Handeln und Empfinden auf der anderen Seite Rechnung zu tragen versuchen.“⁵⁷ In diesem Spannungsverhältnis ist für Kluge die Realität beheimatet und somit in keiner Weise die Wirklichkeit per se, sondern vielmehr eine „geschichtliche Fiktion“, die kein Schicksal ist, „sondern gemacht durch die Arbeit von Generationen von Menschen, die eigentlich die ganze Zeit über etwas ganz anderes wollten und wollen. Insofern ist sie in mehrfacher Hinsicht gleichzeitig wirklich und unwirklich“⁵⁸.

Das Problem:

Dadurch, dass die Realität kein objektiver Zustand ist, schaffen sich Gesellschaften und Individuen stets ihre eigene Realität und diese subjektive Realität hat nichts mit einer scheinbar objektiven Realität zu tun.

Wenn also zb ein Filmregisseur filmen möchte, was in einem Kriegsland wirklich passiert, sagt das nichts über den Realzustand aus.

„Nicht die Autoren, sondern die wirklichen Verhältnisse [...] schreiben.“⁵⁹ Der Autor ist nur mehr „der Bote der Nachricht“⁶⁰ und er ist „angetrieben von einem starken Motiv, dem Impuls, die ursprüngliche Verletzung des Intimreservats seiner Eigenbildung rückgängig zu machen, zu heilen“⁶¹. Bei Kluge sind das die traumatischen Erlebnisse, die er als dreizehnjähriger am 8. Mai 1945 während eines Luftangriffes auf seine Heimatstadt Halberstadt erfahren musste. „Es ist der Aufprall, der Einschlag der Bombe vor den Augen des jungen Alexander Kluge, der dem Autor sein Motiv einprägt und seinen späteren Texten ihre

57 Riedel, Anti-Repräsentationalismus und Wunschökonomie, S. 131.

58 Kluge, Gelegenheitsarbeit einer Sklavin, S. 215.

59 Kluge, zit. n. Schulte, „Konstruktionen des Zusammenhangs“, S. 50.

60 Kluge, Gelegenheitsarbeit einer Sklavin, S. 213.

61 Schulte, „Konstruktionen des Zusammenhangs“, S. 50.

fragmentarischen Formen, ihre >Verkürzungen< gewissermaßen vorgeschrieben hat.“⁶²

Kluge beschreibt die Realität als eine „reißerische Erfindung“⁶³ bzw. Konstruktion, die „den einzelnen wirklich trifft, von der Erziehung bis zur Vernichtung“.

„Der fiktionale Charakter der Realität zeigt sich zunächst auf der Ebene der Repräsentation, im Bereich der Aussagen, Ideologien und Bilder, die unser Verständnis von dem prägen, was wir als wirklich anerkennen.“⁶⁴

Die Realität ist gebunden an „Öffentlichkeiten“⁶⁵, die kulturelle Codes, Moralvorstellungen, gesellschaftliche Regeln, usw. konstruieren, d.h., selbständig bestimmen was für eine bestimmte Öffentlichkeit Wirklichkeit ist. Komplexere Seiten der Realität, wie die „verbundene Zerstückelung von Lebenszusammenhängen, Lebensgeschichten, die Fragmentierung der Wahrnehmung, die Einordnung in einen Produktionsprozess, der quersteht zu den eigenen Bedürfnissen, findet jedoch in der öffentlichen Darstellung keinen adäquaten Ausdruck“. „Schematismen der Öffentlichkeit deformieren das sinnliche Unterscheidungsvermögen“⁶⁶ zwischen diesen zwei Ebenen.

Die Realität als geschichtliche Fiktion aufzufassen impliziert „Reduktion und Konstruktion, also der Zerstörung bestehender und Herstellung neuer Zusammenhänge, [...] um auf diesem Wege Wirklichkeit zu schaffen“⁶⁷.

Diese geschaffene und fiktionale Wirklichkeit bzw. neuen Zusammenhänge prägen und formen die Individuen einer Gesellschaft. Dadurch, dass wir uns in Gesellschaften, Kommunen, Familien, Unternehmen, usw. eingliedern, müssen wir uns anpassen und einschränken. Dabei findet automatisch eine „Spezialisierung und Beschneidung“⁶⁸ statt, innerhalb derer wir uns nicht zur Gänze entfalten können. Abhängig von der Situation befinden wir uns in einem

62 Schulte, „Konstruktionen des Zusammenhangs“, S. 50.

63 Kluge, Gelegenheitsarbeit einer Sklavin, S. 215.

64 Riedel, Anti-Repräsentationalismus und Wunschökonomie, S. 131.

65 Riedel, Anti-Repräsentationalismus und Wunschökonomie, S. 132.

66 Riedel, Anti-Repräsentationalismus und Wunschökonomie, S. 132.

67 Riedel, Anti-Repräsentationalismus und Wunschökonomie, S. 133.

68 Riedel, Anti-Repräsentationalismus und Wunschökonomie, S. 133.

enger oder etwas lockereren geschnürten Korsett. Für Kluge ist die Spezialisierung und Beschneidung „eine zentrale Ausprägung in der Formierung der Phantasietätigkeit“⁶⁹.

2.7.2 Phantasie und Bewusstsein

Peter Riedel beschreibt in seinem Text „Anti-Repräsentationalismus und Wunschökonomie“, wie Phantasie und Gedanken diametral strukturiert werden können:

Zwei Arten von Phantasie:

Die Phantasie die allgemein unter dem Begriff „abschalten“ von beruflichen Stress bekannt ist. Sie wird gesellschaftlich geschätzt und anerkannt.

Die zweite Phantasie wird oft als private und nebensächliche Tagträumerei abgestempelt und scheint jeglicher gesellschaftlicher Relevanz zu entbehren.

Zwei Arten von Bewusstsein:

Domestizierendes Bewusstsein

Das ist der Bereich des logischen Denkens, der gesellschaftlichen Normen, der Ideologie.

Subdominantes Bewusstsein

Ebene der Erfahrung, innerhalb derer alle Abläufe selbstreguliert verlaufen. Hier findet ein permanenter Fluss unwillkürlich miteinander verknüpfter Einfälle statt. Innerhalb dieses Bewusstseinsstromes vollzieht sich ein permanenter Montageprozess, der nicht durch bewusste Entscheidungen motiviert wird.

Die Montage (siehe 2.4) sollte für Kluge entsprechend der Funktionsweise des subdominanten Bewusstsein erfolgen. Das bedeutet, nicht die Darstellung von „Wahrheit“ oder „Wirklichkeit“, sondern von Arbiträtät, d.h., Assoziationen und Erfahrungen.

⁶⁹ Riedel, Anti-Repräsentationalismus und Wunschökonomie, S. 133.

2.7.3 Realismus / Antirealismus der Gefühle

I Realismus und Antirealismus als Lebenserhaltung:

„[...] irgendwie müssen alle Menschen innerhalb des Widerspruchs leben, mit der gegebenen Realität zurechtzukommen, aber sie können auch ihren Wünschen und Hoffnungen, d.h., ihren antirealistischen Gefühlen bei der Wahrnehmung von Wirklichkeit, ihrer Unsachlichkeit bei der Auseinandersetzung mit dem Realen nicht völlig ablassen [...].“⁷⁰

II Realismus und Antirealismus als Verarbeitung von Wirklichkeit:

„Realistisch ist eine Darstellung dann, wenn sie beides berücksichtigt – eben nicht ins bloß Subjektive (Romantik, Nostalgie, Melancholie, Ironie, Skeptizismus) oder Objektive (Naturalismus, Nachrichten, Dokumentarismus) verfällt [...].“⁷¹

Kluge versucht in seiner Arbeit eine Brücke zwischen Realismus und Antirealismus zu bauen und so der Wirklichkeit einen Schritt näher zu kommen.

Traum

Wenn von Realismus und Antirealismus gesprochen wird, gibt es eine interessante Assoziation zum Traum. Dabei geht es nicht um die psychoanalytische Sicht, also der Frage, warum ich etwas Bestimmtes geträumt habe, sondern darum, was für Bilder wir in unseren Träumen wie sehen. In unseren Träumen kommt beides vor, Realismus und Antirealismus. Dinge die einen Sinn ergeben und Andere die keinen Sinn ergeben. Situationen die wir kennen und Andere die wir nicht kennen. Es gibt Träume die wir ernst nehmen und Andere die wir links liegen lassen.

Kluge arbeitet nach ähnlichen Methoden wie Träume funktionieren.

70 Stollmann, Alexander Kluge zur Einführung, S. 31.

71 Stollmann, Alexander Kluge zur Einführung, S. 31.

„Die Komposition von Filmbildern in den Kulturmagazinen ähnelt den assoziativen Verbindungen des Traums, eines Traums aber, in dem der einzelne an kollektiven Bilderwelten und Erfahrungen teilhat.“⁷²

2.7.4 Direktzugriff / analytische Methode

Kluge beschreibt den Direktzugriff folgendermaßen:

„Das sogenannte Filmische, gleich ob im Dokumentarfilm oder im Spielfilm, beginnt >mit dem Realen und Konkreten, der wirklichen Voraussetzung<.“⁷³

Beim Direktzugriff wird vom domestizierenden Bewusstsein ausgehend bspw. ein Film ausgearbeitet.

Kluge fügt hinzu: „In Wirklichkeit ist dieses Verfahren Raubbau. Film als eine >reiche Totalität< von vielen Bestimmungen und Beziehungen, entsteht nicht durch den Direkt-Zugriff, sondern durch die analytische Methode, die keine Sache des Kopfbewusstseins ist, sondern die Grundform der sinnlichen Erfahrung ist.“ Nach Kluge kann diese Methode nur aus dem „Widerstand der Sinne“⁷⁴ erlernt werden und das schließt unmittelbar an die Hauptmaxime für Realismus bei Kluge an: „Das Motiv für Realismus ist nie Bestätigung der Wirklichkeit, sondern Protest.“⁷⁵

„Radiale Fiktion und radikal authentische Beobachtung: das ist das Rohmaterial. Montage, Verarbeitung in Zusammenhänge, die Übersetzung der Zuschauerinteressen, die Umformung der Produktionsweise des Mediums, dies sind weitere Anwendungen der analytischen Methode.“⁷⁶

Zusammenfassung:

Kluges Werkzeug für Realismus ist die analytische Methode, die im subdominanten Bewusstsein beheimatet ist und deren Aufgabe es ist, das „Dazwischen“ zu füllen.

72 Scherer, „Arbeit an der Filmgeschichte“, S. 187.

73 Kluge, Gelegenheitsarbeit einer Sklavin, S. 207.

74 Kluge, Gelegenheitsarbeit einer Sklavin, S. 207.

75 Kluge, Gelegenheitsarbeit einer Sklavin, S. 216.

76 Kluge, Gelegenheitsarbeit einer Sklavin, S. 208.

„Die im Sinne Kluges realistischen Arbeiten zielen also nicht auf Repräsentation von Wirklichkeit, auch nicht auf Belehrung – der Film selbst ist nicht realistisch, kann dies auch gar nicht sein. Realismus ist keine Eigenschaft eines Kunstwerkes, sondern ein Akt, der Vollzug des Realitätsbezuges. Erst wenn der Zuschauer die Bewegung des Films mit vollzieht, wenn es zu einer Begegnung kommt, einem Zusammenspiel zwischen den eigenen Erfahrungen und dem Strom der Bilder und Töne auf der Leinwand, kann Realismus entstehen.“⁷⁷

Nach Kluge ist der Realismus eine „Mischform“⁷⁸, die

„sowohl die Inszenierungen der Wirklichkeit (die von keinen gewollten geschichtlichen Fiktionen) als auch die Authentizität der menschlichen Wünsche (die >nicht weniger Real-Charakter als die Tatsachen< haben) als einen realistischen Zusammenhang darstell[t].“⁷⁹

2.8 Eigensinn

„Zur normativen Kraft des Faktischen verhalten sich diese menschlichen Vermögen [Gefühle, Wünsche, Phantasie] eigensinnig, was bei Kluge immer auch heißt: antirealistisch.“⁸⁰

Weil es, wie in dem angesprochenen Problem in Punkt 2.5.1 keine objektive Realitätsinstanz per se gibt, dominieren unsere eigensinnigen, autonomen, anarchischen Gedanken, die im subdominanten Bewusstsein beheimatet sind, die subjektive Realität. Hegemoniale Öffentlichkeiten versuchen seit Menschengedenken diesen willkürlichen und freien Gedanken moralische und ethische Grenzen zu setzen und sorgen damit dafür, dass derartige Gedanken nicht öffentlich artikuliert werden können. Dazu haben vor allem Glaubensgemeinschaften, Diktatoren und Parteien mit ihren Ideologien beigetragen.

Wie in Punkt 2.7 erläuterte besteht die „Wirklichkeit“ für Kluge aus Realismus und Antirealismus – Fakt und Fiktion. Wie angesprochen gibt es keine objektive Wirklichkeit per se, es gibt sie jedoch insofern, dass sie ein Teil unserer Realität ist. Für Kluge ist der zweite Teil unserer Realität, die vom Antirealismus der

77 Riedel, Anti-Repräsentationalismus und Wunschökonomie, S. 136.

78 Kluge/ Eder, Ulmer Dramaturgien, S. 6.

79 Schulte, Dialoge mit Zuschauern, S. 239.

80 Schulte, „Fernsehen und Eigensinn“, S. 78.

Gefühle, das heißt von unseren Gefühlen, Erfahrungen, Assoziationen, Wünsche und Phantasien bestimmt wird, viel bedeutender. Diese Realität wird nicht von Realitätsinstanzen außerhalb bestimmt, sondern ausschließlich von uns selbst und das heißt, dass wir eigen-sinnig entscheiden, handeln und denken.

Kluge versucht in seiner Arbeit dem Zuschauer keinen Realismus aufzuzwingen, sondern „Lücken“ zu schaffen, in die denen der Zuschauer eigenständig respektive eigensinnig seinen Antirealismus der eigenen Gefühle einbringen kann.

Wenn sich der Antirealismus des Gefühls in einer bestimmten Rezeptionssituation durchsetzt, kann der Rezipient imaginativ die Perspektive wechseln⁸¹ und so aus einer *Ideé Fixe*, etwas neues Möglichen, sprich „Eigensinniges“ kreieren.

Prof. Schulte schreibt dazu:

„Kluges wechselseitige Überblendung von Dokument und Fiktion schafft einen Perspektivenwechsel, der die Zuordnungen von >wirklich< und >unwirklich< neu proportioniert [...].⁸²“

Die Frage der Sinnhaftigkeit Kluges Darstellungen muss jeder Zuschauer für sich selbst beantworten. So einzigartig, wie die genetische Struktur jedes Menschen ist, ist auch die individuelle Wirklichkeit und die damit einhergehende Zusammensetzung von ihr. Beim einen Menschen bestimmt mehr der Realismus, beim anderen mehr der Antirealismus die Wirklichkeit, es ist immer beides in dieser einzigartigen Mixtur enthalten.

81 Schulte, „Fernsehen und Eigensinn“, S. 81.

82 Schulte, Dialoge mit Zuschauern, S. 240.

2.9 „Hebammenkunst“

Der Begriff der „Hebammenkunst“ stammt vom griech. Wort „Mäeutik“ ab und bezeichnet eine von Sokrates entwickelte Dialogtechnik.

„Die Grundkonzeption der sokratischen Methode besteht darin, den Lernenden dazu zu bringen, an einem philosophischen oder mathematischen Problem weitgehend selbständig zu arbeiten, mittels eigener Ressourcen an Verständnis und Einsicht, mit Unterstützung des Lehrers, aber ohne dass der Lehrer das zu Lernende vermittelt, und in der Regel ohne textliche Grundlage.“⁸³

Diese pädagogische Art der Dialogführung ist die inhaltliche Grundlage der Fernsehinterviews Alexander Kluges. Sein Ziel ist es dem Gesprächspartner zu helfen Gedanken zu entwickeln bzw. zu formen und sie schlussendlich zu artikulieren. Gedanken die frisch aus der Taufe gehoben wurden und einen Charakter des Situativen und Spontanen haben. „Dem Überraschungscharakter einer Situation hat Kluge bereits früh große Bedeutung für eine authentische Darstellung beigemessen.“⁸⁴ Er möchte dem Gesprächspartner helfen, sozusagen wie eine Hebamme dem bereits Lebendigen, Bestehenden, in uns Schlummernden und Unbewussten Gedanken Ausdruck zu verleihen. Kluge fungiert dabei wie „Sokrates primär nicht als Lehrmeister, der eine Botschaft oder Lehre zu verkünden hat, sondern als Erzieher [...]“⁸⁵ - im positiven Sinne.

Diese Form der Dialogführung soll bei den Fernsehinterviews aber nicht nur neue und unbewusste Gedanken des Gesprächspartner entlocken, sondern eben und vor allem jene der Fernsehzuseher.

Die oft sehr abstrakten, bruchstückhaften und schwer verständlichen Fragen Alexander Kluges erzeugen eine gewisse kritische Grundhaltung des Fernsehzusehers, die aber wiederum einen Dialog zwischen Fernsehmacher und Fernsehzuseher ermöglicht.

⁸³ Birnbacher, Das sokratische Gespräch, S. 1.

⁸⁴ Schulte, „... ein Gegenbild, das mehr ist als ein Spiegel“, S. 83.

⁸⁵ Birnbacher, Das sokratische Gespräch. S. 2.

3. Medientheorie von Alexander Kluge und Oskar Negt

„Das tonangebende Medium
ist das Fernsehen [...]“⁸⁶

3.1 Industrialisierung des Bewusstseins

Die Industrialisierung, d.h., der Ausbau und die Zunahme von maschinell hergestellten Gütern, ging von England Mitte des 18. Jahrhunderts auf der Grundlage der Wollindustrie⁸⁷ aus. Es folgten viele Neuerfindungen und Entwicklungen großer Industriezweige: Kohle- und Stahl, Eisenbahn, Automobil, Flugzeug, usw., die bis heute mächtige Branchen geblieben sind und die Betreiber weiterhin hohe Erträge durch laufende Segmenterweiterungen und Produktentwicklungen lukrieren lässt. Im 20. Jahrhundert erkannte die Industrie, dass die Industrialisierung nur noch „in den Weltraum (Raumfahrtindustrie) und ins Innere der Menschen bzw. der Natur (Genindustrie, Bewußtseinsindustrie [sic!]) gehen“⁸⁸ kann. Die Entwicklung des Fernsehens und der Neuen Medien muss aus diesen Überlegungen „innerhalb der Geschichte der Industrialisierung betrachtet“⁸⁹ werden.

Diese Form der Industrialisierung ist eine grundlegend Neue, denn „[m]it dem Fernsehen und den neuen Medien jenseits des Fernsehens erleben wir zum ersten Mal den direkten Zugriff der industriellen Produktionsweise auf das Bewußtsein [sic!]“⁹⁰.

Die Gefahr:

Wenn wir als Fernsehrezipienten und Rezipienten der Neuen Medien nicht die gleiche gezielte Ausbeutung und Enteignung unseres Bewusstseins, wie die des Proletariats über uns ergehen lassen wollen, müssen „wir an dem Projekt der Industrialisierung des Bewußtseins [sic!] mitarbeiten, selber mitarbeiten“⁹¹. Das

⁸⁶ Lutze, „Alexander Kluge und das Projekt der Moderne“, S. 36.

⁸⁷ Stollmann, „Wissen ist Nacht“, S. 2.

⁸⁸ Stollmann, „Wissen ist Nacht“, S. 2.

⁸⁹ Stollmann, „Wissen ist Nacht“, S. 2.

⁹⁰ Stollmann, „Wissen ist Nacht“, S. 2.

⁹¹ Stollmann, „Wissen ist Nacht“, S. 5.

heißt, die Rezipienten die zu Hause vor dem Fernseher oder Computer sitzen, dürfen sich nicht proletarisieren⁹² lassen, d.h., sie dürfen sich nicht die Bühne der Öffentlichkeit bzw. die Ausdrucksmittel nehmen lassen, die es ihnen ermöglichen ihr Bewusstsein frei zu entfalten.

Subjektiv-objektive Beziehungen

Mit der Entwicklung der Industrialisierung änderten sich vor allem die Arbeitsprozesse. Die Produktion von Waren wird in viele einzelne Arbeitsschritte unterteilt, sodass die Arbeiter nicht mehr den ganzen Produktionsprozess begleiten und überschauen können. Ihnen wird die Mündigkeit entzogen ein Produkt von der Idee bis zur Fertigstellung zu begleiten bzw. fertig zu stellen. Sie nehmen von nun an nur noch genau zugewiesene Positionen in einer langen Produktionskette ein. Die Industrialisierung hat die Arbeiter zu „Robotern“ degradiert, die einzig und allein einen isolierten Arbeitsvorgang zu tätigen haben und dadurch einen „Objektsstatus“ erhalten, in dem jeder Individualismus und Freigeist entzogen wird.

Mit der Industrialisierung des Bewusstseins passierte bzw. passiert ein ähnlicher Vorgang. Die Medien gehen davon aus, dass sie ihre Botschaften einfach an „Empfänger“ senden und vergessen, dass es „immer notwendigerweise um Menschen [geht], die in den Fernseher hineinblicken“⁹³. Es ist eben ein Trugschluss zu glauben, dass die Medien „objektive Informationen und objektives Wissen“ an einen undefinierten respektive objektiven Adressaten Namens „Empfänger“ senden. Es handelt sich um „subjektiv-objektive Beziehungen“⁹⁴, bei denen sich Informationen, Wissen, etc. auf konkrete Menschen bezieht.

„Die Medien stehen auf dem Kopf“⁹⁵

92 „... wir [Alexander Kluge und Oskar Negt] haben diesen Begriff >proletarisch< immer im Sinne unterdrückter und enteigneter Eigenschaften verstanden und nie im engen Zusammenhang der Klassentheorie. Wir benutzen >das Proletariat< nicht als Substanzbegriff, sondern wir verwenden Eigenschaftsbestimmungen und Eigenschaftsbegriffe.“ Schulte Christian, Rainer Stollmann (Hrsg.), Der Maulwurf kennt kein System. S. 13.

93 Stollmann, „Wissen ist Nacht“, S. 3.

94 Stollmann, „Wissen ist Nacht“, S. 3.

95 Kluge, In Gefahr und größter Not bringt der Mittelweg den Tod, S. 139.

Im Kontext der Medien verhält sich nach Kluge und Negt die Rolle des Rezipienten gleich, wie mit der angesprochenen Leerstelle in Punkt 2.2, die vom Rezipienten eine „imaginäre Mitarbeit“⁹⁶ abverlangt und ihn so zum einem Mitautor des Filmes macht.

„[I]n Wirklichkeit [sind die Fernsehzuschauer] die Produzenten ihres eigenen und damit auch des gesellschaftlichen Bewußtseins [sic!], das die „Medien“ eben bloß auf die ein oder andere Weise „vermitteln“, aber nicht produzieren können. Das Fernsehen kann Öffentlichkeit herstellen, aber nicht Bewußtsein [sic!].“⁹⁷

Kluge sagt dazu:

Das Fernsehen, das Radio, das Kino, etc. halten sich für ein Medium. „Tatsächlich sind sie **Formen**, Bedingungen, unter denen ein Medium entsteht. Das wirkliche Medium der Erfahrung, der Wünsche, der Phantasien, eigentlich auch: des Kunstverständes, sind die wirklichen Menschen, niemals die Spezialisten. [...] Unsere Verantwortung gilt hierbei den Nicht-Zuschauern, den wir betrügen, wenn wir **uns** als Medium aufführen. Alle zusammen, d.h. Nicht-Zuschauer und Zuschauer, prägen das Medium und produzieren die Rezeption, d.h. **ihre** Phantasie füllt z.B. die Leinwand aus.“

3.2 Öffentlichkeit / Gegenöffentlichkeit

Kluge befasst sich erstmals ausführlich mit dem Begriff der Öffentlichkeit in dem gemeinsamen Werk mit Oskar Negt, *Öffentlichkeit und Erfahrung* (1972). Im Jahre 1985 schreibt Kluge den Text *Die Macht der Bewusstseinsindustrie und das Schicksal unserer Öffentlichkeit* und verwendet dabei andere Begriffe von Öffentlichkeit. Dieser Text, den er dreizehn Jahre später schrieb, ist neben einer theoretischen Abhandlung auch ein Konzept für die Politik, in dem sich Kluge mit den Gefahren und Chancen des Mediums Fernsehen, im Hinblick auf das damals bestehende öffentlich-rechtliche Fernsehen und das sich stark entwickelnde Privatfernsehen, auseinandersetzt.

Was ist für Kluge Öffentlichkeit?

„Dass ich etwas fühle oder denke, ist noch nicht der Rohstoff für mein Selbstbewusstsein, meine Identität. Dass ich bemerke, dass auch andere dies fühlen, denken oder dass sie meinem Gefühl oder Denken widersprechen, sich

96 Röggl, Eine Stimme mit Eigensinn.

97 Stollmann, „Wissen ist Nacht“, S. 3.

also zu mir verhalten, daß [sic!] es ein Ausdrucksvermögen gibt, das das, was alle angeht, was mich persönlich berührt, füreinander verständlich macht: dies ist das Produkt von Öffentlichkeit. Es gibt keine Identität in der Isolierung.“⁹⁸

Kluge argumentiert zurecht, dass im öffentlich-rechtlichen Fernsehen und im Privatfernsehen diese „Öffentlichkeit“, wie Kluge sie definiert, sukzessive abgeschafft wird. Dieses „in Dialog treten“, „bemerken was andere denken und fühlen“, d.h., diese Identitätsstiftung im Fernsehen, wie sie als Produkt der Öffentlichkeit umsetzbar sein sollte, ist im gegenwärtigen Fernsehen nicht möglich.

Was ist das Problem?

Die Öffentlichkeit, die Gemeinschaft sollte ihre kulturellen Codes, moralischen Ansichten, Sinnstiftungen und Habitualisierungen selbst bestimmen, doch eine „Kommunikationselite“⁹⁹ fühlt sich berufen diese Aufgabe zu übernehmen, eine „Gruppe von Journalisten (und anderen Eliten mit Medienzugang), die bestimmen, was in den Medien dargestellt wird und damit in „öffentliche Meinung“ transformiert wird“¹⁰⁰ (vgl. 3.4.2 Programmschema). Die Medien und ihre handelnden Personen bestimmen die Wirklichkeit. Diese manipulierte Öffentlichkeit nimmt die „Inszenierungen“, zum Teil Fehlinformationen, falschen Kontextualisierungen, usw. des Fernsehens als pure Wirklichkeit wahr - frei nach dem Motto: „Ich bin mir sicher, das habe ich im Fernsehen gesehen!“

Das Ziel von Öffentlichkeit?

Das Produkt bzw. das Ergebnis von Öffentlichkeit soll Identitätsbildung und Ausformung von Selbstbewusstsein sein.

98 Kluge, „Die Macht der Bewusstseinsindustrie“, S. 169-170.

99 Uecker, Alexander Kluge, S. 37.

100 Ebenda.

Gegenöffentlichkeit

Christoph Spehr beschreibt in seinem Text zur Entwicklung und Bedeutung des Begriffs „Gegenöffentlichkeit“¹⁰¹:

„Die Vorstellung von G[egenöffentlichkeit] beinhaltet eine Kritik herrschender Öffentlichkeit [...]. G[egenöffentlichkeit] entsteht, wo die festgesetzten, ungeschriebenen oder faktischen Regeln herrschender Öffentlichkeit überschritten werden [...].“

Nach Spehr gibt es zwei Arten von Gegenöffentlichkeit:

Einerseits spricht er davon, dass eine „G[egenöffentlichkeit], in erster Linie eine Politik, eine soziale Praxis mit emanzipativen Zielen [bezeichnet]“. Sie will gezielt auf die bestehende Öffentlichkeit einwirken,

„um sie für andere Botschaften und Inhalte zu öffnen; in der Dekonstruktion herrschender Öffentlichkeit, das heißt ihrer gezielten Störung, Demaskierung oder Delegitimierung; oder in der Konstruktion einer anderen, zur herrschenden oppositionellen Öffentlichkeit.“

Andererseits gibt es auch eine konstruktivere Gegenöffentlichkeit, die „einen Kreis von Akteuren und Rezipienten [bezeichnet], das heißt eine nicht mit der herrschenden übereinstimmende andere Öffentlichkeit.“ Diese zweite Form der Gegenöffentlichkeit sieht ihre Hauptaufgabe nicht allein darin, die bestehende Öffentlichkeit zu torpedieren, sondern eine eigene Legitimation für sich zu reklamieren.

¹⁰¹ Spehr, Gegenöffentlichkeit.

3.3 Öffentlichkeitsbegriffe 1972

3.3.1 Bürgerliche Öffentlichkeit

„Auch die bürgerliche Öffentlichkeit konstituiert sich zunächst als G[egenöffentlichkeit] zur feudalen Öffentlichkeit.“¹⁰²

Kluge und Negt gehen in ihrem Werk *Öffentlichkeit und Erfahrung* 1972 von einer bestehenden bürgerlichen Öffentlichkeit aus, die sie auch als Scheinöffentlichkeit bezeichnen.

Was charakterisiert diese bürgerliche Öffentlichkeit?

Ausgrenzungsmechanismus

Die bürgerliche Öffentlichkeit versucht

„eine Vielzahl von Erscheinungen zusammenzufassen, die zwei wichtigsten Lebensbereiche aber ausgrenzt: **den gesamten industriellen Apparat des Betriebes und die Sozialisation in der Familie.** [...] Auf diesem Widerspruch, daß [sic!] bürgerliche Öffentlichkeit substantielle Lebensinteressen ausgrenzt, gleichwohl aber das Ganze zu repräsentieren beansprucht, basiert die charakteristische Schwäche nahezu aller Formen bürgerlichen Öffentlichkeit.“¹⁰³

„Die bürgerlichen Privateigentümer [...] waren an der Bildung öffentlicher Erfahrung gar nicht interessiert. Ihr Marktwissen ist privat. Im Verhältnis zum Staat und zur Öffentlichkeit interessieren sie in erster Linie die Möglichkeiten der Rückwirkung dieser Öffentlichkeiten auf ihre privaten Interessen.“¹⁰⁴

Produktionsöffentlichkeiten

Mit der Entwicklung der „Moderne“, d.h., der Distanzierung der neuen Bürgerlichkeit vom Adel und der Arbeiterklasse entstanden viele Teilöffentlichkeiten.

„Heute kann man von einer Gesamtöffentlichkeit gar nicht mehr sprechen, lediglich von einander sich überlagernden Teilöffentlichkeiten, die jeweils selbst

102 Spehr, Gegenöffentlichkeit.

103 Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 338.

104 Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 352.

das Ganze zu fingieren versuchen. Negt/ Kluge gebrauchen hier den Begriff der Produktionsöffentlichkeiten, also interessegesteuerter Public-Relation, die von Konzernen, Bürokratien, dem Staat, vor allem aber von Medienindustrie ausgeht.“¹⁰⁵

Das Bürgertum versucht eine an sich heterogene Gesellschaft,

„über den emphatischen Begriff der öffentlichen Meinung [...] zu einer Einheit zusammenzuschließen. [...] **Geht man dagegen von ihrer wirklichen Substanz aus, so ist sie überhaupt nichts Einheitliches, sondern die Kumulation nur abstrakt aufeinander bezogener Einzelöffentlichkeiten.**“¹⁰⁶

Kluge und Negt schreiben, dass in der bürgerlichen Öffentlichkeit durch „Bewußtseins- [sic!] und Programmindustrien, der Werbung, der Öffentlichkeitsarbeit der Konzerne und Verwaltungsapparate“ neue und eigenständige Öffentlichkeiten geschaffen werden. Spehr schreibt dazu: „Bürgerliche Öffentlichkeit nehme im entwickelten Kapitalismus den Charakter von >Produktionsöffentlichkeiten< an [...], deren Herrschaftsfunktion vor allem darin bestehe, proletarische Öffentlichkeit – als Organisationsform von kollektiver Erfahrung- zu zerstören.“¹⁰⁷ Kluge und Negt schreiben weiter, dass derartige „Produktionsöffentlichkeiten die klassische bürgerliche Öffentlichkeit heute [1972!] überlagern“¹⁰⁸.

Legitimationsfassade

Kluge und Negt führen aus, dass Produktionsöffentlichkeiten „die Tendenz haben, Privatbereiche, insbesondere den Produktionsprozeß [sic!] und den Lebenszusammenhang, einzubeziehen“¹⁰⁹. In Produktionsöffentlichkeiten findet oft ein Wechselspiel zwischen Ausgrenzungsmechanismus und Einbeziehung wichtiger Lebensinteressen statt. „**[A]n sich nicht legitimierbare Machtverhältnisse im Produktionsprozeß [sic!] werden mit legitimierten Interessen der Allgemeinheit aufgeladen und erscheinen so in einem Legitimationszusammenhang.**“¹¹⁰

¹⁰⁵ Stollmann, Alexander Kluge zur Einführung, S. 105-106.

¹⁰⁶ Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 339.

¹⁰⁷ Spehr, Gegenöffentlichkeit.

¹⁰⁸ Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 338.

¹⁰⁹ Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 354.

¹¹⁰ Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 346.

Hier ist entscheidend, dass z.B. Medienkonzerne zwar „substanzielle Lebensbereiche“ einbeziehen können, aber nicht zwingend müssen. Das hängt einzig und alleine von den wirtschaftlichen Interessen der Unternehmer ab. Die Verarbeitung von menschlichen Erfahrungen und Bedürfnissen gehen durch Filtersysteme in den Medienbetrieben, ergo wollen Medienbetriebe aus kapitalistischem Eigeninteresse individuelle menschliche Erfahrungen steuern und manipulieren. Sie schaffen eine Wirklichkeit aus der sie Profit schlagen können.

3.3.2 Proletarische Öffentlichkeit

Oskar Negt beschreibt die proletarische Öffentlichkeit wie folgt:

„Die proletarische Öffentlichkeit ist gewissermaßen angelegt darauf, das ganze der Gesellschaft zu umfassen, die Arbeitswelt und die privaten Bedürfnisse gleichermaßen. Deshalb glaubten wird [Negt und Kluge], daß [sic!] die proletarische Öffentlichkeit eigentlich die zentrale Kategorie einer sich emanzipierenden Gesellschaft ist.“¹¹¹

Damit einer proletarischen Öffentlichkeit nicht der gleiche Ausgrenzungsmechanismus wie dem der bürgerlichen Öffentlichkeit passiert, wäre hier eine Öffentlichkeit, die die Interessen und Erfahrungen eines Löwenanteils der Bevölkerung Rechnung tragen würde notwendig.

Einmal abgesehen von der Rolle des Arbeiters als ein isoliertes Glied in einer langen Produktionskette, macht ein Arbeiter seine eigenen Erfahrungen. Der Unterschied zum Eigentümer der Produktionsmittel ist, dass der „Horizont dieser Erfahrungen die Einheit des proletarischen Lebenszusammenhangs [ist]“¹¹² und dieser Bewegungsspielraum des Lebenszusammenhangs von der bürgerlichen Öffentlichkeit stark beeinflusst bzw. diktiert wird. „Er [der Arbeiter] müßte [sic!] Philosoph sein, um diese Produktion seiner Erfahrung, die vororganisiert und

¹¹¹ Schulte/ Stollmann, Der Maulwurf kennt kein System. S. 26.

¹¹² Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 356.

unorganisiert in einem ist und sein empirisches Leben prägt und zugleich lediglich begleitet, zu verstehen“¹¹³.

Blockierungszusammenhang

Das Problem hierbei ist der eingeschränkte Bewegungsspielraum innerhalb eines Betriebes. Während „die Angestellten“ oder „Angehörige der Direktion“ notwendigerweise einen Überblick über das Unternehmen haben müssen, „ist die Produktionstätigkeit der Arbeiter an einzelne Teile der Gesamtmaschinerie des Betriebes gebunden. [...] Darin liegt ein Element der Blockierung, das bereits den äußerlichen Erfahrungszusammenhang des Betriebes ausschließt.“¹¹⁴ Der Arbeiter nimmt das „Ganze“ nur in Fragmenten wahr und kann seine Erfahrungen nicht in einem großen Zusammenhang sehen, es nimmt für ihn „die Form einer mystifizierenden Gegenständlichkeit an“¹¹⁵.

Dieses große Problem weitet sich auch von dem Betrieb bis in die Freizeit aus, die der Arbeiter in der Regel im Kreise der Familie verbringt. „Diese Arbeitsfreie Zeit wird [...] nicht durch eine autonome Öffentlichkeit strukturiert, sondern durch den Terrorzusammenhang der modernen Kleinfamilie.“¹¹⁶ Der Arbeiter gerät in einen Teufelskreis seines Lebens- und Erfahrungszusammenhanges, denn die betriebliche Blockierung durch „[d]ie Beengung im Produktionsbetrieb“¹¹⁷ entwickelt für den Arbeiter ein Muster, dass er automatisch in sein Familienleben überträgt.

Kluge und Negt sprechen vom „Gesamtsystem von Blockierungen der Erfahrung im proletarischen Lebenszusammenhang“¹¹⁸ und dieses Problem kann das Proletariat bsp. durch Wahlsiege von Gewerkschaften nicht einfach beseitigen, denn „[d]iese Öffentlichkeit (z.B. die Perspektive eines Parteivorstandes, der Leitung einer Gewerkschaft) liegt zweifellos außerhalb des proletarischen

113 Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 346.

114 Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 373.

115 Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 373.

116 Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 374.

117 Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 375.

118 Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 376.

Lebenszusammenhangs [...]“¹¹⁹. Kluge und Negt schreiben weiter: „Nach einiger Zeit kommt er [der Arbeiter] überdies zu dem Ergebnis, daß [sic!] er innerlich den proletarischen Lebenszusammenhang mit sich schleppt, **in dem zugleich mit seinen Erfahrungen die Blockierung dieser Erfahrung festgebunden ist.**“

Auflösung der Blockierungen

Für Kluge und Negt muss der Blockierungszusammenhang „als ganzes System“ aufgelöst werden, doch „schwerwiegende Behinderungen, die in der Geschichte der Arbeiterbewegung immer wieder eine selbsttätige Überschreitung der Erfahrungsgrenzen [...] geradezu ausschließt[en]“¹²⁰ machten diesen Umschwung unmöglich. Die Arbeiterbewegung beabsichtigte aus einer „Notwehrreaktion“ gegenüber der Hegemonie der bürgerlichen Öffentlichkeit eine Parallelöffentlichkeit in Form einer proletarischen Öffentlichkeit zu konstituieren, die sich rein reaktionär zur bürgerlichen Öffentlichkeit verhält und ein nicht zielführendes „Lagerdenken“¹²¹ impliziert.

Nach Kluge und Negt muss eine proletarische Öffentlichkeit geschaffen werden, in der, gesamtgesellschaftliche und alle Lebensbereiche umfassende, unmittelbare Erfahrungen (vgl. 3.5 Erfahrung) gemacht und zum Ausdruck gebracht werden können.

Warencharakter

Wie in Punkt 3.1 erwähnt verlor der Arbeiter in der Industrialisierung und mit dem eingehenden Kapitalismus seinen Subjektstatus und wurde zum Objekt.

„Die Fähigkeit der Ware Arbeitskraft, zu >sprechen< und Bewußtsein [sic!] zu entwickeln, das heißt: sich zum Subjekt zu entfalten, verschwindet, weil der Druck, den die bestehende bürgerliche Gesamtgesellschaft auf das ihr gegenübergestellte proletarische Lager ausübt, die Arbeiter politisch ebenso zu

119 Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 347.

120 Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 376.

121 Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 376.

Objekten macht, wie sie im ökonomischen Bereich Objekte der Produktionsverhältnisse sind.“¹²²

Nach Kluge und Negt muss der Arbeiter ein „Bewusstsein seiner eigenen Wareneigenschaft entwickeln, [...] **[e]r muss sich verdinglichen und zu einem Instrument machen, um den Gegner bekämpfen zu können**“¹²³.

Der Arbeiter soll sich nicht reaktionär verhalten und versuchen gleich zu werden wie sein Feind oder mit den gleichen Waffen wie er zu kämpfen. Es wird immer die Diskrepanz zwischen Arbeiter und Eigentümer der Produktionsmittel geben. Der Arbeiter soll vielmehr seine verdinglichte Position dazu nutzen, um daraus zu agieren und Überraschungseffekte zu setzen, z.B. in Protestformen wie Betriebssabotage oder Streik.

Kluges und Negts Rezept: Gegenprodukte

Sie schreiben, dass sich bestehende Verhältnisse nur durch Gegenprodukte verändern lassen:

„Gegen Produktion der Scheinöffentlichkeit helfen nur Gegenprodukte einer proletarischen Öffentlichkeit: Idee gegen Idee, Produkt gegen Produkt, Produktionszusammenhang gegen Produktionszusammenhang.“¹²⁴

Nur so kann einer breiten Öffentlichkeit die Ausdrucksvermögen ihrer vielseitigen, komplexen und vielschichtigen Lebenszusammenhänge gegeben werden.

122 Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 410.

123 Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 410f.

124 Kluge/ Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung“, S. 433.

3.4 Öffentlichkeitsbegriffe 1985

In seinem 1985 geschriebenen Text *Die Macht der Bewußtseinsindustrie und das Schicksal unserer Öffentlichkeit* ersetzt Kluge die Begriffe „bürgerliche“ und „proletarische“ Öffentlichkeiten durch „klassische“ und „abgeleitete“ Öffentlichkeiten.

3.4.1 Klassische Öffentlichkeit

„Klassisch“ sind alle bürgerlichen Öffentlichkeiten samt den Einsprengeln anderer, also auch proletarischer Öffentlichkeiten bis zum Fernsehen.“¹²⁵

Nach Kluge heißt das:

„Der Reichtum der Erfahrung und das Geschichtenerzählen sind die Grundlagen der klassischen Öffentlichkeit. Solange ein *unmittelbarer* Zugang zu diesen Grundlagen besteht, sprechen wir von klassischer Öffentlichkeit.“¹²⁶

Aura - Einmaligkeit und Dauer - Flüchtigkeit und Wiederholbarkeit

In diesem Zusammenhang bringt Kluge den Begriff der „Aura“ von Walter Benjamin ins Spiel, über den Benjamin schreibt: „was im Zeitalter der technischen Reproduzierbarkeit des Kunstwerkes verkümmert, das ist sein Aura.“¹²⁷

Kluge schreibt, dass für die klassische Öffentlichkeit folgende Kriterien gelten: „Einmaligkeit und Dauer“¹²⁸. Die Idee zu diesem Begriffspaar stammt von Benjamin, der damit „[d]as Hier und Jetzt des Originals“ bezeichnet.

„Zertrenne ich die Dauer, ersetze ich die Einmaligkeit durch Übersprechen, so geht die Verbindung zu dieser menschlichen Wurzel verloren, und es entstehen abgeleitete, nicht aber klassische Öffentlichkeiten.“¹²⁹

125 Stollmann, Wissen ist Nacht.

126 Kluge, *Die Macht der Bewußtseinsindustrie*, S. 185.

127 Benjamin, „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner techn. Reproduzierbark.“, S. 13.

128 Kluge, *Die Macht der Bewußtseinsindustrie*, S. 185.

129 Kluge, *Die Macht der Bewußtseinsindustrie*, S. 185.

Benjamin beschreibt in seinem Text *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, dass nur die Rezeption eines Originalwerkes, das von Einmaligkeit und Dauer geprägt ist, ein auratisches Moment zwischen Rezipient und Kunstwerk entstehen lässt. Diese Aura ist nach Benjamin in den klassischen Künsten zu finden. Dem Film attestiert Benjamin, „[e]r habe keine Aura“, doch Kluge glaubt, dass „durch die Zuschauer neuartige Formen der Aura in den Kinosaal hineingetragen“¹³⁰ werden. In dem sich der Zuschauer in einer Kinosituation befindet, wo er die „bewegten Bildern auf der Leinwand und in seinem Kopf, mit dem Original“¹³¹ vergleicht, ist diese Situation doch von Dauer und Einmaligkeit, den Kriterien für ein auratisches Moment, geprägt.

„Die Grenze zwischen neuen Medien und klassischer Öffentlichkeit liegt also eher zwischen Kino und Fernsehen.“¹³²

Kluge gibt dem Film die Dauer und Einmaligkeit, d.h., die Aura wieder zurück, die Benjamin ihm genommen hat. In der Frage des Fernsehens benötigt Kluge ein neues Begriffspaar: „Flüchtigkeit und Wiederholbarkeit“¹³³ sind sozusagen die „Gegenpole zu Dauer und Einmaligkeit“¹³⁴.

Das Fernsehen ist nach Kluge ein „Zwitter“, halb klassische Öffentlichkeit und halb abgeleitete Öffentlichkeit.

„Es überträgt zahllose Einmaligkeiten, [...] versucht aber, [...] die Unmittelbarkeit der Erfahrung zu dosieren, zu moderieren, beschneidet sie auch; das Fernsehen gehört zur klassischen Öffentlichkeit, soweit es ihm nicht gelingt, den Programmwillen durchzusetzen.“¹³⁵

Benjamin schreibt zur Reproduzierbarkeit: „[...] an die Stelle eines einmaligen Vorkommens [setzt sie [die Reproduktionstechnik]] sein massenweises.“¹³⁶

langfristige – kurzfristige Interessen

130 Kluge, *Die Macht der Bewußtseinsindustrie*, S. 185.

131 Kluge, *Die Macht der Bewußtseinsindustrie*, S. 185.

132 Kluge, *Die Macht der Bewußtseinsindustrie*, S. 185.

133 Benjamin, *„Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, S. 19.

134 Kluge, *Die Macht der Bewußtseinsindustrie*, S. 185.

135 Kluge, *Die Macht der Bewußtseinsindustrie*, S. 185.

136 Benjamin, *„Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, S. 13.

Während klassische Öffentlichkeiten langfristige Interessen der Menschen verfolgen, ihre „Kriterien für Qualität also Dauer und Verlässlichkeit [sic!]“ sind, interessiert sich das Fernsehen fast ausschließlich für kurzfristige Interessen. Für Stollmann sind kurzfristige Interessen: „Ich komme erschöpft von der Arbeit nach Hause und will in den nächsten zwei Stunden an nichts Problematisches erinnert werden.“¹³⁷

3.4.2 Programmschema

„Der wesentliche Unterschied zwischen einem Fernsehprogramm und unmittelbarem Austausch zwischen Menschen beruht [...] nicht auf technischen Gründen, sondern auf dem Prinzip des Programmschemas.“¹³⁸

Das Programmschema stellt für Kluge eines der Hauptprobleme in der Öffentlichkeitsfrage dar und zwar jenes, dass keine unmittelbaren Erfahrungen über das Medium Fernsehen gemacht werden können. Kluge brachte in der legendären Fernsehdiskussion *Ende Offen* (Thema: Reformzirkus) im Jahre 1970 im WDR einen interessanten Diskussionspunkt ein, in dem er sagte, dass im Fernsehen keine Verstärkung des Erfahrungsbereichs stattfinden kann, „... das wäre originäre Erfahrung, dass gibt es bei Ihnen [Fernsehanstalten] nicht, bei Ihnen gibt es nur Programm erfahrungen.“¹³⁹ Das Programm ist eine künstliche Ordnung von Inhalten, die von einer fixen Idee vom Aufbau und Ausgang einer Fernsehsendung ausgeht. Programmverantwortliche in Fernsehanstalten sind dafür verantwortlich, Themen zu bestimmen, zu ordnen, aufeinander abzustimmen, in eine richtige Länge zu bringen (d.h. zu beschneiden), in einen bestimmten Kontext zu bringen, usw. Sie sind eine selbsternannte moralische, pädagogische, politische und gesellschaftliche Instanz, die den Zuseher für unmündig erklärt und bestimmt was richtig oder falsch, vertretbar und nicht vertretbar, usw. ist.

137 Stollmann, Wissen ist Nacht.

138 Kluge, Die Macht der Bewußtseinsindustrie, S. 182.

139 Ende Offen - Reformzirkus (BRD 1970) 39:46-39:50.

Im Kommunikationsmittel Fernsehen findet gar keine Kommunikation statt, denn „[d]as Programmschema läßt [sic!] gar nicht zu, daß [sic!] ich rede, wenn es mir einfällt“¹⁴⁰. Kluge sagte in *Ende Offen* zu diesem Problem: „Ihre Fernsehanstalten haben ein rationalistisches Schema, das nicht erlaubt, dass spontane, freie Ideen durchdringen könnten; rationalisiert gibt es keine Basisbeziehungen.“¹⁴¹

Indem Themen bearbeitet werden und durch einen redaktionellen Filter laufen, werden ihnen die Einmaligkeit und Dauer genommen und dem Rezipienten die Möglichkeit unmittelbare Erfahrungen zu machen.

Programmstruktur

Stollmann schreibt:

„Fernsehen als klassische Öffentlichkeit scheitert [...] an der Struktur der Institutionen. Fernsehsender, ob private oder öffentlich-rechtliche, sind palastartige hochragende Treibhäuser, avancierte technologische Fabriken mit einzelnen Fachabteilungen, die darauf spezialisiert sind, wirkliche Zusammenhänge so zu zersplittern und zu bearbeiten, dass sie den gewohnten Ablauf des Tages, d.h. das Programm nicht sonderlich stören.“¹⁴²

Dieses künstlich hergestellte Programm lässt sich in drei Kategorien einordnen: Information, Bildung, Unterhaltung. „Tatsächlich sind dies drei monomane Schlagworte, die in dieser Verkürzung keine Vielfalt enthalten.“¹⁴³ Kluge erklärt die Begriffe so:

Information: der Gegenbegriff zu Kommunikation
Bildung: durch Fernsehen nicht herstellbar
Unterhaltung: Unterhaltungsindustrie wählt daraus das leicht zu Verwirklichende, das schnellen Erfolg bringt¹⁴⁴

140 Kluge, Die Macht der Bewußtseinsindustrie, S. 186.

141 Ende Offen - Reformzirkus (BRD 1970), 36:18-36:30 .

142 Stollmann, Wissen ist Nacht.

143 Kluge, Die Macht der Bewußtseinsindustrie, S. 191.

144 Kluge, Die Macht der Bewußtseinsindustrie, S. 191.

„Können, Phantasie, Erfahrungsgehalt“ sind nach Kluge die Kategorien in einer klassischen Öffentlichkeit, „in denen das Ausdrucksvermögen“¹⁴⁵ gemessen wird.

Ökonomische Interessen

Alle diese Überlegungen haben schlussendlich nur eine Absicht:

Quotensteigerung. Durch eine höhere Quote gibt es mehr Marktanteil und mit ihm geht eine höhere Werbeattraktivität einher, die mehr Geld in die Kassen spült.

Rein ökonomische Interessen bestimmen somit das Programm, die alles das über dieses Medium gesendet wird zu einer messbaren Größe machen, d.h., verdinglichen bzw. zur Ware machen (vgl. Industrialisierung des Bewusstseins).

3.4.3 Abgeleitete Öffentlichkeit

„Abgeleitete Formen von Öffentlichkeit haben die Tendenz, den Zugang zur Quelle aller Öffentlichkeit, nämlich zur unmittelbaren menschliche[n] Erfahrung zuzuschütten.“¹⁴⁶

Das Problem in diesem Fall ist, dass in abgeleitete Öffentlichkeiten keine unmittelbaren Erfahrungen gemacht werden können, weil diese Öffentlichkeiten von einem „fiktiven Ideal“¹⁴⁷ abgeleitet werden. Die Türe zwischen dem Ursprung der Erfahrungen und der Erfahrungsbildung ist verschlossen, sodass das diese nur noch kommunikativ „vermittelt“ werden können und ein unmittelbares Erfahren unmöglich machen. Stollmann schreibt als Beispiel, dass im Fernsehen viele Leichen zu sehen sind. Die damit verbundene Trauer fehlt aber dabei zur Gänze, sodass diese isolierte Darstellung nichts mehr mit „unmittelbarer Erfahrung [...] des Todes“¹⁴⁸ zu tun hat.

„In der Tagesschau kommt viel Trauriges vor, aber darüber kann dort auch nicht getrauert werden, es bleibt bei Informationen des Schreckens oder des Unfassbaren [sic!]. Spätere Expertenrunden trauern auch nicht. Genau diese programmatische Zerlegung in Sparten (Unterhaltung, Bildung, Information) ist

145 Kluge, Die Macht der Bewußtseinsindustrie, S. 192.

146 Stollmann, Wissen ist Nacht.

147 Stollmann, Wissen ist Nacht.

148 Stollmann, Wissen ist Nacht.

die Verschüttung der Quelle zur unmittelbaren Erfahrung – programmatische Öffentlichkeit anstelle von klassischer.“¹⁴⁹

3.5 Erfahrung

Der Begriff der Erfahrung ist ein weiterer ganz entscheidender Begriff in der Arbeit von Alexander Kluge.

Wie ist ‚Öffentlichkeit‘ mit ‚Erfahrung‘ verwoben?

„Der Rohstoff aller Kommunikation:“, schreibt Matthias Uecker, ist die „Erfahrung“¹⁵⁰. „Öffentlichkeit ist also [...] der Ort, an dem Erfahrung überhaupt erst produziert werden kann.“¹⁵¹

Die von den Neuen Medien geschaffenen abgeleiteten Öffentlichkeiten, organisieren die Erfahrungen nicht, sondern kolonialisieren und grenzen sie aus. Kluge will eine Öffentlichkeit, in der Erfahrungen gemacht werden können die in die „Breite“ gehen, vielfältig sind, „es geht nicht um Über-, sondern um Durchblicke [...]“¹⁵²

3.5.1 unmittelbare / mittelbare Erfahrung

„Medien=Mittler. [...] Medien sind Instrumente, über die sich *mittelbare* Erfahrung überträgt. [...] Ich kann es nicht selbst erlebt haben, das bedeutet: mittelbare Erfahrung.“¹⁵³

Medienerfahrungen funktionieren immer anders wie Erfahrungen zwischen zwei Menschen, weil wenn es um Medien geht, eine Barriere zwischen einer direkten Kommunikation zwischen Menschen ist. Unmittelbare Erfahrungen, d.h. persönliche Erfahrungen, sind über Medien nie kommunizierbar, das Fernsehen

149 Stollmann, Wissen ist Nacht.

150 Uecker, Alexander Kluge, S. 39.

151 Uecker, Alexander Kluge, S. 39.

152 Stollmann, Alexander Kluge zur Einführung, S. 119.

153 Kluge, „Die Macht der Bewusstseinsindustrie“, S. 197.

oder andere Medien müssen aber dafür sorgen, dass ihre Rezipienten unmittelbare Erfahrungen machen können. Das ist eine Maxime von Kluge.

Man könnte genau so gut von zwei Personen sprechen, von denen Person A auf Urlaub in China war und Person B nicht. Person A kann Person B nur erzählen wie beeindruckend der Urlaub war oder nicht war. Person B kann zuhören und z.b. ihr Wissen in diesem Zusammenhang in das Gespräch einbringen, von dem Person A vielleicht noch nie etwas gehört hat. Die „vermittelten“ Erfahrungen von Person A und das Wissen von Person B lässt beide Personen neue unmittelbare Erfahrungen machen.

Stollmann erklärt das Problem anhand eines anderen Beispiels:

„Ein Lehrer erklärt das Schwimmen. Davon lerne ich es aber nicht so weit, daß [sic!] ich sagen kann: Ich kann schwimmen. Man muß [sic!] ins Wasser. [...] Auf dem Weg nach Hause teilen sich Kinder ihre unmittelbaren Schwimmerfahrungen mit. Jetzt tauschen sie sich über das Medium Sprache (auch der Körpersprache) aus, unmittelbare Erfahrungen vernetzen sich, es entsteht interessierte Öffentlichkeit.“¹⁵⁴

Das Problem der unmittelbaren Erfahrung:

Die Frage der unmittelbaren bzw. mittelbaren Erfahrung knüpft an 3.1 Subjektiv-objektive Beziehungen an. Solange die Fernsehanstalten, Neuen Medien, usw. von einer fixen Idee ihres Programms ausgehen, d.h., keine Lücke bereitstellen, in die der Rezipient seine Assoziationen und Erfahrungen integrieren kann, kann der Rezipient auch keine unmittelbaren Erfahrungen machen. Wenn alles auf fixen und vorgegebenen Bahnen abläuft, gibt es keine Dockingmöglichkeit (Lücke, Leerstelle, usw.) bei der der Rezipient seine eigenen Gedanken, Erinnerungen, Assoziationen, Erfahrungen in diese Situation einbringen und dadurch neue unmittelbare Erfahrungen machen kann.

Stollmann dazu:

„Das ist der elementare Zusammenhang: unmittelbare Erfahrung, die über ein Medium zur mittelbaren, in Geschichten mittelbaren wird und sich mit anderen

¹⁵⁴ Stollmann, Wissen ist Nacht.

Geschichten zur Öffentlichkeit, einem Resonanzraum, einem erweiterten Erfahrungsraum [...] entwickelt.“¹⁵⁵

Kluge empfindet die unmittelbare Erfahrung essentieller als die Mittelbare, er schreibt dazu: „Wir Menschen aber steuern unsere Rückfragen, unsere Orientierung fast ausschließlich nach den Kriterien der unmittelbaren Lebenserfahrung.“¹⁵⁶

Für Stollmann ist nicht eindeutig, ob die mittelbare oder die unmittelbare Erfahrung wichtiger ist. „Trotzdem ist unmittelbare Erfahrung originär, sie prägt; in der Kindheit gibt es zunächst keine andere.“¹⁵⁷ Kinder die noch kein ausgebildetes Sprachzentrum besitzen, können nur unmittelbare Erfahrungen machen.

„Wie sehr einer bereit ist, mittelbare, mitgeteilte Erfahrung sich zu eigen zu machen, ist eine Frage des Vertrauens. Das gilt für Menschen ebenso wie für Zeitungen, Film, Fernsehen und Neue Medien.“¹⁵⁸

3.5.2 Vertrauen

„Ohne Vertrauen können wir nicht leben.“¹⁵⁹

Woher kommt Vertrauen?

Roger Silverstone setzt sich in seinem Buch *Anatomie der Massenmedien. Ein Manifest* mit der Frage des Vertrauens auseinander.

Über frühkindliche Erfahrungen schreibt er:

¹⁵⁵ Stollmann, Wissen ist Nacht.

¹⁵⁶ Kluge, „Die Macht der Bewusstseinsindustrie“, S. 198.

¹⁵⁷ Stollmann, Wissen ist Nacht.

¹⁵⁸ Stollmann, Wissen ist Nacht.

¹⁵⁹ Silverstone, Anatomie der Massenmedien, S. 227.

„Das Urvertrauen hat seinen Ursprung in der Kindheit, genauer gesagt in den frühesten Erfahrungen der Kindheit. [...] [es] erwächst demnach aus der kontinuierlichen Zuwendung der Eltern in den ersten Lebensmonaten des Kindes, das anschließend aufgrund dieser Zuwendung Vertrauen in sich und andere entwickelt.“¹⁶⁰ (vgl. 3.5.3 Selbstbewusstsein/ Selbstvertrauen)

Durch die Beziehung zu den Eltern und dem von ihnen vorgelebten „Lebensstil“ lernen Kinder mit Vertrauen umzugehen. Dieser Prozess beginnt aber schon früher im Mutterbauch, indem Babys bspw. Geräusche wahrnehmen, Vibrationen spüren und Stimmen hören, aber nicht sehen können woher und von wem die Laute kommen.

Wir Menschen haben ein grundlegendes Bedürfnis anderen Menschen vertrauen zu können, um nicht permanent davon ausgehen zu müssen, dass das Gegenüber uns bewusst schaden möchte.

Silverstone schreibt dazu:

„Ohne dieses Vertrauen lebten wir in einer unendlich bedrohlichen und komplexen Welt, in der wir uns bei jeder Interaktion so verhalten müssten [sic!], als erlebten wir sie zum ersten Mal, in der Erfahrung nichts zählte und in der wir Realität, Ehrlichkeit und gute Absichten nicht vom Gegenteil unterscheiden können.“¹⁶¹

Die Menschen haben gelernt nicht nur anderen Menschen zu vertrauen, sondern auch „materiellen Dingen“¹⁶². Wenn z.B. Menschen in schweren finanziellen Schwierigkeiten einfach nur auf „Gotteshilfe vertrauen“ und glauben allein diese übernatürliche Gestalt hilft ihnen aus ihrer misslichen finanziellen Lage, bedarf es schon einer hohen „Abstraktion zu Vertrauen“¹⁶³.

Vertrauen ist eine stark subjektive Angelegenheit und wird durch die „Normalität des Alltags und die Konsistenz von Sprache und Erfahrung hergestellt und aufrechterhalten“¹⁶⁴.

160 Silverstone, Anatomie der Massenmedien, S. 228.

161 Silverstone, Anatomie der Massenmedien, S. 228.

162 Silverstone, Anatomie der Massenmedien, S. 229.

163 Silverstone, Anatomie der Massenmedien, S. 229.

164 Silverstone, Anatomie der Massenmedien, S. 229.

Das Vertrauen ist ein Balanceakt zwischen zwei Extremen. Auf der einen Seite dürfen wir nicht blauäugig allem Vertrauen das uns begegnet, „wir müssen uns in der Gesellschaft permanent aktiv mit den Herausforderungen auseinandersetzen“¹⁶⁵. Auf der anderen Seite können wir uns nicht nur mit diesen Herausforderungen beschäftigen und „akzeptieren [...] passiv die Strukturen einer Welt, die wir für selbstverständlich halten“¹⁶⁶.

„Beides zusammen bildet die Voraussetzung für wirksames Handeln und geistige Gesundheit, Sicherheit und Vertrauen.“¹⁶⁷

Drei Formen von Vertrauen

Silverstone beschreibt drei Formen der Herstellung von Vertrauen, die er von der amerikanischen Soziologieprofessorin Lynne Zucker zitiert¹⁶⁸:

- (1) prozessualisiertes Vertrauen, (z.b. kulturelle Standards wie Geschenke)
- (2) personalisiertes Vertrauen, (Wesen und Identität einer Person)
- (3) institutionalisiertes Vertrauen, (Institutionen, Berufsstände oder Mittelmänner, die die Bedingungen für die Herstellung und Erfüllung von Vertrauen schaffen)

Das institutionalisierte Vertrauen unterscheidet sich von den zwei anderen darin, dass Institutionen Märkte schaffen und somit auch einen „Markt für Vertrauen“ sind. „Dadurch wurde und wird Vertrauen zu einer Ware.“¹⁶⁹

Das öffentlich-rechtliche Fernsehen behauptet von sich selbst, einen öffentlichen Auftrag zu erfüllen, d.h., Öffentlichkeit zu repräsentieren, und legitimiert damit seine Vertrauenswürdigkeit.

Viele Leute schimpfen über das Fernsehen und die Neuen Medien, vermissen den fehlenden Tiefgang der Inhalte und verurteilen die Vereinfachung komplexer Themen, aber trotzdem „schalten [sie] angesichts nationaler, globaler oder

165 Silverstone, Anatomie der Massenmedien, S. 230.

166 Silverstone, Anatomie der Massenmedien, S. 230.

167 Silverstone, Anatomie der Massenmedien, S. 230.

168 Silverstone, Anatomie der Massenmedien, S. 235.

169 Silverstone, Anatomie der Massenmedien, S. 235.

regionaler Probleme noch immer das Radio ein, kaufen eine Zeitung oder verfolgen eine Nachrichtensendung¹⁷⁰. Das hängt wohl mit dem Balanceakt zusammen, dass wir nun einmal in diesem Land bzw. in dieser Gesellschaft leben und uns dieser Tatsache nicht sieben Tage die Woche, 24 Stunden verschließen können.

Dass Menschen überhaupt auf die Idee kommen Abstraktionen zu vertrauen, setzt Medien (Fernsehen, Kirche, usw.) voraus, die solche „abstrakten Systeme“¹⁷¹ schaffen und schlussendlich nichts anderes schaffen als institutionalisiertes Vertrauen.

3.5.3 Selbstbewusstsein/ Selbstvertrauen

In Punkt 3.5.2 wurde die Frage des Vertrauens von einer Person zu anderen Personen oder Dingen untersucht. Hier soll es darum gehen, was notwendig ist, damit Personen sich selbst vertrauen können.

Um bei Kluge zu bleiben, stellt sich die Frage, wie Menschen ihrem Antirealismus der Gefühle, d.h. sich selbst vertrauen können.

„Selbstvertrauen, [...] um den Anti-Realismus der Gefühle überhaupt anerkennen zu können, setzt wiederum Vertrauen in andere Menschen voraus, den Glauben daran, dass sie mich bei allen denkbaren Dissonanzen, die entstehen können, wenn man etwas Wirkliches von sich einbringt, nicht zurückweisen kann.“¹⁷²

„Filme können Menschen stärken oder schwächen, sie können ein Mehr an Selbstbewusstsein produzieren oder aber es mindern –darauf zielt der Appell an die Verantwortung des Regisseurs für sein Medium“¹⁷³ (vgl. 2.3 Rezipient – Verantwortung des Regisseurs). „Der kommunikative Austausch wurzelt im Gefühl, jeder Diskurs, jede Beglaubigung, hat hier ihren Bezugspunkt.“ Kluges Fernsehen?

170 Silverstone, Anatomie der Massenmedien, S. 229.

171 Silverstone, Anatomie der Massenmedien, S. 231.

172 Riedel, Anti-Repräsentationalismus und Wunschökonomie, S. 137.

173 Schulte, Dialoge mit Zuschauern, S. 236.

Kluge plädiert dafür, dass beispielsweise Kinorezipienten mit einem gestärkten Selbstbewusstsein aus dem Kino kommen sollen. Positiv wäre es nach Kluge, wenn sich der Kinobesucher beim verlassen des Kinos immer noch in der Filmwelt befinden würde und langsam, kontinuierlich von der Filmwelt wieder in die reale Welt außerhalb dieses Films zurückkommen würde.

Wie ist eine Stärkung des Selbstbewusstseins möglich?

Wenn Rezipienten, um im Kino zu bleiben, aktiviert werden und ihre Gedanken, Erfahrungen, Erinnerungen, Assoziationen, usw. in ein kommunikatives Setting einbringen können, kann dadurch ihr Selbstbewusstsein gestärkt werden. Davon müssen nicht nur Rezipienten profitieren, dass könnte auch ein erstrebenswertes Ziel von einem Filmmacher sein. In der Wirtschaftssprache würde man in so einem Fall von einer „Win-Win-Situation“ sprechen. In einer Kommunikationssituation in der nur eine Seite pausenlos sendet und das Gegenüber keine Möglichkeit erhält sich einzubringen, kann auch kein Selbstbewusstsein gestärkt werden.

4. Alexander Kluges Wechsel zum Fernsehen

4.1 Einführung

Kluge kritisiert, dass Fernsehanbieter ausschließlich marketinggerechte bzw. kommerziell ausgerichtete Medienprodukte für ihre Zuseher (Produktionsöffentlichkeiten) produzieren. In diesem rein kommerziell ausgerichteten Programm können keine „echten“ Erfahrungen gemacht werden, „[...] da diese Medien durch ihr Angebot die Wahrnehmung ihrer Benutzer zu strukturieren und zu überformen versuchen [...]“¹⁷⁴.

Kluge bietet Medienprodukte an, die gegenläufig zu „strukturierten“ und „überformten“ Programmen funktionieren, welche den Anschein auf totale Vollständigkeit und Richtigkeit erwecken. Seine Programme sind weit weniger organisiert, viel komplexer in ihrer Wahrnehmung und oft undurchsichtig bzw. widersprüchlich. Warum?

Objektive Medienprodukte gibt es nicht. Eine Person (Autor) gestaltet eine Fernsehsendung, wählt bestimmte Themen aus, erachtet Andere für weniger wichtig, unterstreicht für ihn entscheidende Punkte, usw. (vgl. 1.1 Kluge als DJ). Der Autor bringt unweigerlich seine Erfahrungen in die Planung und Umsetzung einer Fernsehsendung ein. „Damit weist Kluge den Autoren eine zentrale Verantwortung als Organisatoren der Wahrnehmung ihres Publikums zu [...]“¹⁷⁵

Durch die in die Kulturmagazine eingebrachten Erfahrungen des Autors entsteht eine Komplexität in der Wahrnehmung. Was auf dem Bildschirm zu sehen ist, hat einen fragmentarischen Charakter.

Die Zuseher werden zu *Autoren ihrer eigenen Erfahrungen*. Sie entnehmen den Kulturmagazinen bsp. bereits bekannte Informationen, aber in einem anderen (vom Autor bestimmten) Kontext und machen somit neue Erfahrungen. Sie bekommen sehr viele Informationen bzw. Bilder und verarbeiten das Gesehene und Gehörte individuell, sie machen sich eine *eigene Sendung im Kopf*.

¹⁷⁴ Uecker, Alexander Kluge, S. 44.

¹⁷⁵ Stollmann, Alexander Kluge zur Einführung, S. 119.

„Indem er die Kommunikation ins Innere der Rezipienten verlegt, kann Kluge seinen utopischen Begriff der Öffentlichkeit retten [...] Wo es keine unmittelbare Öffentlichkeit geben kann, tritt an ihre Stelle die Erfahrungsbildung des Autors in der Produktion angeregte innere Kommunikation des Publikums [...].“¹⁷⁶

4.2 Entwicklung des kommerziellen Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland (BRD)

Im Jahre 1973 beschloss die damalige Bundesregierung unter Bundeskanzler Helmut Schmidt eine Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems einzuberufen, die sich mit neuen Möglichkeiten von Fernsehsignalübertragungen via Kabel und Satellit beschäftigen sollten¹⁷⁷ („Wenn ich nicht mehr weiter weiß, gründe ich einen Arbeitskreis“). Die Intention der Einberufung dieser Kommission war, dass die technologischen Gründe, die das öffentlich-rechtliche System legitimierten, einem „langfristigen Wandel unterworfen waren“¹⁷⁸. Bis dato war die Fernsehlandschaft fest in der Hand von öffentlich-rechtlichen Anstalten, die in diesem staatlich geschützten Gebiet frei agieren konnten.

Diese öffentlich-rechtlichen Anstalten waren der CDU ein Dorn im Auge und sie machten sie unter anderem für ihre das schlechte Abschneiden bei den Bundestagswahlen verantwortlich¹⁷⁹. Die CDU suchte nach „Möglichkeiten für eine Beeinflussung oder Kontrolle der politischen Berichterstattung“¹⁸⁰, die zu dem von ihnen bezeichneten „Rotfunk“ eine Alternative darstellen sollten.

Die Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems empfahl 1976 „die Errichtung von Pilotprojekten, [...] um Voraussetzungen für und Auswirkungen der neuen Übertragungstechniken zu erproben“¹⁸¹ und das „war zum damaligen Zeitpunkt eher als eine Verlegenheitslösung anzusehen.“¹⁸²

176 Uecker, Alexander Kluge, S. 45.

177 Vgl. Stuiber, Medien in Deutschland. Band 2. S. 233.

178 Uecker, Alexander Kluge, S. 15.

179 Vgl. Uecker, Alexander Kluge, S. 15.

180 Uecker, Alexander Kluge, S. 15.

181 Uecker, Alexander Kluge, S. 15.

182 Spangenberg, Der unaufhaltsame Aufstieg zum >Dualen System<, S. 26.

Während die CDU diese Empfehlung begrüßte, „stoppte die sozialdemokratisch geführte Bundesregierung vorerst großflächige Verkabelungspläne der Bundespost“¹⁸³. Die CDU argumentierte damit, dass für sie die neuen Übertragungskapazitäten der Kabel- und Satellitentechnik eine Vielzahl von neuen, privaten Sendern ermöglichen könnten, die nach Helmut Kohl (CDU) zu einer größeren Meinungsvielfalt innerhalb des Mediums Fernsehen beitragen würde.¹⁸⁴

Als im Jahre 1982 eine christlich-liberale Regierung unter der Führung von Helmut Kohl an die Macht kam, stand ab diesem Zeitpunkt einer Liberalisierung des Fernsehmarktes nichts mehr im Wege. Der neue Bundeskanzler Helmut Kohl und Postminister Christian Schwarz-Schilling forcierten gezielt das Projekt eines kommerziellen Fernsehmarktes und initiierten ein „massives Verkabelungsprogramm“¹⁸⁵.

Die SPD erkannte, dass diese Entwicklungen auf dem kommerziellen Fernsehmarkt nicht mehr aufzuhalten waren und vollzogen ab diesem Zeitpunkt aus ökonomischen Gründen einen politischen Richtungswechsel. Denn als es um die

„Ansiedelung neuer Medienunternehmen [ging,] wollten die SPD-Regierungen von Hamburg und Nordrhein-Westfalen nicht hinter den christdemokratischen regierten Bundesländern zurückstecken.“¹⁸⁶

183 Uecker, Alexander Kluge, S. 15.

184 Vgl. Uecker, Alexander Kluge, S. 15.

185 Uecker, Alexander Kluge, S. 16.

186 Uecker, Alexander Kluge, S. 15.

4.2.1 Kabelprojekte

„Am 1. November 1980 einigten sich die Ministerpräsidenten der Bundesländer darauf, vier forschungsbegleitende Kabelprojekte in Ludwigshafen, München, Berlin und Dortmund durchzuführen.“¹⁸⁷

Finanziert wurden die Projekte durch eine Erhöhung der Rundfunkgebühr um 0,20 Mark, dem so genannten „Kabelgroschen“.

Am 1.1.1984 startete in Ludwigshafen das erste Pilotprojekt, das als Start der privaten Sender in Deutschland gilt. Empfangen werden konnte neben deutschen und französischen öffentlich-rechtlichen auch einige kommerzielle Sender. Die Programmgesellschaft für Kabel- und Satellitenfernsehen (PKS), „die ein Jahr später im Konsortium SAT 1 aufging“¹⁸⁸ und „das vom örtlichen Verlagshaus Rheinpfalz veranstaltete >Erste Private Fernsehen (EPF)<“¹⁸⁹ gingen im Rahmen des Pilotprojekts im neuen Kabelnetz auf Sendung. RTL plus, ein von der Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion (CLT) und dem Bertelsmann-Konzern gemeinsam in Luxemburg produziertes deutschsprachiges Fernsehprogramm, sendete ab 2.1.1984 via Belgien. RTL plus sendete zu Beginn ohne Lizenz und konnte nur in Saarland, Rheinland-Pfalz und in Teilen Nordrhein-Westfalens über terrestrische Frequenzen, die über einen Sendemasten in Belgien gesendet wurden, in den drei anderen Pilotprojekten über Kabel, empfangen werden.¹⁹⁰

„Nachdem das Pilotprojekt ursprünglich nur für ein lokal eng umgrenztes Gebiet geplant war, wurde der >Versuch< gegen Ende des Jahres 1984 auf ganz Rheinland-Pfalz ausgedehnt.“¹⁹¹

Das hier angeführte erste Pilotprojekt für Kabelfernsehen sollte exemplarisch darstellen, wie der Weg der privaten Fernsehanbieter in die deutschen Haushalte verlief. In diesem Stil vollzog sich die ganze Entwicklung des kommerziellen Fernsehens und zeigt deutlich auf, dass eine klare politische Absicht, von den

187 Stuiber, Medien in Deutschland. S. 550.

188 Uecker, Alexander Kluge, S. 13.

189 Stuiber, Medien in Deutschland. S. 552.

190 Vgl. Stuiber, Medien in Deutschland. S. 552.

191 Stuiber, Medien in Deutschland. S. 235.

verantwortlichen Initiatoren so dargestellt wurde, als handle es sich um eine Möglichkeit unter Vielen, die gegebenenfalls rückgängig gemacht werden könnte.

„Bedenkt man ferner, daß [sic!] neue Institutionen geschaffen wurden und Anbieter erhebliche Investitionen tätigten, so wird klar, daß [sic!] an eine Rückholbarkeit der Entwicklung zum privaten Rundfunk nicht zu denken war.“¹⁹²

Die Politik ging wohl davon aus, dass eine nahtlose Implementierung des kommerziellen Fernsehens Gefahr lief, bei der Bevölkerung auf Ablehnung zu stoßen. Daher entschied sie sich für eine Step-by-Step-Variante, die mit der Verkabelung begann, mit den Pilotprojekten fortgeführt wurde und nach Ablauf dieser Projekte auf ganz Deutschland ausgeweitet wurde. Alle diese Entwicklungen waren die logische Folge, eines von der Politik forcierten und unaufhaltsam eingeschlagen Weges.

4.2.2 Duales System

Im Jahre 1986 sprach das Bundesverfassungsgericht ein neues Urteil aus, das die bestehenden Strukturen mit den öffentlich-rechtlichen Anstalten sicherte, aber „zugleich eine privatwirtschaftlich organisierte Konkurrenz als zweite Säule eines „dualen Systems“ definierte“¹⁹³. Die Pilotprojekte wurden durch dieses Urteil faktisch auf ganz Deutschland ausgeweitet.

„[...] [D]a sich die verschiedenen Interessensgruppen, Landesregierungen, Bundesregierung und Bundespost, nur mühsam über die Zulassungs- und Regulierungsmodalitäten verständigen konnten“¹⁹⁴,

der Ausbau der Übertragungsnetze sich verzögerte¹⁹⁵ und die Nachfrage nach Kabelprodukten unter den Erwartungen geblieben war, erlitten die Privatsender erstmals einen Dämpfer in ihrer erfolgsverwöhnten Entwicklungszeit und so forderten viele ein homogeneres Gesetz.

192 Stuißer, Medien in Deutschland. S. 239.

193 Uecker, Alexander Kluge, S. 16.

194 Schulte, Dialoge mit Zuschauern, S. 243.

195 Uecker, Alexander Kluge, S. 16.

„Nach über vierjähriger Diskussionsphase einigten sich die Bundesländer 1987 über einen Staatsvertrag zur Änderung des Rundfunkwesens. Damit lag erstmals ein einheitliches Regelwerk zur Ausgestaltung des privaten Rundfunks im Rahmen der neuen dualen Rundfunkordnung vor.“¹⁹⁶

„[...] [D]as Nebeneinander von öffentlich-rechtlichen Anstalten und kommerziellen Anbietern [wurde] in [diesem] Medienstaatsvertrag besiegelt.“¹⁹⁷

Für Zulassung und Rechtsaufsicht privater Veranstalter wurden mit den Landesmedienanstalten eigene Gremien geschaffen.“¹⁹⁸

In den 80er Jahren schaffte es kein einziger privater Fernsehsender in die Gewinnzone. Dies hatte zur Folge, dass zu Ende der 80er und Beginn der 90er Jahre neue Fernsehanbieter dem Fernsehmarkt betraten, Fuß fassten, von bestehenden Sendern übernommen wurden oder wieder verschwanden. „Unter wechselnden Beteiligungsverhältnissen wurden die Sender mehrmals umstrukturiert und reformiert.“¹⁹⁹ 1991 erreichten SAT.1 und RTL erstmals die Gewinnzone und hatten sich im privaten Fernsehen eine „stabile Position als Marktführer erobert“²⁰⁰.

4.2.3 Vollprogramm

Bei der Vergabe von Sendelizenzen stellen sich zu Beginn die Fragen, in welchem Gebiet (Bundesland) und für welches Zielpublikum ein Lizenzantragssteller Fernsehen machen möchte?

„Waren in der Anlaufphase des privaten Rundfunks beinahe ausschließlich bundesweite Vollprogramme auf Sendung, so können seit Anfang der 90er Jahre auf mehreren Ebenen Prozesse der Ausdifferenzierung innerhalb des privaten Fernsehsystems beobachtet werden.“²⁰¹

196 Stuißer, Medien in Deutschland. S. 556.

197 Schulte, Dialoge mit Zuschauern, S. 243.

198 Stuißer, Medien in Deutschland. S. 556.

199 Stuißer, Medien in Deutschland. S. 557.

200 Stuißer, Medien in Deutschland. S. 557.

201 Stuißer, Medien in Deutschland. S. 591.

Was ist ein Vollprogramm?

Nach § 2 Abs. 2 im Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien ist ein „Vollprogramm ein Rundfunkprogramm mit vielfältigen Inhalten, in welchem Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung einen wesentlichen Teil des Gesamtprogramms bilden“²⁰².

„Die Lizenzierungspraxis der meisten Bundesländer bevorzugte – insbesondere bei der Zuweisung terrestrischer Frequenzen – sogenannte „Vollprogramme“, die ein möglichst breites Spektrum an Programmformen und –inhalten abdeckten, was RTL und SAT 1 einen klaren Startvorteil verschaffte.“²⁰³

4.3 Wie kam Kluge zum Fernsehen?

„Gegenprodukte müssen [...], um überhaupt eine Wirkungschance zu haben, auf dem Terrain der hegemonialen Medienproduktion selbst angesiedelt sein, müssen in direkte Konkurrenz zu ihnen treten, statt sie bloß kritisch zu kommentieren.“²⁰⁴

Kluges Gegenprodukte waren bis Anfang der 80er Jahre in erster Linie Bücher und Filme. Mit dem Fernsehen hatte er bis zu diesem Zeitpunkt nur peripher zu tun. „Das Fernsehen war für ihn in den siebziger Jahren vor allem als Finanzier von Spielfilmen interessant, [...] im Rahmen des Film-Fernseh-Abkommens.“²⁰⁵

„Die Einführung der Neuen Medien avancierte zu einem Menetekel, das den Kampf um eine unabhängige Filmkultur, um selbstorganisierte Öffentlichkeitsräume zurückwerfen drohte.“²⁰⁶

202 Rundfunkstaatsvertrag per 31.08.1991. 12. Fassung. In Kraft getreten am 01.06.2009.

203 Uecker, Alexander Kluge, S. 18.

204 Uecker, Alexander Kluge, S. 48-49.

205 Hickethier, Von anderen Erfahrungen in der Fernsehöffentlichkeit, S. 202.

206 Schulte, Dialoge mit Zuschauern, S. 242.

4.3.1 Schritt#1: öffentlich-rechtliches Fernsehen

In dieser spannenden und für die Zukunft richtungsweisenden Entwicklungsphase der Neuen Medien erkannte Kluge die Chance „die Interessen der Autorenfilmer und die des öffentlich-rechtlichen Fernsehens“²⁰⁷ zu bündeln und „kooperative Formen“²⁰⁸ zu schaffen, von denen beide Seite profitieren. Seine Vorstellungen von der Zusammenarbeit der Autorenfilmer und den öffentlich-rechtlichen Anstalten, die weit über das Film-Fernseh-Abkommen hinausgehen sollten, trug Kluge bei den Mainzer Tagen der Fernsehkritik 1983 vor.

Seine Idee:

„Die Fernsehanstalten könnten die Programmkinos als >Schaufenster< ihrer eigenen Produktionen nutzen“²⁰⁹ und auf der anderen Seite sollen Filmemacher Fenster im Fernsehen bekommen.

Dieser erste Anlauf von Kluge, ins Fernsehen zu kommen, scheiterte.

„Dennoch ist die Mainzer Debatte für das Verständnis für das Verhältnis der weiteren Entwicklung insofern aufschlussreich, als hier erstmals das Konzept eines anderen, um das Autorenprinzip erweiterten Fernsehens sowie die Forderung nach festen Sendeplätzen für Experimente des Autorenfilms an die Programmverantwortlichen direkt herangetragen wurde.“²¹⁰

AKS

Kluge erkannte, dass der alleinige Kampf gegen die Fernsehhegemonie nicht zu gewinnen wäre. Im April 1984 wurde auf seine Initiative die Arbeitsgemeinschaft Kabel- und Satelliten-Programm (AKS) gegründet. Die AKS ist eine von Kluge initiierte Koalition der von Kluge geleiteten AG Neuer Deutscher Spielfilmproduzenten, der Intendatengruppe im Deutschen Bühnenverein und der

207 Schulte, Dialoge mit Zuschauern, S. 242.

208 Hickethier, Von anderen Erfahrungen in der Fernsehöffentlichkeit, S. 203.

209 Schulte, Dialoge mit Zuschauern, S. 243.

210 Schulte, Dialoge zwischen Zuschauern, S. 243.

AG Neuer Deutscher Spielfilmproduzenten, „deren Ziel es ist, kulturelle Vielfalt (Buch, Film, Musiktheater) in die Medien einzubringen“²¹¹.

4.3.2 Schritt#2: Neue Medien Ulm

Im Jahr 1985 gründete Kluge mit dem Verleger Eberhard Ebner (Südwest Presse) die >Neue Medien Ulm<. Mit SAT 1, einem Konsortium aus Zeitungsverlegern das sich aus der Programmgesellschaft für Kabel- und Satellitenfernsehen (PKS) entwickelt hat, ging die Neue Medien Ulm mit der *Stunde der Filmemacher* wöchentlich auf Sendung.²¹²

„Dieses Programm wurde zunächst von verschiedenen Filmemachern bestritten [...] Doch unter dem wachsenden Einfluß [sic!] Kluges entwickelte sich das Programm zu einem Forum für Filmemacher und Videoproduzenten.“²¹³

4.3.3 Schritt#3: privates Fernsehen

1985 schrieb Kluge den Text „Die Macht der Bewußtseinsindustrie und das Schicksal unserer Öffentlichkeit“ und legte damit unter anderem ein Konzept vor, wie „kooperative Formen“ zwischen kommerziellen Privaten bzw. zwischen privaten Drittanbietern aussehen könnten.

„Es läuft auf eine Dreiteilung aller Programmzeiten hinaus. Ein Drittel dieser Zeiten muß [sic!] für >Fenster< zur Verfügung stehen, die durch Kooperationen, gemeinnützige Unternehmen und den sog. Kulturkanal ausgefüllt werden.“²¹⁴

In diesem Text kommt auch der politische Stratege, Jurist und Lobbyist der AKS zum Vorschein, denn

„Kluges Bestandsaufnahme ist vor allem eine genaue Beschreibung der damaligen Situation, verfasst in der Absicht, Eindringstellen zu markieren und

211 Stollmann, Alexander Kluge zur Einführung, S. 93.

212 Vgl. Lutze, Alexander Kluge und das Projekt der Moderne, S. 18.

213 Lutze, Alexander Kluge und das Projekt der Moderne, S. 18.

214 Kluge, Die Macht der Bewußtseinsindustrie, S. 178.

Argumente zusammenzutragen, die geeignet wären, auch Politiker für die eigene Sache zu gewinnen.“²¹⁵

Mit der Idee, dass unabhängigen Drittanbietern Sendezeit zur Verfügung zu stellen werden müsste, stand Kluge zu dieser Zeit nicht alleine da. „Offene Kanäle“ für Dritte war ein Thema, dass auf vielen gesellschaftlichen Ebenen diskutiert wurde und nicht nur in linken Kreisen auf Zuspruch stieß.

Nordrhein-Westfalen

Am meisten Zuspruch fand Kluges Konzept in Nordrhein-Westfalen, wo Kluge mit der damaligen sozialdemokratischen Landesregierung unter Ministerpräsident Johannes Rau „einen Partner fand, der bereit war, die notwendigen gesetzlichen Grundlagen zur Verwirklichung seines Vorhabens zu schaffen“²¹⁶. Wie in Punkt 4.2 erwähnt befand sich die SPD in einer prekären Lage, denn auf der eine Seite konnte sie die von der CDU forcierten Entwicklungen auf dem Fernsehmarkt nicht aufhalten und auf der anderen Seite wollte die SPD vom „kommerziellen Medienkuchen“ ein Stück abbekommen.

Inhaltlich gestaltete sich die Situation ein wenig schwieriger. Die CDU wollte einen liberalisierten kommerziellen Fernsehmarkt und argumentierte für diesen, mit einem dadurch entstehenden vielfältigeren Fernsehangebot. Die SPD befürchtete, dass durch eine Fernsehmarktkliberalisierung die Qualität verloren ginge und rein kommerzielle Absichten auf Seiten der privaten Fernsehanbieter im Mittelpunkt stünden.

„Schon 1984 hatte Ministerpräsident Johannes Rau angekündigt, daß [sic!] ein künftiges Landesmediengesetz von den Programmveranstaltern ein ähnliches Maß an Ausgewogenheit und Vielfalt verlangen werde wie von den öffentlich-rechtlichen Sendern.“²¹⁷

Bevor Kluge seinen Text „Die Macht der Bewußtseinsindustrie und das Schicksal unserer Öffentlichkeit“ im Jahre 1985 schrieb, war die Landesregierung in Nordrhein-Westfalen bereits auf der Suche nach einem geeigneten Konzept.

²¹⁵ Schulte, Dialoge zwischen Zuschauern. S. 245.

²¹⁶ Uecker, Alexander Kluge, S. 52.

²¹⁷ Uecker, Alexander Kluge, S. 58.

Die nordrhein-westfälische Landesregierung und Kluge fanden im Gegenüber jeweils das „fehlende Puzzelstück“, denn für die nordrhein-westfälische Landesregierung legte ihnen Kluge ein Konzept vor, das ihnen politisch zusagte und das sie in ein neues Gesetz integrierten und Kluge schaffte sich dadurch einen Zugang ins Fernsehen, der gesetzlich in Nordrhein-Westfalen geregelt wurde.

Die nordrhein-westfälische Landesregierung novellierte 1988 das Landesmediengesetz dahingehend, „dass jedem kommerziellen Vollprogramm zur Auflage machte, Kultur und investigativen Journalismus, produziert von unabhängigen Dritten, in sein Programm aufzunehmen“²¹⁸. Diese Novellierung fand ausschließlich in Nordrhein-Westfalen statt, sodass es ausschließlich in diesem Bundesland diese Hürde für private Fernsehanbieter gab.

Warum waren den privaten Fernsehanstalten die Sendelizenzen in Nordrhein-Westfalen so wichtig?

„Im Wettbewerb der Sender um Reichweiten und Zuschauer mußte [sic!] das bevölkerungsreichste Bundesland, Nordrhein-Westfalen, zum bevorzugten Objekt der Begierde werden.“²¹⁹

Die privaten Fernsehanbieter wollten auf den attraktiven Werbemarkt nicht verzichten und nahmen aus diesem Grund, die strengen und für sie unliebsamen Auflagen in Kauf.

Als sich die privaten Fernsehanbieter auf die Suche nach geeigneten Partnern machten, die in der Lage waren ihnen das geforderte kulturelle Programm zu liefern, betrat die dctp – development company for television programs erstmals die Fernseh Bühne.

218 Schulte, Dialoge mit Zuschauern, S. 246.

219 Uecker, Alexander Kluge, S. 57.

5. dctp – development company for television programs

„Fernsehen der Autoren“

5.1 Beteiligungsstruktur

Alexander Kluge gründete zusammen mit dem japanischen Werbekonzern Dentsu Inc. am 12. Februar 1987 die dctp, eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung, die heute (Anteilseigner und prozentuelle Anteile veränderten sich im Laufe der Jahre) auf vier Anteilseigner aufgeteilt ist. Alexander Kluge 37,5%, Dentsu Inc. 37,5%, Spiegel Verlag 12,5% und die Neue Zürcher Zeitung auch 12,5%²²⁰. Kluge selbst versteht sich mit seinen 37,5% an Anteilen als „Treuhand der AKS.“²²¹

5.2 Wie kam es zur Zusammenarbeit mit den privaten Sendern?

Auf den ersten Blick scheint eine derartige Zusammenarbeit ziemlich paradox, doch nach dem gescheiterten Versuch im öffentlich-rechtlichen Fernsehen „Programmfenster“ zu integrieren, wollte er sich die zu einem großen Anteil selbst geschaffene Chance, das „Fremdanbieterprogramm“²²² zu gestalten, nicht entgehen lassen. Die spannende Frage ist aber, warum sich die private Fernsehanbieter dazu entschieden, dem politisch und juristisch mit allen Wassern gewaschenen Alexander Kluge respektive der dctp Drittlizenzen zu geben?

Kluge hatte etwas zu bieten und er erleichterte den privaten Fernsehanbietern, „nicht nur die Lizenzverhandlungen mit der Landesregierung von Nordrhein-Westfalen, er brachte vor allem attraktive Partner mit ein“²²³. Über solche Partner wie z.B. Stern TV gab es von RTL oder SAT 1 bis heute noch keine Beschwerden.

220 Wigger, „Company“.

221 Hickethier, Von anderen Erfahrungen in der Fernsehöffentlichkeit, S. 205.

222 Hickethier, Von anderen Erfahrungen in der Fernsehöffentlichkeit, S. 204

223 Uecker, Alexander Kluge, S. 55.

Mark Siemons interpretiert die Entscheidung von RTL und SAT 1 die Drittlizenzen der dctp zu geben folgendermaßen:

„RTL und SAT 1 glaubten, in Kluge einen nützlichen Idioten gefunden zu haben, der ihnen das gesetzlich vorgeschriebene Segment <Kultur> besorgen würde, ohne ihre Kreise sonst weiter zu stören. Bei Gelegenheit würde man sich seiner auch leicht wieder entledigen können.“²²⁴

„Kluges juristisches Geschick und der elementare Überlebenswille dahinter verschafften ihm eine rechtliche und politische Absicherung seiner Produkte, die RTL bei einem Mann der Kultur nicht erwartet hätte und wohl auch nicht schätzt.“²²⁵

Matthias Uecker schreibt zur Entscheidung der privaten Fernsehanstalten:

„Auch die kommerziellen Anbieter ihrerseits können anfangs die Perspektive kaum ernsthaft in Betracht gezogen haben, daß [sic!] eine Art Ein-Mann Unternehmen wichtige Sendeplätze in ihrem Programmen auf Dauer mit Beschlag belegen und mit einem offenbar unermüdlichen Ausstoß an Produktionen auch tatsächlich ausfüllen würde.“²²⁶

Es ist aber nicht nur auf Kluges Verhandlungsgeschick zurückzuführen, dass sich die Privaten für die ihn respektive die dctp entschieden haben, denn

„[z]ugleich verlieh die Beteiligung des *Spiegel* und der Werbeagentur *Dentsu* Kluges DCTP eine Aura von Professionalität und kommerzieller Glaubwürdigkeit, die das Programmangebot des Unternehmens wohl erst akzeptabel machte für die vor allem an hohen Einschaltquoten interessierten Privatsender.“²²⁷

Exkurs:

Ebenfalls interessant in diesem Zusammenhang ist, dass der erste wichtige Partner von Kluge, Dentsu, bis heute keine inhaltliche Mitsprache will.²²⁸

„Dentsu wußte [sic!], daß [sic!] sie einen Einfluß [sic!] auf den europäischen Markt nicht unmittelbar und über die Quantität, sondern nur über ein qualitatives Engagement erreichen kann.“²²⁹

224 Siemons, Zwölftonmusik im Zirkus, S. 108.

225 Siemons, Zwölftonmusik im Zirkus, S. 109.

226 Uecker, Alexander Kluge, S. 53.

227 Uecker, Alexander Kluge, S. 59.

228 Vgl. Siemons, Zwölftonmusik im Zirkus, S. 106.

229 Siemons, Zwölftonmusik im Zirkus, S. 106.

5.3 Sendelizenzen

Die dctp besitzt heute Sendelizenzen bei den Fernsehstationen RTL (früher RTL plus), SAT.1 und VOX.

RTL und SAT 1 bewarben sich nach der Einführung des >dualen Systems< 1987 in den neuen Landesmedienanstalten um die begehrten Sendelizenzen. In der Regel liefen die Lizenzierungsverfahren so ab: „[w]enn also eine Landesmedienanstalt über freie Übertragungskapazitäten verfügt, wird sie das Zulassungsverfahren mit einer Ausschreibung einleiten“²³⁰, auf das sich Interessenten unter der Einhaltung der gesetzlichen Rahmenbedingungen bewerben können.

Hat eine Landesmedienanstalt einem Interessenten eine Sendelizenz in einem Bundesland erteilt, war es Usus im Rahmen von Kooperationen der Landesmedienanstalten, dass bereits erteilte Sendelizenzen von den übrigen Landesmedienanstalten „anerkannt“ wurden, um für eine „einheitliche Einspeisung der entsprechenden Programme in die Kabelnetze“²³¹ zu sorgen.

5.3.1 RTL und SAT 1

Wie in Punkt 4.3 erwähnt mussten in Nordrhein-Westfalen private Fernsehanbieter für den Erhalt einer Vollprogrammlizenz respektive terrestrischer Frequenzen auch kulturelle Angebote bereitstellen, die von anderen Medienunternehmen durch „Fremdanbieterprogramme“, in Form von „Kulturfenster“ geliefert werden soll.²³²

Die privaten Sender RTL und SAT 1 und die dctp wurden sich in Nordrhein-Westfalen „handelseinig und erwarben je gemeinsame Lizenzen“²³³, d.h., die

230 Stuißer, Medien in Deutschland. S. 756.

231 Stuißer, Medien in Deutschland. S. 556.

232 Vgl. Hickethier, Von anderen Erfahrungen in der Fernsehöffentlichkeit. S. 204.

233 Siemons, Zwölftonmusik im Zirkus, S. 106.

beiden Privaten Fernsehanstalten erhielten Vollprogrammlizenzen und die dctp Drittlizenzen.

Diese Drittlizenzen waren ein gutes Fundament für die dctp, sicherten ihr aber noch keine dauerhaften respektive langfristigen Verhältnisse. Die Drittlizenzen waren im Vergleich zu den Vollprogrammlizenzen eine David-gegen-Goliath Situation. Die privaten Fernsehanbieter sahen die Kanäle auf denen sie sendeten als ihr Eigentum an und die Drittlizenz der dctp als lästiges fünftes Rad am Wagen. Diese Situation konnte für den Strategen und Juristen Alexander Kluge nicht befriedigend sein, denn wenn er bei den privaten Fernsehanstalten in Missgunst geraten sollte – das später auch passierte – könnten sie die Drittlizenzen einfach an andere Bewerber vergeben, die dctp war schließlich nicht der einzige Interessent.

„Er vernachlässigte seine Kontakte mit der Düsseldorfer Landesregierung auch nach dem Lizenzerwerb nicht, und schließlich bekam die dctp eigene, von RTL und SAT 1 unabhängige Lizenzen für bestimmte Sendezeiten.“²³⁴

Mit diesem Schachzug wuchs der David zu einem Goliath und machte die Position der dctp bis 1997, einer einschneidenden Novellierung des Rundfunkstaatsvertrages, unantastbar. Der eine Goliath – RTL – konnte den anderen Goliath – dctp – nicht loswerden, „ohne seine eigene Lizenz in Nordrhein-Westfalen zu verlieren“²³⁵. Die Landesregierung in Nordrhein-Westfalen unter Ministerpräsident Johannes Rau verschaffte durch die „Bestandsgarantie für Kultur und kritischen Journalismus im kommerziellen Medienschungel“ de facto der dctp eine „Bestandsgarantie“²³⁶. In diesem Kontext muss erwähnt werden, dass neben der dctp auch *Kanal 4* – ein Bündnis von mittelständischen Video- und Filmproduzenten – eine eigenständige Lizenz erhalten hat, die aber im Gegensatz zur dctp „deutlich bescheidenere Zulieferverträge mit RTL plus und SAT 1 abschloß [sic!]“²³⁷.

234 Siemons, Zwölftonmusik im Zirkus, S. 107.

235 Siemons, Zwölftonmusik im Zirkus, S. 107.

236 Siemons, Zwölftonmusik im Zirkus, S. 107.

237 Uecker, Alexander Kluge, S. 59.

Der Witz an der ganzen Sache ist,

„[o]bwohl die Lizenzen für *Kanal 4* wie für Kluges DCTP eigentlich nur für die terrestrische Verbreitung in Nordrhein-Westfalen galten, wurden beide Programme im gesamten Bundesgebiet (und per Satellit auch darüber hinaus) ausgestrahlt“²³⁸.

Im Jahre 1997 wurde der Rundfunkstaatsvertrag novelliert und die spezielle nordrhein-westfälische Regelung der Vollprogrammlizenzierung bekam bundesweite Gültigkeit. Dieser Umstand ist schon sehr interessant, denn aufgrund des politischen Willens der SPD in Nordrhein-Westfalen und der Hartnäckigkeit Alexander Kluges wurde sozusagen das „Pilotprojekt“ in Nordrhein-Westfalen „Kulturfenster im kommerziellen Fernsehen“ auf ganz Deutschland ausgeweitet.

Mit dieser Novellierung des Rundfunkwesens änderte sich auch die Situation für die dctp. Ab diesem Zeitpunkt hatten die eigenen Sendelizenzen der dctp in Nordrhein-Westfalen bei RTL und SAT 1 keine Gültigkeit mehr, denn jetzt wurde aus dem Landesgesetz ein Bundesgesetz und das besagt nach § 26 Abs. 5:

„Erreicht ein Veranstalter mit einem Vollprogramm oder einem Spartenprogramm mit Schwerpunkt Information im Durchschnitt eines Jahres einen Zuschaueranteil von 10 vom Hundert, hat er binnen sechs Monaten nach Feststellung und Mitteilung durch die zuständige Landesmedienanstalt Sendezeit für unabhängige Dritte nach Maßgabe von § 31 einzuräumen. Erreicht ein Unternehmen mit ihm zurechenbaren Programmen im Durchschnitt eines Jahres einen Zuschaueranteil von 20 vom Hundert, ohne dass eines der Vollprogramme oder Spartenprogramme mit Schwerpunkt Information einen Zuschaueranteil von 10 vom Hundert erreicht, trifft die Verpflichtung nach Satz 1 den Veranstalter des dem Unternehmen zurechenbaren Programms mit dem höchsten Zuschaueranteil.“²³⁹

Seit dem Jahre 1998 finden alle fünf Jahre Ausschreibungs- und Auswahlverfahren für die Sendezeit für unabhängige Dritte statt, denen sich ab diesem Zeitpunkt auch wieder die dctp stellen musste bzw. muss. Seit 1998 wurden somit dreimal diese Drittlizenzen vergeben und die dctp hat sich jeweils mit verschiedenen Formaten beworben. Die dctp hat sich bei RTL und SAT 1 bis dato jedes Mal gegen Mitbewerber durchgesetzt.

238 Uecker, Alexander Kluge, S. 60.

239 Rundfunkstaatsvertrag per 31.08.1991. 12. Fassung. In Kraft getreten am 01.06.2009.

5.3.2 Westschienenkanal – Vox

Satellitenlizenz

„1986 verabschiedeten die Bundesländer Berlin, Niedersachsen, Schleswig-Holstein und später auch Hamburg einerseits (>Nordschiene<) sowie Bayern, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz (>Südschiene<) je einen Staatsvertrag über die Vergabe eines gemeinsamen Satellitenkanals an einen privaten Fernsehanbieter.“²⁴⁰

Geplant war, dass für die restlichen vier Bundesländer eine >Westschiene< eingerichtet werden sollte, d.h., neben RTL (Nordschiene) und SAT 1 (Südschiene) einem dritten privaten Fernsehanbieter eine Satellitenlizenz für ein Vollprogramm erteilt wird. Dieser private Fernsehsender bekam den nahe Namen *Westschienenkanal Film- und Fernseh GmbH und Co. KG* (später WFF).

Am 20.12.1991 erhielt der Westschienenkanal eine Satellitenlizenz für ein Vollprogramm, die die Landesmedienanstalten Nordrhein-Westfalen, Hessen, Saarland und Bremen ausstellten. Die Zweitlizenz bekam die dctp, die das erforderliche kulturelle Programm beisteuern sollte. Neben der WFF bekam die dctp bei diesem Projekt von Anfang an eine eigene Vollprogrammlizenz. Die Sendelizenzen von WFF und dctp bestehen bis heute aus zwei Teillizenzen und das heißt, der WFF (VOX) kann nicht ohne dctp senden und die dctp nicht ohne WFF (VOX).

Anderes als bei RTL und SAT 1 war der WFF froh, dass er mit der dctp einen Partner gefunden hat, der in der Lage ist ein reichhaltiges Programmangebot bereitstellen zu stellen und dadurch dazu beiträgt einen vollen Sendebetrieb gewährleisten zu können. Von dieser Zusammenarbeit waren der WFF, die dctp und die Politik, die die Lizenzen vergab, überzeugt.

240 Stuißer, Medien in Deutschland. Band 2, S. 555.

Die Beteiligungsstruktur der WFF sah zu diesem Zeitpunkt folgendermaßen aus²⁴¹:

24,9%	Universum Film AG (Ufa) – Tochterunternehmen der Bertelsmann AG
25,1%	Westdeutsche Medienbeteiligungsgesellschaft
20%	SV-Teleradio Produktions- und Beteiligungsgesellschaft – Tochterunternehmen des Süddeutschen Verlages
14,5 %	Holzbrinck-Verlag
11 %	Development Company for Television Program – dctp
4,5%	Mittelständische Unternehmungsbeteiligungsgesellschaft

Am 13.5.1992 wurde der Westschienenkanal in VOX Film- und Fernseh GmbH & Co. KG umbenannt.

Terrestrische Lizenz

Ende der 80er Jahren hatten terrestrische Übertragungen eine viel größere Reichweite als Satellitenübertragungen. Aus diesem Grund und aus Gründen der fehlenden Infrastruktur konnte VOX nicht sofort den Sendebetrieb aufnehmen. VOX bemühte sich, in den Bundesländern an die begehrten terrestrischen Frequenzen zu kommen und anders als wie bei der gemeinsam erteilten Satellitenlizenz (Westschiene), war die Vergabe der terrestrischen Frequenzen wieder eine Angelegenheit der einzelnen Bundesländer. Das heißt, bei der Satellitenlizenz und der terrestrischen Frequenz handelt es sich dahingehend um zwei verschiedene Sachverhalte und eine Satellitenlizenz daher nicht automatisch eine terrestrischen Lizenz beinhaltete.

Wie bereits bei RTL und SAT 1 kommt jetzt auch wieder die politische Komponente ins Spiel, denn „der Landtag in Nordrhein-Westfalen [schaffte] eine dritte terrestrische Frequenzkette“²⁴² und vergab diese begehrte terrestrische Vollprogrammlizenz an VOX. Die Frage, ob es ein Zufall war, dass dem WDR Sendeplätze entzogen wurden und diese VOX bereitgestellt wurden, kann hier nicht beantwortet werden. Man darf aber nicht vergessen, dass Kluge mit der dctp bei VOX beteiligt ist und sehr gute Kontakte zur Landesregierung Nordrhein-Westfalen respektive zum Ministerpräsidenten Johannes Rau pflegte. Diese

241 Vgl. VOX, „Chronik“ - http://presse.vox.de/chronik/chronik/chronik_1991.html.

242 VOX, „Chronik“ - http://presse.vox.de/chronik/chronik/chronik_1992.html.

Kontakte haben der dctp bereits bei den Drittlizenzen bei RTL und SAT 1 in Nordrhein-Westfalen geholfen.

Matthias Uecker schreibt dazu:

„In welch hohem Maße seine medienkritischen Aktivitäten, vor allem aber auch eine geschickte Lobby-Arbeit mit der Hilfe einflußreicher [sic!] Sozialdemokraten ihn für die nordrhein-westfälische Landesregierung vertrauenswürdig gemacht hatten, erwies schließlich darin, daß [sic!] Kluge nicht nur 1988 als „unabhängiger Dritter“ in den beiden miteinander konkurrierenden Bewerbungen von RTL plus und SAT 1 auftreten konnte, sondern 1992 bei der Frequenzvergabe an den neuen, wiederum von Bertelsmann unterstützen Sender Vox ein weiteres Mal berücksichtigt wurde und diesmal sogar eine eigenständige, vom Hauptprogramm unabhängige Lizenz erhielt.“²⁴³

Offizieller Start

Am 25.1.1993 ging VOX erstmals auf Sendung, schaffte es aber nicht sich innerhalb eines Jahres zu etablieren und kam auf einen Marktanteil von gerade einmal 1,5 %. Aufgrund dieser erschreckenden Zahl und den damit einhergehenden Millionenverlusten, stiegen am 1.4.1994 bis auf die dctp und die Ufa (Bertelsmann) alle Teilhaber aus.

„Als das Vox-Unternehmen [...] liquidiert werden sollte, protestierte Kluge öffentlich dagegen und sprang ein. Kluge füllte die Löcher im Programm, die aufgrund des Ausstieges einiger Mitgesellschafter entstanden waren, mit Sendungen aus dem Archiv und mit Neuproduktionen. Innerhalb einer Woche stampfte er in Hamburg eine eigene Nachrichtenredaktion aus dem Boden, die ab Mai 1994 eine eigenständige Sendung produzierte. Kluges Aktivität rettete – im Zusammenspiel mit anderen Aktionen – das Unternehmen.“²⁴⁴

Als am 1. November 1994 die News German Television Holding (ein zum Murdoch-Imperium²⁴⁵ gehörendes Unternehmen) mit 49,9% und Canal+ mit 24,9% bei VOX einsteigen, konnte Kluge „sein >Notprogramm< wieder reduzieren“²⁴⁶. Die dctp hielt ab diesem Zeitpunkt nur noch 0,3% an der Vox Television GmbH und das hat sich bis heute nicht verändert.

²⁴³ Uecker, Alexander Kluge, S. 59.

²⁴⁴ Hicketier, Von anderen Erfahrungen in der Fernsehöffentlichkeit, S. 195. zit.n. Dietrich Leder, „Leben nach dem Tod. Der TV-Sender Vox, den es gar nicht mehr geben sollte, hat Erfolg mit billigen Notprogramm“, In: Die Woche, 23. Juni 1994, S. 33.

²⁴⁵ Vgl. Hicketier, Von anderen Erfahrungen in der Fernsehöffentlichkeit, S. 195.

²⁴⁶ Vgl. Hicketier, Von anderen Erfahrungen in der Fernsehöffentlichkeit, S. 195.

Am 23.12.1999 verkaufte die News German Television Holding ihre Anteile an RTL, dass später auch Canal+ machte.

VOX und die dctp entschieden sich am 1. Februar 2007 dazu gemeinsam ihre Arbeit fortzusetzen und ihre Doppellizenz zu behalten.

„Die dctp liefert jetzt pro Woche 19 Stunden Programm zu, darunter Spiegel TV, BBC exklusiv, Süddeutsche Zeitung TV und NZZ Format. Die VOX-Nachrichten, die vorher über die dctp von Spiegel TV kamen, werden jetzt von RTL produziert.“²⁴⁷

5.4 Herausgeberprinzip

„Das Herausgeberprinzip sieht Fernsehsendungen analog zur Unabhängigkeit angesehener publizistischer Unternehmen.“²⁴⁸

Kluge hat heute über 20 Stunden Sendezeit zur Verfügung. Es wäre eine Herkulesaufgabe soviel Sendezeit alleine zu gestalten. Aus diesem Grund arbeitet die dctp mit Partner zusammen, „TV-Programme, die von den Fernsehtöchtern namhafter Verlage produziert werden“²⁴⁹ (BBC, Süddeutsche Zeitung, Neue Zürcher Zeitung, usw.).

Auch die Mitglieder der AKS haben mehrere Möglichkeiten Sendungen zu gestalten. „[...] Kluge bot den Mitgliedern der Arbeitsgemeinschaft [AKS, Anm.] zwei verschiedene Leistungen: Ihre Produktionen wurden zum Gegenstand von Kluges eigenen Sendungen, oder sie konnten dctp nutzen, um selbstproduzierte Sendungen ins Fernsehen zu bringen.“²⁵⁰

Das Entscheidende beim Herausgeberprinzip ist, dass die Partner der dctp völlig unabhängig und ohne Quotendruck Sendungen machen können und so ihrem gewohnten Qualitätsanspruch nachkommen.

247 VOX, „Chronik“ - http://presse.vox.de/chronik/chronik/chronik_2007.html.

248 dctp - „Herausgeberprinzip“ - http://www.dctp.de/firma_herausg.shtml.

249 dctp - „Herausgeberprinzip“ - http://www.dctp.de/firma_herausg.shtml.

250 Uecker, Alexander Kluge, S. 56.

5.4.1 Lizenznehmer

Spiegel TV

Spiegel TV produziert seit 1988 das Spiegel TV Magazin. Der Spiegel Verlag gründete nach erfolgreicher zweijähriger Arbeit die Spiegel TV GmbH, eine 100%ige Tochter des Spiegel Verlages und beteiligte sich 1991 mit 12,5% an der dctp.²⁵¹

Das Ziel der ca. 240 Beschäftigten in der Spiegel TV – Redaktion²⁵² ist es an die journalistische Qualität des gedruckten Magazins anzuschließen. Zu sehen sind die Sendungen von Spiegel TV mit Lizenzen der dctp auf RTL, SAT 1 und VOX.

Spiegel TV produziert für die dctp vier Magazine²⁵³:

- Spiegel TV Magazin
- Spiegel TV Reportage
- Spiegel TV Special
- Spiegel TV Extra

Neue Zürcher Zeitung (NZZ)

Die Schweizer Qualitätszeitung ist seit Februar 1993 Programmpartner der dctp und beteiligte sich 2006 mit 12,5% an der dctp. Die ausschließlich in Eigenregie produzierten Sendungen sind vom Themenspektrum sehr breit aufgestellt. Die zu Spiegel TV vergleichbar kleine Redaktion arbeitet eng mit Zeitungsredaktionen der NZZ zusammen.

Die Neue Zürcher Zeitung produziert für VOX „NZZ Format“, ein 30 min. Magazin und dazugehörend „NZZ Swiss made“. NZZ Format wird alle vierzehn Tage ausgestrahlt und teilt sich derzeit einen Sendeplatz mit Süddeutsche TV.²⁵⁴

251 Vgl. dctp, „Partner – Spiegel TV“, <http://www.dctp.de/partner-spiegel.shtml>.

252 Vgl. Spiegel TV, „About us“,

<http://www.spiegeltvdistribution.com/SPTVDistribution/home.nsf/Navigation/34038EEF26909AD9C1257106004B7C0F?OpenDocument>.

253 Vgl. dctp, „Formate – Spiegel TV“, <http://www.dctp.de/formate-sp-magazin.shtml>.

254 Vgl. NZZ Format, „VOX“, http://nzzformat.ch/76.html?&no_cache=1&station=VOX.

Süddeutsche Zeitung TV

Die Süddeutsche Zeitung produziert über ihr Tochterunternehmen Süddeutscher Verlag (SV) Teleradio Produktions- und Beteiligungsgesellschaft für elektronische Medien mbH das Süddeutsche Zeitung TV. Süddeutsche Zeitung TV wurde im April 1992 Programmpartner der dctp und produziert seit Beginn für VOX das Süddeutsche TV Magazin, ein qualitatives Reportagemagazin.

BBC Worldwide

„BBC Worldwide ist seit März 1998 Programmpartner der dctp und strahlt auf VOX seine Marke BBC Exklusiv aus.“²⁵⁵ Unter dem Logo BBC Exklusiv produziert BBC Worldwide für die dctp neben Reportagen auch umfassende Dokumentationen, die auf VOX ausgestrahlt werden.

Stern TV

Stern TV ist was die Quote betrifft (ca. 20%²⁵⁶) die erfolgreichste Sendung, die mit einer dctp-Lizenz auf Sendung ist. Seit April 1990 ist das Magazin Stern TV einmal wöchentlich auf RTL zu sehen und beschäftigt sich dabei kritisch mit aktuellen Ereignissen und Entwicklungen. Stern TV ist eine Livesendung, die nicht nur journalistisch aufgearbeitete Themen präsentiert, wie in allen anderen Magazinen der dctp-Partner, sondern sich einen Namen als lebhaft Informationssendung gemacht hat, in die zahlreiche Gäste eingeladen und interviewt werden, Studiopublikum anwesend ist und Live übertragen wird.

Neben Stern TV auf RTL ging auf VOX im Oktober 2001 erstmals auch Stern TV Reportage auf Sendung. Nach eigenen Angaben werden in diesem Magazin „aktuelle und lebensnahe“²⁵⁷ Themen behandelt.

Focus TV

Focus TV ist ein „spezieller“ Partner der dctp, da die Zusammenarbeit nur über Umwege zustande kam. Focus TV wurde 1995 gegründet und ist ein hundertprozentige Tochter des Focus Verlages, der mehrheitlich zum Hubert

255 dctp, „Partner – BBC Worldwide“, <http://www.dctp.de/partner-bbc.shtml>.

256 „Quote Stern TV“, <http://www.i-und-u.tv/quoten.php#region1>

257 Vgl. „Stern TV Reportage“, <http://www.i-und-u.tv/sterntvreportage.php>.

Burda Verlag gehört. Als unabhängiger Drittanbieter hat sich Focus TV bei allen Lizenzierungsverfahren vergeblich bemüht an die begehrten Drittlizenzen zu kommen, die dctp kam wie erwähnt immer zum Zug. Nach dem erneuten Scheitern von Focus TV bei der zweiten Runde der Drittlizenzvergabe, nach der Novellierung des Rundfunkstaatsvertrages 1996/97, 2003 wollte Focus TV diese Entscheidung nicht mehr widerstandslos hinnehmen und hat eine „Beschwerde bei den zuständigen Verwaltungsgerichten eingelegt“²⁵⁸. Focus TV warf der dctp vor, dass diese mit der Drittlizenz bei RTL kein unabhängiger Programmanbieter sei, da die dctp über Beteiligungen mit RTL verbunden sei.

Exkurs: Beteiligungsverhältnisse

Der Spiegel Verlag ist mit 12,5% bei der dctp beteiligt; beim Spiegel Verlag ist das Verlagshaus Gruner + Jahr mit 23,25% beteiligt; Gruner + Jahr gehört zu 74,9% der Bertelsmann AG, der RTL zu 100% und VOX zu 99,7% gehört – die restlichen 0,3% hält die dctp.²⁵⁹ Nach der Argumentation von Focus TV sind die dctp und vor allem Spiegel TV bei RTL keine unabhängigen Drittanbieter, sondern gehören indirekt zur RTL-Unternehmensfamilie.

Das Verwaltungsgericht entschied, dass die Bertelsmann AG und Gruner + Jahr keinen beherrschenden Einfluss auf den Spiegel Verlag respektive Spiegel TV und die dctp ausüben könne. In zweiter Instanz entschied das Obergerverwaltungsgericht Koblenz, dass es „Zweifel an der rundfunkpolitischen Unabhängigkeit von Kluges Firma gebe“²⁶⁰. Als bei der dritten Drittlizenzvergabe die rheinland-pfälzische Landesmedienanstalt erneut der dctp die Drittsendelizenzen bei RTL erteilte, ging die dctp einer erneuten Klagewelle von Focus TV prophylaktisch aus dem Weg, indem sie ihr Sendezeit bei RTL zur Verfügung stellte. Um auch Streitigkeiten bei der erneuten Drittlizenzvergabe bei SAT 1 an die dctp aus dem Weg zu gehen, „nahm die DCTP „Focus TV“ vorsichtshalber gleich ins Programmbouquet auf“²⁶¹.

258 Renner, „Die Beziehungen des Alexander Kluge“.

259 Vgl. Beschluss der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), zur Auswahl der Fensterprogrammveranstalter bei RTL. Aktenzeichen: KEK 461-2, S. 9.

260 Simon/ Renner, „Wie Alexander Kluge Focus TV befriedigt“.

261 Simon/ Renner, „Wie Alexander Kluge Focus TV befriedigt“.

Focus TV hat sich durch die eigene Hartnäckigkeit und die für die dctp unangenehmen respektive langwierigen Klagen in eine gute Position manövriert. Focus TV ist bei RTL sogar Programmpartner beider Drittlizenznehmer. Focus TV produziert unter der Lizenz der dctp und der AZ-Media Sendungen und hat vertraglich abgesicherte Sendeplätze bis Ende Juni 2013. Daneben produziert Focus TV für VOX das Magazin Focus TV-Reportage.²⁶²

5.4.2 Sendeplätze

VOX

Die Partner der dctp haben für ihre Magazine festgelegte Sendeplätze, die bei VOX jährlich neu verhandelt werden. Die Quote von VOX stieg bei der werberelevanten Zielgruppe der 14-49 Jährigen von 1,5% (1993) auf einen Höchststand von 7,8% (2007)²⁶³. Aufgrund dieser Quotenentwicklung erhöhte VOX auch den Druck auf den Partner dctp, der bereits Sendeplätze zurückziehen musste, um andere behalten zu können.

Neben den Sendeplätzen der einzelnen Partner, gibt es noch weitere Sendeplätze der dctp, wie z.B.:

- dctp Nacht Club
- dctp Premium Club
- dctp Reportage
- dctp Weekend
- dctp Kiosk Spezial
- dctp Spezial

Auch diese Sendeplätze werden von den Partnern der dctp und nicht von der dctp selbst gefüllt. Die Namen dieser Sendeplätze begegnen dem Fernsehzuschauer nur bei Sendungsankündigungen der dctp, z.B. auf der ihrer Webseite, in Fernsehzeitschriften, sowie im Fernsehprogramm von VOX sind nur die Namen der dctp-Partner und die dazugehörenden Sendungsthemen angeführt.

²⁶² Focus TV – Pressemitteilung vom 14. Juli 2008.

²⁶³ VOX, „Marktanteile“, <http://presse.vox.de/chronik/chronik/marktanteile.html>.

Sendeschiene bei RTL und SAT 1

Drittanbietern werden im Rahmen der Drittlizenzvereinbarungen fixe Sendezeiten in Form von so genannten >Sendeschiene< zugeteilt.

RTL²⁶⁴

Aktuell hält die dctp bei RTL die 1. Sendeschiene inne, die von 21.07.2008 bis zum 30.06.2013 ihre Gültigkeit besitzt und von der Landesmedienanstalt Niedersachsen ausgestellt wurde.

1. Sendeschiene²⁶⁵

Sonntag	22:15 - 23.30 Uhr	45 min.	„Spiegel TV“
Montag	00:00 – 01:00 Uhr	15 min.	„10 vor 11“
Dienstag	00:30 – 1:30 Uhr	30 min.	-
Mittwoch	22:15 – 23:30 Uhr	30 min.	„Stern TV“

120 min.

Derzeit werden die Sendeplätze mit einem eigenen Magazin der dctp – „10 vor 11“ und zwei Magazinen von dctp-Partnern – „Spiegel TV“ und „Stern TV“ gefüllt.

Die *AZ Media* ist neben der dctp der zweite Drittanbieter, der die 2. Sendeschiene in einem Umfang von 60 Minuten wöchentlich füllt. RTL kann sich weitere 80 Minuten der Regionalfenster anrechnen lassen, um auf die gesetzlich festgelegten 260 Minuten Sendezeit zu kommen, die sie Drittanbietern zur Verfügung stellen muss.²⁶⁶

SAT 1

Bei SAT 1 bekam die dctp von der Landesmedienanstalt Rheinland-Pfalz die 3. und 4. Sendeschiene zugewiesen, die vom 01.06.2008 bis zum 31.5.2013 im Drittlizenzvertrag festgeschrieben sind.

²⁶⁴ Beschluss der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), dass bei der Auswahl der Fensterprogrammveranstalter dctp und AZ-Media bei RTL durch die Landesmedienanstalt Niedersachsen keine Bedenken bei der Sicherung der Meinungsvielfalt bestehen. Aktenzeichen: KEK 461-2

²⁶⁵ *Ebenda*, S. 3.

²⁶⁶ Vgl. *Ebenda*, S. 2f.

3. Sendeschiene²⁶⁷

- Sonntag, zwischen 23.00 und 01:15 Uhr – 45 Minuten

In dieser Zeit wird das zweite eigene Magazin der dctp „News & Stories“ gesendet.

4. Sendeschiene

- Montag, zwischen 22.45 und 23.30 Uhr – 30 Minuten

Diese Sendezeit wird von „Spiegel TV“ und „Focus TV“ mit 30 Minuten Magazinen gefüllt.

Aufgrund der Zuschaueranteile muss SAT 1 nur 180 Minuten Sendezeit²⁶⁸ an unabhängige Dritte abgeben. Der zweite Drittlizenznehmer *News & Pictures* erhielt mit der 1. und 2. Sendeschiene 105 Minuten Sendezeit zur Verfügung.

5.5 Kluges Programm

Seit Anfang 2009 gestaltet Kluge nur mehr zwei Kulturmagazine „10 vor 11“ und „News & Stories“, die beide von Kluges Unternehmen Kairos-Film produziert werden und für die sich Kluge in der Regel, außer er lässt Andere diese Magazine gestalten, auch verantwortlich zeigt.

Nach Knut Hickethier unterscheiden sich Kluges Kulturmagazine nur „durch unterschiedliche Längen“²⁶⁹. Er schreibt dazu:

„10 vor 11 will Kultur „authentisch und kompromisslos“ bringen, dabei seine Themen „live und ohne Eile“ vermitteln, und dauert 25 bis 30 Minuten. [...] News & Stories versteht sich als ein „längeres Format“, gibt die Formel „Zeit nehmen für Kultur“ aus und dauert 45 Minuten.“²⁷⁰

267 Beschluss der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), dass bei der Auswahl der Fensterprogrammveranstalter News & Pictures und dctp bei SAT 1 durch die Landesmedienanstalt Rheinland-Pfalz keine Bedenken bei der Sicherung der Meinungsvielfalt bestehen. Aktenzeichen: KEK 383-4

268 *Ebenda*. S. 9.

269 Hickethier, „Von anderen Erfahrungen in der Fernsehöffentlichkeit“, S. 208.

270 Hickethier, „Von anderen Erfahrungen in der Fernsehöffentlichkeit“, S. 208.

Matthias Uecker schreibt über den Unterschied der einzelnen Kulturmagazine ähnlich wie Knut Hickethier: „Der Hauptunterschied zwischen den vier [sic!] Magazinen besteht denn auch allein in der Sendezeit und –dauer [...]“²⁷¹

Quote

Der einzige Parameter, der die kommerzielle Fernsehwirklichkeit bestimmt, d.h., der für bestimmte Interessensseiten als Legitimation herangezogen wird, um über die Einführung, Beibehaltung oder Absetzung einer Sendung zu urteilen, ist die Quote.

Der langjährige RTL-Chef Helmut Thoma hat Kluges Magazine einst als „Quotenkiller“ und „Steinzeitfernsehen“²⁷² bezeichnet. Das ist aber eben Kluges großer Verdienst, dass er es ermöglicht hat, dass im kommerziellen Fernsehen, quotenunabhängiges Fernsehen durch Fremdanbieterprogramme möglich ist.

Die Quote der beiden Kulturmagazine aus dem Jahre 2010 und der Marktanteil für die Zielgruppe der 14-49 jährigen Zuschauer²⁷³ zeigt, dass Kluges Kulturmagazine alles andere als schlecht sind:

<i>10 vor 11:</i>	9,8%
<i>News & Stories:</i>	4,6%

„Teilt man die pro Jahr rund 120 bis 130 ausgestrahlten Kulturmagazine in größere Themenkomplexe auf, so sind etwa 60% dieser Sendungen dem klassischen Kulturbereich (Oper, Film, Literatur, Musik, Theater, Kunst) zuzuordnen, etwa ein Viertel widmet sich politischen, gesellschaftlichen und historischen Themen, rund 15% der Beiträge greifen andere Fragen auf [...]“²⁷⁴

Was nun diese Kulturmagazine so einzigartig in Form und Inhalt macht, wird in Punkt 6 näher untersucht.

271 Uecker, Alexander Kluge, S. 88.

272 Schulte/ Siebers, Kluges Fernsehen, S. 8.

273 Auskunft der DCTP – Frau Beate Wigger

274 Siebers, „Mit Historie will man was“, S. 167-168.

5.6 Finanzierung

Die dctp finanziert sich „aus den [in die Sendezeit] dazugehörenden Werbezeiten“²⁷⁵. Die Einnahmen der Werbung werden von den Privatanstalten direkt an die dctp überwiesen, die das Geld zu 95% anteilmäßig an die einzelnen Produzenten (dctp-Partner und dctp) verteilt. Dabei macht es keinen Unterschied, ob in den Übertragungszeiten der dctp Werbung geschaltet wird (wie bei den dctp-Partnern) oder nicht (wie bei Kluges Kulturmagazinen). Die dctp behält lediglich eine Managementgebühr von 5%, die den administrativen Aufwand entschädigt.

„Branchenkenner schätzen die Erlöse, die etwa Spiegel TV Magazin bei RTL am Sonntagabend erzielt, nach Abzug der Kosten für Sender und Werbevermarkter auf 110000 bis 150000 Euro pro Sendung. Bei Kluges Kulturmagazinen, die bei RTL gegen Mitternacht laufen, blieben immer noch 10000 bis 20000 Euro hängen.“²⁷⁶

275 Hickethier, „Von anderen Erfahrungen in der Fernsehöffentlichkeit“, S 205.

276 Renner, Die Beziehungen des Alexander Kluge.

5. Alexander Kluges Kulturmagazine

„Wir leben nicht mehr in der Kultur des Wortes, sondern der Bilder.“²⁷⁷

Kluges Sendungen unterscheiden sich in vielerlei Hinsicht von „gewohnten“ Kulturmagazinen in der Fernsehlandschaft. Was ist anders bei Kluge?

- Es gibt keine Vorankündigungen bzw. Querverweise auf Kluges Magazine innerhalb der Privatsender/
- Es gibt kein Anfang und kein Ende/
- Es ist kein Logo am Bildschirmrand zu sehen/
- Es sind keine Moderatoren zu sehen/
- Es sind keine Off-Stimmen zu hören, die das Gesehene kommentieren/
- Bild und Ton stimmen nicht immer überein, d.h., die Bilder passen nicht immer zum Text (vgl. Godard²⁷⁸, „Sendung ohne Namen“²⁷⁹)/
- Die Form der Magazine wirkt fremd/ --

6.1 Charakteristik der Kulturmagazine

„Kluges Design schafft vielmehr eine Trümmerwelt isolierter, aber doch einen Zusammenhang bildender Reize.“²⁸⁰

„Die Formen der Sendungen könnten kaum vielfältiger sein: Neben den Gesprächen stehen Montagen/ Collagen aus Bild-, Ton- und Textfragmenten, die nicht allein die verschiedensten kulturellen Traditionen zitieren, sondern auch Teile des eigenen (filmischen und literarischen) Œuvre in immer wieder anderen Kontexten vergegenwärtigen.“²⁸¹

Die unterschiedlichen Formen in Kluges Kulturmagazinen sind sehr charakteristisch und stilprägend. Sie bilden sich durch einen undefinierbaren Prozess der Materialaufbereitung, bei dem sich ausschließlich die Parameter beschreiben lassen.

²⁷⁷ Lutze, „Alexander Kluge und das Projekt der Moderne“, S. 36.

²⁷⁸ Scherer, „Arbeit an der Filmgeschichte“, S. 192.

²⁷⁹ Oesterreichischer Rundfunk, „Sendung ohne Namen“.

²⁸⁰ Uecker, Alexander Kluge, S. 130.

²⁸¹ Schulte, „Fernsehen und Eigensinn“, S. 67.

Die verschiedenen Formen bilden ein starkes „Fundament,“ d.h., sind charakterbildend und funktionell seit Anbeginn Kluges Fernseharbeit, und sind zugleich so offen und flexibel, dass sie „innerhalb bestimmter thematischer Parameter nahezu jeden beliebigen Inhalt ins Programm zu integrieren“²⁸² im Stande sind.

6.1.1 Heterogenität

Kluge will das *Gegenteil einer runden, abgeschlossenen, strukturierten, lösungsorientierten, übersichtlichen, klar verständlichen* Fernsehsendung gestalten. Ihm sind ein breites Spektrum und eine Formenvielfalt wichtig,

„die der Tatsache geschuldet ist, daß [sic!] die komplexe Wirklichkeit dieses Jahrhunderts sich jedem identifizierenden Zugriff entzieht – sei es durch ordnende Begriffe, eine lineare Erzählweise entlang des roten Fadens, den Pseudo-Abbild Realismus des Dokumentarfilms, die Stressdramaturgien des Suspense-Kinos oder den stereotypen Programmaufbau des Quotenfernsehens.“²⁸³

Es ist so, als würde man einen Spiegel auf den Boden werfen. Die Privatsender würden versuchen, den Spiegel so detailgenau wie möglich wieder zusammen zu kleben. Ihnen ist beim Blick in den Spiegel ein möglichst deckungsgleiches Bild mit dem ihrer Vorstellung wichtig und dafür dürfen keine unebenen Stellen oder Risse im Spiegel sein - sie haben den Wunsch im Spiegel das Bild ihrer Vorstellung zu sehen.

Er selbst hingegen würde die zerbrochenen Einzelstücke spannend finden. Er würde den Spiegel anders zusammenkleben als er vorher war. Dadurch würde naturgemäß das Problem entstehen, das die Einzelstücke nicht zusammenpassen, es würde viele „Leerstellen“²⁸⁴ (siehe 2.2) zwischen den Einzelteilen geben. Genau diese „Lücke“ beabsichtigt Kluge, denn „es lenkt die

282 Uecker, *Anti-Fernsehen*, S. 84.

283 Schulte, „Konstruktionen des Zusammenhangs“, S. 49.

284 Schulte, „Konstruktionen des Zusammenhangs“, S. 71.

Aufmerksamkeit des Zuschauers auf die Vielfalt jenseits des Bildschirms und das eigene Wirklichkeitsverhältnis.“²⁸⁵

„Wir Menschen sind in der Regel Gewohnheitstiere, die versuchen sich in einer komplizierten Welt zurecht zu finden und sie für uns zu verstehen. Wir suchen Halt in klaren Verhältnissen und bevorzugen in der Regel homogene Strukturen. Wir verlieren sukzessive unsere Kritikfähigkeit und wollen uns nicht mit etwas beschäftigen, das wir sowieso nicht verstehen. Wir finden uns selber und unsere persönliche bzw. berufliche Entwicklung wichtiger, als jene der Gesellschaft.“ In solchen und ähnlichen Szenarien sieht Kluge „die Gefahr eines Hineingleitens in einen bloßen, durch kein Interesse an der objektiven Realität der gesellschaftlichen Verhältnisse und der Geschichte ausgeglichenen Subjektivismus.“²⁸⁶ Kluge will den Zusehern die Chance geben, sich kurze Zeit von diesem Subjektivismus abzuwenden und in unklaren, neuen, ungewohnten Perspektiven die Verhältnisse in der „Leerstelle“ betrachten.

6.1.2 Rohstoffe

„Die ganze Welt ist Rohstoff.“²⁸⁷

Ein weiterer entscheidender Parameter in der Materialaufbereitung sind Rohstoffe.

„Kluges Magazin breitet seine Waren aus der Geschichts- und Alltagsfabrik nicht als Fertigprodukte aus, sondern im Rohzustand.“²⁸⁸

In der Sekundärliteratur, die sich mit Kluges Kulturmagazinen beschäftigt, ist im Zusammenhang mit der Themenfindung und -aufbereitung auch von „Müllplätzen oder Trümmerfeldern“ und „Recycling“²⁸⁹ zu lesen.

285 Schulte, „Fernsehen und Eigensinn“, S. 71.

286 Lutz, „Alexander Kluge und das Projekt der Moderne“, S. 36.

287 Uecker, Alexander Kluge, S. 124.

288 Jeuck/ Vogt, „Fernsehen ohne Ermäßigung“, S. 16.

289 Uecker, „Rohstoffe und Intermedialität“, S. 88.

„Dem Fernseh-Autor Kluge dient offensichtlich alles – die eigene Arbeit eingeschlossen – als Materialsammlung, die bedenkenlos in ihre Bestandteile zerlegt und immer neuen Kontexten wieder verwendet wird.“²⁹⁰

Kluge thematisiert in seinen Sendungen Geschichten, theoretische Abhandlungen, Mythen, wissenschaftliche Fragen, Zitate, usw. Er begibt sich wie ein DJ auf Materialsammlung und kann wie er auf viel bestehendes Material zurückgreifen, dass Kluge auch sehr oft verwendet.

In dem nächsten Schritt bricht Kluge mit den gängigen Fernsehkonventionen. Er bearbeitet das Thema nun nicht zu einer fertigen Ware, d.h. massentauglich und allgemein verständlich, sondern beleuchtet es von anderen Blickwinkeln, zerlegt es in Einzelteile und versetzt es in andere Kontexte. Das macht er bsp. dadurch, dass er neue Geschichten mit „recyclten“ Bildern erzählt (vgl. „Sendung ohne Namen“).

„Die von Kluge gesammelten Rohstoffe werden also in diesen Magazinen weder ordentlich sortiert noch in ihrer ganzen Informationsfülle ausgebreitet und auswertbar gemacht, sondern vielmehr fragmentiert, auf kurze isolierte Reize reduziert und dafür aber in großer Zahl aneinandergereiht.“²⁹¹

6.1.3 Überforderung

Jeuck und Vogt schreiben:

„DER ZUSCHAUER wird nämlich total überfordert. Wer kann spät abends um 23 Uhr noch den komplexen Gedankengang des „Zeitforschers“ Bohrer folgen? Genau das aber mutet das Magazin DEM ZUSCHAUER zu. Kein Mittelweg. Fernsehen ohne Ermäßigung.“²⁹²

Eine Überforderung des Zusehers kommt durch das Zusammenspiel der oben beschriebenen Charakteristiken in Kluges Kulturmagazinen zustande.

„Möglicherweise liegt das Hauptproblem, die Schwierigkeiten, die Rezipienten auch und gerade in ihrer Freiheit der Sinnkonstruktionen haben, darin, daß [sic!]

290 Uecker, „Rohstoffe und Intermedialität“.

291 Uecker, Alexander Kluge, S. 123.

292 Jeuck/ Vogt, „Fernsehen ohne Ermäßigung“, S. 15.

sich der Effekt, der sich in Kluges Verfahren einstellt, zumindest teilweise der Versprachlichung entzieht [...].“²⁹³

Hinzukommen Probleme wie Unstrukturiertheit, Themenvielfalt, Offenheit, Montage, usw., alles Dinge die Kluge bewusst anstrebt. Er will „eine systematische Überforderung der Zuschauer [...], die – in Kluges Sicht – erst auf diese Weise zu aktiven Rezipienten, und das heißt: selbst Produzenten werden“²⁹⁴ und somit „die Bedeutungen eines Programms produzieren.“²⁹⁵ (Vgl. 2.6 Eigensinn)

Zappverhalten

Auf der Sinnsuche kann sich der Zuseher auch selbst überfordern und das macht er sehr oft. Als Beispiel sei hier das Zappverhalten vieler Zuseher erwähnt: Der Zuseher schaltet von der Couch aus via Fernbedienung zwischen den Fernsehkanälen um, bis er etwas findet das ihn interessiert, das er kennt, das er lustig findet, etc. Vielleicht findet er auf mehreren Kanälen Interessantes, sodass er öfter umschaltet. Inhaltlich überfordert er sich mit diesem Verhalten selbst, denn er wird in seiner Wahrnehmung alle Sendungen miteinander verbinden und zwangsweise einen Sinnzusammenhang herstellen.

Die durch ein konstantes Zappingverhalten einhergehende inhaltliche und technische Reizüberflutung kommt Gestaltung Kluges Magazinen ziemlich ähnlich.

6.2 Visuelle Darstellung der Kulturmagazine

Alexander Kluge verwendet in seinen Kulturmagazinen fortwährend dieselben Stilmittel, mit denen er die Sendungen visuell aufbereitet. Nachfolgend werden chronologisch nach Ablauf der Sendungen die einzelnen Stilmittel näher beleuchtet.

²⁹³ Scherer, „Arbeit an der Filmgeschichte“, S. 186-187.

²⁹⁴ Uecker, Alexander Kluge, S. 100.

²⁹⁵ Uecker, Alexander Kluge, S. 153.

6.2.1 Logo

Alle Sendungen beginnen mit dem Aufscheinen des dctp-Logos. Die Logos der Fernsehanstalten, auf welchen die Kulturmagazine ausgestrahlt werden, verschwinden dabei und scheinen während Kluges Sendungen nicht auf.



Abb. 1 : dctp-Logo

Als zweites Bild ist eines der beiden Logos der Kulturmagazine zu sehen – 10 vor 11 oder News & Stories.



Abb. 2: 10vor11-Logo



Abb. 3: News & Stories-Logo

6.2.2 Laufschrift

Darauf folgend wird jede Sendung mit einem horizontal aufscheinenden Lauftext eingeleitet, „der am unteren Bildschirmrand, eingefasst zwischen zwei farbigen Streifen, erscheint. Dieser Text mit der Funktion einer Exposition enthält Erläuterungen zum jeweiligen Thema der Sendung und, bei Interviewbeiträgen, kurze Informationen zur Person.“²⁹⁶

²⁹⁶ Scherer, Bild und Schrift, S. 34.

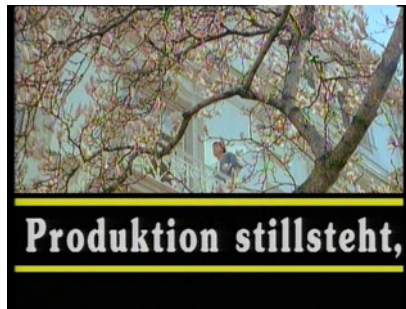


Abb. 4: Laufschrift²⁹⁷

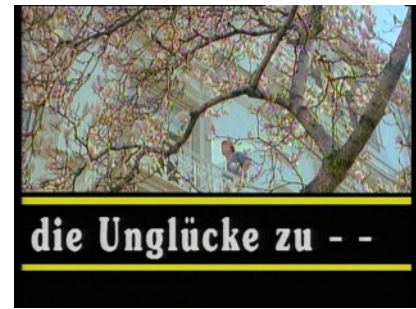


Abb. 5: Laufschrift²⁹⁸

Kluge über die Funktion der Laufschriften:

„Den Textstreifen verwenden wir, damit wir die Sendungen nicht ständig mit einem Off-Ton vollquasseln.“²⁹⁹

Die Sätze werden im Lauftext durch Schrägstriche und Leerstellen von einander getrennt, „wie eine Versfolge.“

„Das Ende des Lauftextes wird markiert durch einen doppelten Gedankenstrich (- -), der die Sätze offen hält, als sei das Geschriebene noch nicht erschöpft und ihm möglicherweise noch etwas hinzufügen.“³⁰⁰

Der doppelte Gedankenstrich symbolisiert, dass Gedanken nicht guillotineartig voneinander getrennt werden können, da gibt es kein ENDE. Dies kommt auch in den Interviewsendungen von Kluge deutlich zu Ausdruck, wenn die Gespräche über den Abspann hinaus weiter zu hören sind.

„Der Lauftext kann am Ende des Magazins wiederholt werden und wird in der Wiederholung zum Rahmen des Sendebeitrags, bekräftigt bzw. erinnert das Gesehene noch einmal schriftlich.“³⁰¹

297 Kluge, Alexander (Regie), „Frohe Ostern >Das Auto fährt ab 5 Uhr früh<“, *Alexander Kluge. Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, 0:39.

298 *Ebenda*, 0:41.

299 Deuber-Mankowsky/ Schiesser, *In der Echtzeit der Gefühle*, S. 365.

300 Scherer, *Bild und Schrift*, S. 35.

301 Scherer, *Bild und Schrift*, S. 34.

Im oberen Bildschirmrand, der zwei-drittel der Fläche einnimmt, werden statische und/oder bewegte Bilder platziert, die jeweils in irgendeiner Form zur aktuellen Sendung Bezug nehmen.

6.2.3 Texttafel

Die Texttafeln sind wohl eine der charakteristischsten Montagetechniken [vgl. 2.4 Montage – Theorie des Zusammenhanges] in der Fernseharbeit von Alexander Kluge.

Nach der Laufschrift [siehe 6.2.2] wird eine Texttafel eingeblendet, die „die Informationen des Lauftextes noch einmal komprimiert auf wenige, schlaglichtartige Informationen.“³⁰²

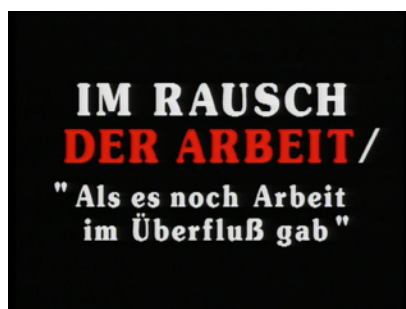


Abb. 6: Texttafel³⁰³



Abb. 7: Texttafel³⁰⁴

Während den Sendebeiträgen sind Texttafeln in Form von Zwischentiteln zu sehen und treten dabei als gezieltes Montageinstrument auf, deren Hauptaufgabe es ist, Bruchstellen zu schaffen und den Zuschauer dadurch zu aktivieren. D.h., die in Punkt 2.1 „Kino im Kopf“ beschriebene Theorie von Prof. Kandel, dass in der Hälfte der Zeit des Kinobesuches ausschließlich Dunkelheit „zu sehen“ ist und somit ein Film fortlaufend Bruchstellen aufweist, die nur unser Hirn im Stande ist wahrzunehmen, schafft Kluge mit seinen Texttafeln gezielt Bruchstellen, die auch für unser Auge wahrnehmbar sind. „Angelpunkte einer konstituierenden Arbeit

³⁰² Scherer, Bild und Schrift, S. 35.

³⁰³ Kluge, Alexander (Regie), „Im Rausch der Arbeit. >Als es noch Arbeit im Überfluß gab< Hardcore-Tekno Magazin“, Alexander Kluge. *Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, 1:00.

³⁰⁴ Kluge, Alexander (Regie), „Frohe Ostern >Das Auto fährt ab 5 Uhr früh<“, Alexander Kluge. *Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, 0:55.

des Zuschauers sind die *Bruchstellen* einer Montage, dort, wo Kontinuität unterbrochen wird.“³⁰⁵

Warum Texttafeln?

Christina Scherer schreibt dazu:

„Die Texttafel hebt einzelne Teile wie Sätze und Fragen hervor, indem sie sie isoliert präsentiert, setzt auf diese Weise Akzente und zieht im gleichen Augenblick Aufmerksamkeit vom während der Einblendung Gesprochenen ab.“³⁰⁶

„Als autonomes Schrift-Bild aber, mit dem eine gegenüber der Filmhandlung differente Darstellungsform eingeführt wird, zerstört die Einblendung der Texttafel gleichzeitig visuelle Kontinuität, bricht den Fluß [sic!] der Filmbilder auf. Der Rezipient muß [sic] sich anstelle der filmbildlichen Anschauung auf einen Lesemodus umstellen.“³⁰⁷

Wie funktionieren die Texttafeln?

Christina Scherer führt weiter aus:

„Das wesentlich Verbindende von Bild und Schrift im 'Struktursehen' ist der Symbolcharakter, Buchstabe und Bild sind Merk-Zeichen. Mit dem Rückgang auf das Struktursehen, [...] wird die Struktur dem Inhalt, der Symbolcharakter dem Abbildlich-Mimetischen, die Abstraktion der Konkretion vorgezogen.“

305 Fischer, Die Wollust des Films ist keine Lust, S. 128.

306 Scherer, Bild und Schrift, S.36.

307 Scherer, Bild und Schrift, S.37.

Beispiel:

Wenn wir bsp. das Wort „Wasserfall“ lesen und dieses Wort vertikal auf einer Texttafel geschrieben steht, nehmen wir zuerst das symbolhafte dieser Darstellung wahr, d.h., wir assoziieren zuerst mit der Farbe, der Schriftart, der Anordnung, usw. etwas, als das wir darüber nachdenken was dieses Wort in dem bestimmten Satz bedeutet. „Wortbedeutung und Typographie treten in ein dialektisches Verhältnis mit offenem Ausgang ein.“³⁰⁸

„[N]icht das Bedeutete, sondern das Bedeutende steht im Zentrum der Aufmerksamkeit.“³⁰⁹ Signifikant vor Signifikat!

Wirkung der Texttafeln

Matthias-Johannes Fischer schreibt über die Wirkung des Wort-Bild Kontrastes:

„Häufig führt ein rezeptiv unüberwindbarer Kontrast beider Ebenen zur Verständnislosigkeit, zur Überforderung der Bereitschaft, subjektiven Sinn zu stiften.“³¹⁰ Diese Gefahr geht Kluge in allen seinen Arbeiten selbstbewusst und kompromisslos ein. Er macht kein Fernsehen um gedanklich abzuschalten oder sich zu erholen, er will aktive Zuschauer vor dem Fernsehgerät haben und das kann nicht immer bequem sein. Wer keine Lust hat, kann immer aus- oder umschalten.

Christina Scherer:

„Durch Formen und Binnenformender Wortbilder, durch wechselnde Abstände, Größenverhältnisse und eine uneinheitliche Flächengestaltung entwickelt der Text einen eigenen, unruhigen Rhythmus. Diese Vorgehensweise ignoriert den dem poetischen Text inhärenten Rhythmus und lenkt die Aufmerksamkeit vom Inhalt des Textes auf die Form, was insofern problematisch ist, da die Wortbedeutung zwar an die sichtbare Oberfläche des Wortes geholt wird, aber nicht in dieser aufgeht.“³¹¹

308 Scherer, Bild und Schrift, S.43.

309 Scherer, Bild und Schrift, S.42.

310 Fischer, Die Wollust des Films ist keine Lust, S. 127.

311 Scherer, Bild und Schrift, S. 43.

Stummfilm

Ein interessanter Nebenaspekt der Texttafeln bzw. Zwischentitel ist ihre Verbindung zu den Stummfilmen, in denen sie vor allem den Nutzen hatten, „um narrative Kontinuität her[zustellen].“ Die Zwischentitel dienten als Bindeglied der „Einzelbilder,“ sie sollten die entstandenen bzw. unklar besetzten „Lücken“ schließen und gezielt Sinn stiften.³¹²

Christina Scherer schreibt, dass dieser „Verweis auf den Stummfilm, einer der wichtigsten ästhetischen Anknüpfungspunkte Kluges“³¹³ ist. In dem Kluge von diesem „Stilmittel“ der Stummfilmära Gebrauch macht, dreht er den ursprünglichen Gebrauchszweck um 180°. Anstatt die Lücken fix zu besetzen und Sinn zu stiften, will er mögliche stringente Handlungen bewusst mit seinen Texttafeln unterbrechen und dem Rezipienten die Möglichkeit geben, sich selber in die Geschichte einzubringen oder ihn auf eine ihm neue unbekannte Fährte zu locken.

6.3 Drei Arten von Kulturmagazinen

Neben der besonderen Bedeutung der Form der Sendungen ist selbstverständlich auch ein Fokus auf die inhaltlichen Aufbereitungen zu richten. Im Mittelpunkt stehen dabei Geschichten und aktuelle Ereignisse, die einerseits einen „subjektiven“ Charakter haben, d.h., den Bezug von Kluge zu den Geschichten zeigen und andererseits eine „objektive“ Komponente, d.h., dass sie Platz schaffen, damit der Rezipienten einen Bezug zur Geschichte herstellen kann. Die Kulturmagazine spannen einen großen „Wirklichkeitsbogen“ zwischen „Realismus“ und „Antirealismus“ [vgl.2.7.3].

Geschichten und aktuelle Ereignisse präsentiert Kluge nie in eindimensionaler und chronologischer Form. Er erzählt duzende Geschichten gleichzeitig, sodass sich der Zuseher oft überfordert fühlt und den Überblick im Koordinatensystem der normativen Sinngebung verliert.

³¹² Scherer, Bild und Schrift, S. 36.

³¹³ Scherer, Bild und Schrift, S. 36.

Wie in Punkt 6.1 von Prof. Schulte zitiert, sind vor allem folgende „Sendungstypen“ immer wieder zu sehen: Das sind auf der einen Seite die Montage- und Collagesendungen und auf der anderen Seite die Interviews, sowie Fake-Interviews.

6.3.1 Montage- und Collagesendungen

Die vielen verschiedenen „Verfremdungstechniken“ sind wohl die bedeutendsten Gestaltungsmittel in Kluges Kulturmagazinen.

Grundsätzlich geht es Kluge darum, auf den standardmäßigen unsichtbaren Schnitt und die damit erzeugten künstlichen Anschlüsse zu verzichten, die „den Charakter des Endprodukts hervorheb[en].“ Kluges Antwort auf diese gängige Form der Montage sind vor allem Verfremdungseffekte, die „durch die schockhafte Konfrontation der Bilder neue Zusammenhänge erkennbar [...] machen, die den isolierten Einzelteilen nicht anzusehen sind.“³¹⁴

Wie sieht nun konkret eine Montage- und Collagesendung von Kluge aus?

Exemplarisch wird die Sendung „Frohe Ostern >Das Auto fährt ab 5 Uhr früh<“ herangezogen, die am 06.04.1998 auf RTL erstausgestrahlt wurde, näher untersucht.

Einleitung

Die Sendung beginnt mit folgender Laufschrift:

„Die Ostertage erwiesen sich als zu kurz, um in diesen Tagen ein NEUES LEBEN anzufangen/ Als Unterbrechung des Produktionsalltags waren sie zu lang/ Wenn die Produktion stillsteht, nehmen die Unglücke zu -“³¹⁵

³¹⁴ Uecker, Alexander Kluge, S. 131.

³¹⁵ Kluge, Alexander (Regie), „Frohe Ostern >Das Auto fährt ab 5 Uhr früh<“, *Alexander Kluge. Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, 0:20f.

Inhalt

Während den 24 min. dieser Magazinsendung werden fünf voneinander unabhängige Geschichten erzählt, d.h., sie sind in Form von Schrifttafeln zu lesen.

(1) Heilmeyer, Buttler, Schmidt und Pförtl

In der ersten Geschichte geht es darum, dass vier Arbeiter vom Karfreitag bis zum Ostermontag, nach „der Hetze der vergangenen Wochen“³¹⁶, das lange Wochenende in Italien verbringen wollen. Sie fahren zuerst nach Viareggio, entlang der Küstenstraße und wollen baden gehen. „Sie werden von Bademeistern angeschrieen, weil man hier nicht baden darf“³¹⁷, sodass sie nach Florenz weiterfahren, „wo man aber Ostersonntag nichts interessantes kaufen kann“³¹⁸. In der Nacht auf den Ostermontag fahren sie über den Brenner zurück nach Hause. „Ab Montag mittag schlafen sie durch – es war alles sehr teuer, obwohl sie nichts einkaufen mußten [sic!], und sie müssen Dienstag früh fit sein“³¹⁹



Abb. 8: Pförtls Reise³²⁰



Abb. 9: Pförtls Reise³²¹

³¹⁶ Kluge, Alexander (Regie), „Frohe Ostern >Das Auto fährt ab 5 Uhr früh<“, Alexander Kluge. *Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, 2:06f.

³¹⁷ Ebenda, 4:10f.

³¹⁸ Ebenda, 4:28.

³¹⁹ Ebenda, 4:57f.

³²⁰ Ebenda, 2:01.

³²¹ Ebenda, 3:22.

(2) Ehepaar Pfeifer

„Das Ehepaar Pfeifer, beide arbeiten in einer Autofabrik in Köln, war seit 6 Uhr früh unterwegs/“³²² Als die Beiden unmittelbar vor ihnen eine Karambolage entdecken, lösen sie mit ihrem neuen Auto eine Vollbremsung aus, die glücklicherweise einen Auffahrunfall auf das vor ihnen stehende Auto vermied. Leider konnte der Lenker in dem Kraftfahrzeug hinter ihnen nicht so schnell reagieren und prallte mit voller Wucht auf die Pfeifers, die dadurch zerdrückt wurden. Die Polizei und die Unfallwagen konnten sich nur langsam zu den Pfeifers vorarbeiten, da über 40 Kraftfahrzeuge in den Unfall verwickelt waren.

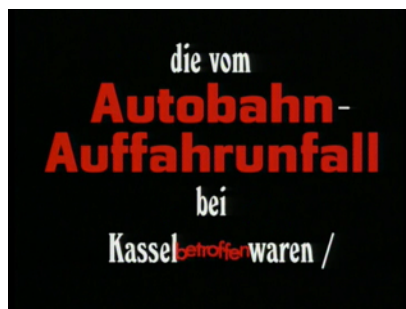


Abb. 10: Ehepaar Pfeifer³²³



Abb. 11: Ehepaar Pfeifer³²⁴

(3) Bretter

In dieser Geschichte geht es darum, dass jemand mit seinem Kombifahrzeug mehrere Bretter transportierte. „Die ungewöhnliche Fracht war auf dem Dach dieses Fahrzeuges locker befestigt.“³²⁵ Als ein nachfolgender Kleinbus das Auto mit den Brettern streifte, geriet er ins Schleudern, kippte um und blieb mitten auf der Autobahn stehen. „Ein in unvermindertem Tempo fahrender Lastzug raste in dieses Hindernis hinein und tötete fünf Insasse des Kleinbusses, in dem sich 14 Gastarbeiter nach Süden bewegte/“³²⁶ Die Insassen des Kombifahrzeuges mit den verlorenen Brettern „erfuhren von dem Unglück erst am nächsten Tage

322 Kluge, Alexander (Regie), „Frohe Ostern >Das Auto fährt ab 5 Uhr früh<“, Alexander Kluge. *Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, 6:20f.

323 *Ebenda*, 7:18.

324 *Ebenda*, 6:10.

325 *Ebenda*, 10:17f.

326 *Ebenda*, 10:49f.

aus der Presse und waren – (in ihrer unaufmerksamen Feststimmung) nicht sicher, ob dieses Unglück durch ihre „Schuld“ entstanden war/³²⁷.

„Mit den Brettern wollten sie einem Cousin, der einen Stallanbau plante, eine Freude machen/³²⁸



Abb. 12: Bretter³²⁹



Abb. 13. Bretter³³⁰

(4) Frau Mückert

Frau Mückert ist in einem Betrieb alleine für die gesamte Buchhaltung verantwortlich und „[n]ach drei Jahren ist dies ihr erster Urlaub [...]“³³¹. Sie fühlte sich in der Nacht „durch die übertriebene Benutzung des Wasserhahns [...] durch den Zimmernachbarn [...] gestört“³³² und teilte dies am darauf folgenden Tag der Rezeptionistin des Hotels mit. Die Dame an der Rezeption antwortete Frau Mückert, dass sie sich nicht über das „laute“ aufdrehen eines Wasserhahns beschweren kann. Frau Mückert wurde zwar zornig, wollte sich aber nicht in das Streitgespräch reinsteigern.

„Ihr wird in ihrem kurzen Leben Leistung um Leistung abverlangt, dagegen übernimmt niemand die Fürsorge, für die ihr nach Abzug der Arbeit verbleibenden Körperteile, Nerven und Wünsche, die sie in diesem Kurzurlaub Zusammensammeln wollte/³³³

327 Kluge, Alexander (Regie), „Frohe Ostern >Das Auto fährt ab 5 Uhr früh<“, Alexander Kluge. *Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, 12:25f.

328 *Ebenda*, 12:53f.

329 *Ebenda*, 12:03.

330 *Ebenda*, 10:46.

331 *Ebenda*, 17:23.

332 *Ebenda*, 16:43f.

333 *Ebenda*, 18:58f.

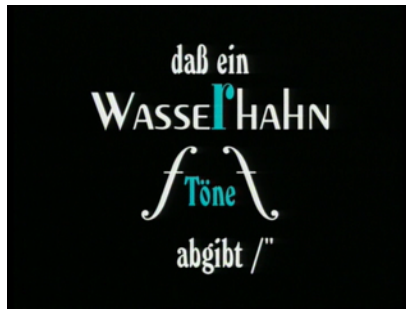


Abb. 14: Frau Mückert³³⁴



Abb. 15: Frau Mückert³³⁵

(5) Der Direktor

Der Lehrstuhlinhaber und Direktor einer Universitätsklinik „[...] litt seit Jahren unter Überarbeitung/³³⁶. „Ihm wird vorgeworfen, er habe einen Knaben, der im Kino neben ihm saß, an die Hoden gefaßt [sic!] und die bloßen Beine gestreichelt/³³⁷ Der Direktor gab beim Verhör zu Protokoll, dass er von alledem nichts wisse und gegebenenfalls unbewusst gehandelt habe. „Es war den Beamten offensichtlich, daß [sic!] sich der sechzigjährige schämte/ Er bestieg sein Kraftfahrzeug und fuhr in ein Wäldchen im Siebengebirge, wo er sich eine tödliche Dosis eines Giftes spritze/³³⁸



Abb. 16: Der Direktor³³⁹

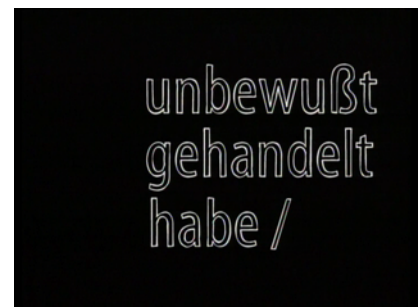


Abb. 17: Der Direktor³⁴⁰

334 Kluge, Alexander (Regie), „Frohe Ostern >Das Auto fährt ab 5 Uhr früh<“, Alexander Kluge. *Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, Kluge, Alexander (Regie), „Frohe Ostern >Das Auto fährt ab 5 Uhr früh<“, Alexander Kluge. *Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, 18:10.

335 *Ebenda*, 19:29.

336 *Ebenda*, 21:11f.

337 *Ebenda*, 21:40f.

338 *Ebenda*, 22:19f.

339 *Ebenda*, 21:37.

340 *Ebenda*, 22:16.

Montage

Vor, zwischen und nach den Zwischentiteln, auf welchen diese fünf Geschichten erzählt werden, werden dreiundzwanzig Montagesequenzen eingeblendet. Diese Montagesequenzen werden hier in drei Bereiche eingeteilt: Verfremdungseffekte, unbearbeitete Fotos bzw. Filmausschnitte und Zwischentitel.

Verfremdungseffekte

Zwölf dieser dreiundzwanzig Montagesequenzen sind mit Verfremdungseffekten gestaltet, die typisch für Alexander Kluge sind und die in seiner Fernseharbeit fortlaufend auftreten.

Matthias Uecker zählt in seinem Buch *Alexander Kluge. Anti-Fernsehen?* einige Verfremdungstechniken in der Montage von Kluge auf:

„Beschleunigungen im Zeitraffer, den wechselnden Einfärbungen von historischem Bildmaterial, der „Historisierung“ von neuem Material durch Projektion auf verkratzte Negativstreifen und den gelegentlichen Verzerrungen oder Einrahmungen durch diverse Schablonen treten nun zahlreiche Vervielfältigungs- und Überlappungseffekte [...]“³⁴¹

³⁴¹ Uecker, Alexander Kluge, S. 125.

In dieser Magazinsendung sind folgende Verfremdungseffekte zu sehen:

- **Historisierung**

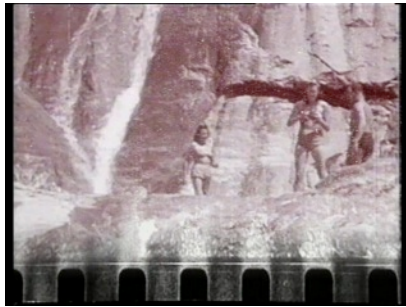


Abb. 18: Historisierung³⁴²



Abb. 19: Historisierung³⁴³

Dabei geht es darum, dass zwei Ebenen aufeinander gelegt werden, die zu einem neuen Bild verschmelzen. Während dieser Montagesequenzen ist am unteren Bildschirmrand ein qualitativ schlechter Negativstreifen, d.h., verkratzt und mit erheblichen Gebrauchsspuren, zu sehen, der statisch bleibt. Über diesem Negativstreifen werden halbtransparente Urlaubsvideos abgestielt, die durch die Halbtransparenz neue Farben und vor allem den Charakter eines viel älteren Videos annehmen.

- **Laterna Magica**

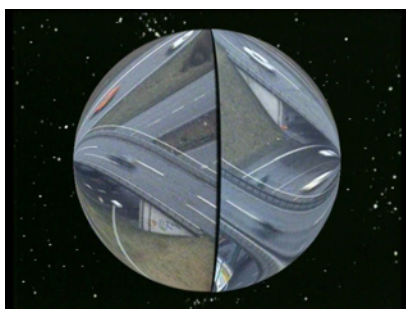


Abb. 20: Laterna Magica³⁴⁴

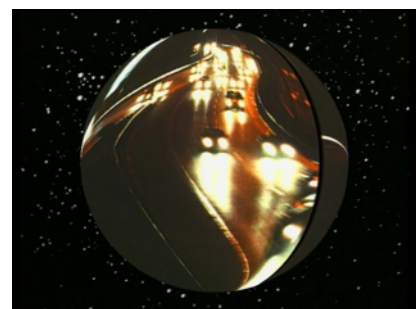


Abb. 21: Laterna Magica³⁴⁵

342 Kluge, Alexander (Regie), „Frohe Ostern >Das Auto fährt ab 5 Uhr früh<“, Alexander Kluge. *Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, 20:27.

343 *Ebenda*, 4:20.

344 *Ebenda*, 1:42.

345 *Ebenda*, 23:24.

Diese Montagesequenzen bestehen ebenfalls aus einem statischen und einem dynamischen Bild. Der Hintergrund zeigt ein statisches Bild vom Kosmos. Im Zentrum ist, wie durch eine Laterna Magica Projektion aus dem Weltall, die Erde zu sehen. Auf der Erde sind viele verschiedene bewegte Bilder zu sehen, die inhaltlich mit „Verkehr“ zu tun haben.

- Wellen

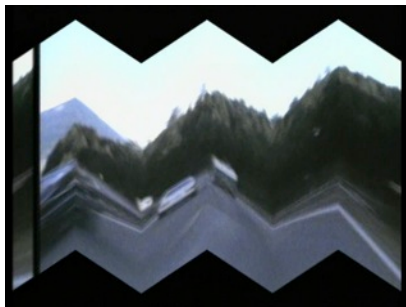


Abb. 22: Wellen³⁴⁶

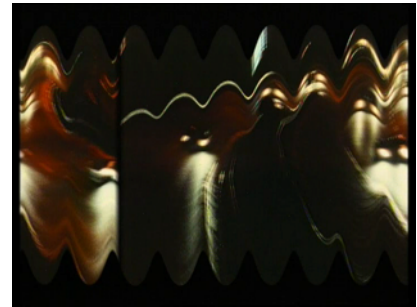


Abb. 23: Wellen³⁴⁷

Während dieser Sequenzen sind größere und kleinere zackige und runde „Verkehrswellen“ zu sehen. Die bewegten Bilder sehen durch die Montage wie mehrere im 45° Winkel betrachtete Wellen aus, auf die bsp. fahrende Autos projiziert werden. Durch die unterschiedlichen Wellenniveaus (Wellentiefe und Wellenspitze) und den Betrachtungswinkel verändert sich auch die Bildoberfläche, die wie eine gefaltete Projektionsfläche aussieht, die das Bild verzerrt. Das Bild nimmt dabei die Wellenstruktur an, d.h., es bewegt sich wie ein Segelboot bei starkem Wellengang.

In diesen Montagesequenzen sind mehrere unterschiedliche Filmaufnahmen zu sehen. Neue Filmsequenzen bewegen sich eingeleitet mit einem schwarzen vertikalen Balken von links nach rechts durchs Bild.

³⁴⁶ Kluge, Alexander (Regie), „Frohe Ostern >Das Auto fährt ab 5 Uhr früh<“, Alexander Kluge. *Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, 5:29.

³⁴⁷ Ebenda, 13:07.

- Unbearbeitete Fotos und Filmausschnitte



Abb. 24: Filmausschnitt³⁴⁸



Abb. 25: Filmausschnitt³⁴⁹

Bei diesem Montagetyp greift Kluge auf bestehendes Film- und Fotomaterial zurück und integriert es in die Sendung. Diese Methode zeigt, wie Kluge eine Montage zum „Quadrat“ anwendet, denn „[w]as Kluge den Bildern (hin)zufügt, [...] sind vor allem andere Bilder.“³⁵⁰ Indem er eine von ihm ausgedachte Geschichte ausschließlich mit Texttafeln erzählt, der Rezipient also seine eigenen Bilder produzieren muss oder kann und Kluge dazwischen bekanntes oder unbekanntes Filmmaterial einblendet, d.h. neue Assoziationsmöglichkeiten bietet, kann nur noch der Rezipient vor dem Fernsehgerät eine für ihn schlüssige oder zumindest befriedigende Geschichte in seinem Kopf entwickeln.

- Zwischentitel

In dieser Sendung sind drei Sequenzen von mehreren aneinander gereihten Zwischentitel zusehen, in welchen Kluge abseits der fünf Geschichten neue Gedanken zu dieser Thematik einbringt. Mit dieser dritten Montageebene bietet Kluge ein noch breiteres Spektrum von Assoziationsmöglichkeiten, das „nach und nach einen kaleidoskopartigen Zusammenhang“³⁵¹ bietet.

³⁴⁸ Kluge, Alexander (Regie), „Frohe Ostern >Das Auto fährt ab 5 Uhr früh<“, *Alexander Kluge. Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, 15:45.

³⁴⁹ *Ebenda*, 15:47.

³⁵⁰ Uecker, *Anti-Fernsehen*, S. 130.

³⁵¹ Schulte, „... ein Gegenbild, das mehr ist als ein Spiegel“, S. 88.

In den drei Sequenzen sind folgende Zwischentitel zu sehen:

„Es kommen zu viele Absichten auf wenige Stunden der Freizeit (vier Tage) zusammen/ und diese Absichten haben nicht die Präzision, die sie im Produktionsprozeß, durch die Kooperation vieler, vermutlich hätte/“³⁵²

„Wen die Produktion stillsteht, nehmen die Unglücke zu/“³⁵³

„Zusammenfügen „wie eine Vase die zerschlagen ist und jetzt mit Uhu gekittet werden soll, damit sie nie neu aussieht mit schwarzen Rillen an den Klebestellen, die vorher nicht da waren/“³⁵⁴

6.3.2 Experteninterviews

„Er neigt dazu, zu stören.“³⁵⁵

Rainer Stollmann schreibt in seinem Buch *Alexander Kluge. Eine Einführung* über Kluges Interviewsendungen: „Er [Kluge, Anm.] reduziert seine Sendungen, auf die lebendigen Beziehungen, deren Abwesenheit sonst all dieser Leere Aufwand ersetzen soll: das Gespräch zweier Menschen, die ein Interesse an einer Sache haben, die Neugier.“³⁵⁶

Peter C Lutze beschreibt Kluges Hauptsendeformat kurz und prägnant: „Interviews bilden die Hauptressource von Kluges Fernsehproduktionen, da sie schnell und billig produziert werden können.“³⁵⁷ Für Lutze sind die zwei charakteristischsten Merkmale der Interviewsendung, die Beleuchtung, die „sehr einfach gehalten“ ist und die Kamera, die „vollkommen stationär“³⁵⁸ bleibt.

352 Kluge, Alexander (Regie), „Frohe Ostern >Das Auto fährt ab 5 Uhr früh<“, *Alexander Kluge. Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008, DVD*, Zweitausendeins 2009, 14:04f.

353 *Ebenda*, 15:28f.

354 *Ebenda*, 19:33f.

355 Seeßlen, „Interview/Technik oder Archäologie des zukünftigen Wissens“, S. 134.

356 Stollmann, Alexander Kluge zur Einführung, S. 87.

357 Lutze, „Alexander Kluge und das Projekt der Moderne“, S. 22.

358 Lutze, „Alexander Kluge und das Projekt der Moderne“, S. 22.

Ausstattung

Das Studio bzw. der jeweilige Sendeort (Foyers, Cafés, Wohnungen, usw.) wird sehr minimalistisch ausgestattet. Wenn im Studio aufgenommen wird, wird der Hintergrund sehr oft mit Bluescreen-Technik³⁵⁹ in der Post-Produktion gestaltet.

„Es ist ein besonderes Klima, das Kluge in seinen Gesprächen herstellt. Dabei ist erstaunlich, was er alles nicht braucht: keine bizarren Möbel, keine aufwendige Kostümierung, keine originellen Sendeorte, keinen Prominenzkult.“³⁶⁰

„Insgesamt überwiegt eine fast schon demonstrativ wirkende spartanische Einfachheit.“³⁶¹

Kluge als Interviewer

Die gewohnte „Schuss-Gegenschuss“ – Methode der Kamera bei Interviews gibt es in Kluges Magazinen nicht. Kluge ist zwar stimmlich ständig präsent, der Zuseher bekommt ihn jedoch in der Regel nicht in einer „Totalen“ zu sehen. „Kluge, der die meisten Interviews selbst führt, bleibt lieber, gleichsam als körperlose Stimme, off-screen.“³⁶²

Kluge ist ein äußerst „aktiver Interviewer“³⁶³, der seine Gäste sehr oft unterbricht, ihre Sätze zu Ende führt und Gedanken in eine völlig andere Richtung lenkt. Der Zuseher hat oft Mitleid mit den Interviewten, wenn sie keine Sätze ohne einen Einwand von Kluge beenden können. Kluge macht das nicht aus einer „Besserwisserei-Laune“ heraus, er will möglichst viele neuen Ideen und Gedankengänge einbringen.

„Kluges Fragen nehmen dabei bewusst Umwege über scheinbar Nebensächliches, wenig Spektakuläres in Kauf, um atmosphärische Räume herzustellen, und rücken thematische Fokussierungen immer wieder in weite Horizonte, in denen sich die Phantasie seines Gegenübers bewegen kann.“³⁶⁴

359 Der Bluescreen bzw. die Blue-Box oder was heutzutage öfter vorkommt, der Greenscreen ermöglichen im Nachhinein den Hintergrund zu verändern, d.h., z.B. Montageclips einzufügen und den Interviewten davor zu setzen.

360 Stollmann, Alexander Kluge zur Einführung, S. 87.

361 Uecker, Alexander Kluge, S. 103.

362 Lutze, „Alexander Kluge und das Projekt der Moderne“, S. 22.

363 Lutze, „Alexander Kluge und das Projekt der Moderne“, S. 22.

364 Schulte, „Fernsehen und Eigensinn“, S. 76.

Interviewpartner

Kluge interviewt zu einem Großteil Experten (Autoren, Wissenschaftler, usw.) aus diversen Gebieten und „in der Regel sind neu erschienene Bücher der Anlass und die Materialgrundlage für ein Gespräch.“³⁶⁵



Abb. 26: Eric Kandel³⁶⁶



Abb. 27: Hary Balzke³⁶⁷

Da sich Kluge mit den Veröffentlichungen des Experten beschäftigt, wird er wie Matthias Uecker beschreibt, selbst Produzent, der Bedeutungen produziert³⁶⁸ und mit seinem Wissen neue Gedankenketten bildet. Somit bringt Kluge sein Wissen, sowie die neuen Gedankenketten in das Gespräch ein und kann dadurch auf „Augenhöhe“ mit dem Experten diskutieren.

Atmosphäre

„Wenn man diese Interviews also zunächst auf einer sehr einfachen Ebene genießen will, kann man einfach zwei mehr oder weniger glücklichen Spinnern zuschauen, die trotz einiger Störungen dann immer doch gemeinsam spinnen.“³⁶⁹

Der Zuseher hört und sieht somit zwei „Spinnern“ beim spinnen zu, die aufgrund des Heterogenitätsanspruchs (siehe 3.1.1) *nie auf den Punkt kommen* wollen. Georg Seeßlen schreibt dazu: „Es geht um ein Denken, das weder ein Zentrum hat [...] noch sich hierarchisch aufbaut.“³⁷⁰

365 Siebers, „Mit Historie will man was“, S. 175.

366 Kluge, Alexander (Regie), „Das flexible Gedächtnis. Nobelpreisträger Eric Kandel über die Biologie des Geistes“, *Alexander Kluge. Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, 1:30.

367 Kluge, Alexander (Regie), „Ab 50 Eisbein wird es schön!“, *Alexander Kluge. Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, 8:21.

368 Uecker, Alexander Kluge, S. 100.

369 Seeßlen, „Interview/Technik oder Archäologie des zukünftigen Wissens“, S. 131.

370 Seeßlen, „Interview/Technik oder Archäologie des zukünftigen Wissens“, S. 133.

6.3.3 Fake-Interviews

Wie in Punkt 2.6 beschrieben kann der Zuschauer in der Lücke zwischen zwei Bildern, die dem Antirealismus des Gefühls Platz einräumt, eine Produktivkraft entwickeln. Wie echt die Bilder außerhalb der Lücke sind ist für das Funktionieren der Lücke als Projektionsfläche des Antirealismus des Gefühls nebensächlich. Ergo kann das Bild genauso erfunden, technisch falsch, inhaltlich verdreht, usw. sein, sodass es passieren kann, dass der Rezipient die normativen Bezugskoordinaten zumindest

Mit gefakten Interviews treibt Kluge dieses Spiel mit objektiv vs. Subjektiv und realistisch vs. antirealistisch auf die Spitze. „Man vergisst leicht, dass die Fixierung eines Sachverhalts (Tatsache, fact) ebenso auf Konvention beruht wie das Erfinden oder Erzählen (Fiktion, fake).“³⁷¹

Hier sind wir wieder beim Punkt, wer bestimmt was Wirklichkeit ist?

Wenn jemand bsp. eine Anekdote von einem Urlaubserlebnis erzählt, kann die Person jenes Erlebnis faktisch nie zu 100% so wiedergeben wie es war. Die eigene Geschichte wird immer verändert, selbst interpretiert und abweichend zum tatsächlichen Geschehen erzählt. Die Geschichte wird mit realistischen und antirealistischen Elementen erzählt, bei denen je nach dem, das Eine oder Andere die Geschichte prägt.

Kluge ist nicht nur der seriöse intellektuelle Fernsehmacher. Kluge hat viel Spaß am Spiel mit „Wirklichem“ und „Unwirklichem“ in seinen Fake-Interviews, wie z.B. mit Helge Schneider. „Was Kluge an diesem Genre reizt, ist die Chance, auf eine sehr präzise Weise alternative Realitäten zu erschaffen.“³⁷²

371 Kluge, „Facts & Fakes“, S. 2.

372 Lutze, „Alexander Kluge und das Projekt der Moderne“, S. 25.



Abb. 28: Renn- und Busfahrer³⁷³



Abb. 29: Kampfschwimmer³⁷⁴

„Kluge Überbietung des Wahrscheinlichen [...] schafft einen Freiraum, der es sowohl seinem Gegenüber als auch dem Zuschauer ermöglicht, imaginativ die Perspektive zu wechseln“³⁷⁵ und somit die erzählte Geschichte in eine Reihe von vielen möglichen Geschichtsversionen reiht.

Kluge erfindet mit seinen Interviewpartnern in diesen Sendungen eine Geschichte, die vielleicht frei erfunden ist oder vielleicht „Facts“ und „Fakes“ miteinander vermischt. „Dabei besteht die Grundregel darin, dass die einzelnen Fragen und der Verlauf des Interviews nicht vorher besprochen werden.“³⁷⁶ Die Interviewpartner nehmen in den Fake-Interviews eine Rolle ohne vorgegebenen Text an.

Viel entscheidender als die Frage nach dem „Fact“ oder „Fake“ ist für Kluge Neugier zu schaffen „[...] auf etwas, was die Wirklichkeit durchsticht.“³⁷⁷

Die Möglichkeit dazu verschafft ihm das Fernsehen als Bilderzeugungsmaschine.

„Das Medium nämlich kann nicht nur fakes als facts verkaufen [...], viel häufiger noch verkauft es unentwegt facts als fakes [...]. So kann scheinbar paradoxerweise eine Injektion von Inszenierung wiederum das Wirkliche retten, unter anderem, weil es Öffentlichkeit herstellt, statt Öffentlichkeit zu imitieren.“³⁷⁸

373 Kluge, Alexander (Regie), „Das Fahrzeug ist die zweite Haut“, *Alexander Kluge. Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, 1:51.

374 Kluge, Alexander (Regie), „Der Abschrecker. Helge Schneider als Kampfschwimmer vor Heiligendamm“, *Alexander Kluge. Seen sind für Fische Inseln. Fernseharbeiten von 1987-2008*, DVD, Zweitausendeins 2009, 1:09.

375 Schulte, „Fernsehen und Eigensinn“, S. 81.

376 Lutze, „Alexander Kluge und das Projekt der Moderne“, S. 24.

377 Kluge, „Facts & Fakes“, S. 65.

378 Seeßlen, „Interview/Technik oder Archäologie des zukünftigen Wissens“, S. 129.

Kluge zu „Facts“ und „Fakes“:

„Die Trennlinie zwischen wirklich und unwirklich hat den Wächter verloren. Deshalb, entweder facts & fakes treten gemeinsam auf, oder man hat beides nicht zur Verfügung: weder Tatsachen noch Erzählung.“³⁷⁹

³⁷⁹ Kluge, „Facts & Fakes“, S. 2.

Resümee

Alexander Kluge kann berechtigterweise und ohne Zweifel als Rebell in der deutschen Fernsehlandschaft bezeichnet werden. Ein Rebell, der bereits über 20 Jahren Realitäten im Fernsehen schafft, die durch ein Zusammenspiel von strategischen und politischen Entscheidungen respektive Konstellationen zustande kamen. Durch seine Drittlizenzen hat Kluge seit 20 Jahren die Möglichkeit Fernsehen nach seinem Geschmack zu machen. Fernsehen das geprägt ist von Vielfalt, Überforderung, Dekontextualisierung und Öffentlichkeit für Erfahrungserlebnisse zu schaffen.

Alexander Kluge ist ein Autor der Geschichten schreibt, erzählt, formt und zusammenfügt. In seinen Kulturmagazinen gibt es keinen roten Faden der den Sendungen inhaltlich klar konnotierte kulturelle Codes zuweist. Es liegt auch nicht in seinem Interesse die bereits bestehenden kulturellen Codes im Fernsehen weiter zu habitualisieren. Kluge erzählt Geschichten aus seiner Sicht, mit seinen Überlegungen, mit seinen Kontextualisierungen und der Zuseher erhält die Möglichkeit in den Lücken interaktiv an der Geschichte „mitzuarbeiten“. Diese für Kluge essentiell wichtigen Lücken zwischen Bildern ermöglichen dem Rezipienten unmittelbare Erfahrungen zu machen und dem Anspruch einer klassischen Öffentlichkeit gerecht zu werden. Kluge setzt der Hegemonie der Habitualisierung von kulturellen Codes seine Gegenprodukte entgegen, die er dem Rezipienten in einer Art Fremdkörperfernsehen anbietet. Es ist ein Fernsehen das dem Rezipienten nichts verkaufen, sondern mit ihm in Dialog treten will und in Zeiten von Facebook und Twitter wissen wir, dass es ein weltweites Bedürfnis nach Kommunikation gibt. Bei den social communities sehen wir sehr deutlich, dass viele Leute das Bedürfnis haben ihren Antirealismus des Gefühls, d.h., ihre Gefühle, Erfahrungen, Assoziationen, Wünsche und Phantasien, zu posten respektive mitzuteilen. Die Art wie sich Kluge eine Kommunikation im Fernsehen vorstellt sehen wir also gut funktionierend in den neuen social media – inhaltlich sind diese unterschiedlichen Bereiche natürlich nicht vergleichbar.

Auch bei der dctp dürften die aktuellen Entwicklungen im Fernsehmarkt dazu beigetragen haben im Contentbereich verstärkt auf das Web zu setzen. Die dcpt

hat eine Web-Präsenz eingerichtet, auf der ein umfangreiches Video-On-Demand-Angebot, sowie ein Web.TV-Portal, mit Inhalten der Kultursendungen kostenlos zur Verfügung steht. Dass sich die dctp neben dem linearen Fernsehen ein zweites Standbein im Web aufgebaut hat, ist strategisch gesehen ein schlauer Schachzug, vor allem im Hinblick auf die im Jahre 2013 auslaufenden Drittlizenzen bei RTL und SAT.1. Wenn die Drittlizenzen das vierte Mal ausgeschrieben werden, ist es alles andere als sicher, dass sich die dctp erneut durchsetzen wird. Egal wie das Verfahren ausgehen wird, die dctp scheint bemerkt zu haben, dass sich das lineare Fernsehen in einem Umbruch befindet und das Web immer weiter ins Zentrum der Medienwelt rückt. Wie sich Kluge mit seinem Team diese Entwicklungen in den Neuen Medien zunutze machen kann, wird sich zeigen. Der Rebell Alexander Kluge lässt sich weder von politischen noch von technischen Veränderungen beirren und macht mit seiner Arbeit einfach weiter.

Quellenverzeichnis

Primär- und Sekundärliteratur

- Barg, Werner, Erzählkino und Autorenfilm. Zur Theorie und Praxis filmischen Erzählens bei Alexander Kluge und Edgar Reitz, München: Wilhelm Fink 1996.
- Baacke, Dieter (Hg.), Kritische Medientheorien. Konzepte und Kommentare, München: Juventa 1974.
- Baecker, Dirk, Vom Nutzen ungelöster Probleme, Berlin: Merve-Verl. ?.
- Bachmann, Dieter, Essay und Essayismus, Stuttgart: W. Kohlhammer 1969.
- Becker, Carlos/ Magnus Krümpelbeck, „planwirtschaft im nebel. zum essayismus bei alexander kluge“, plateau 4, 2008, S. 92-97
- Benjamin, Walter, Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1963.
- Benjamin, Walter, Gesammelte Schriften II.2, (Hg.) Rolf Tiedemann und Hermann Schweppenhäuser, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1977.
- Blümlinger, Christa / Constantin Wulf, Schreiben Bilder Sprechen. Texte zum essayistischen Film, Wien: Sonderzahl 1992.
- Bürger, Peter, Theorie der Avantgarde, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1974.
- Bürger, Peter, Das Altern der Moderne, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001.
- Böhm-Christl, Thomas, Alexander Kluge, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1983.
- Deuber-Mankowsky, Astrid/ Giaco Schiesser, „In der Echtzeit der Gefühle. Gespräch mit Alexander Kluge“, In: Die Schrift an der Wand. Alexander Kluge: Rohstoffe und Materialien, Hg. Christian Schulte, Osnabrück: Univ.-Verl. Rasch 2000. S. 361-371.
- Dubiel, Helmut, Kritische Theorie der Gesellschaft. Eine einführende Rekonstruktion von den Anfängen im Horkheimer-Kreis bis Habermas, München: Juventa³ 2001.
- Eder, Klaus/ Alexander Kluge, Ulmer Dramaturgien. Reibungsverluste. Arbeitshefte Film 2/3, München: Carl Hanser 1980.
- Ernst, Christoph, Essayistische Medienreflexion. Die Idee des Essayismus und die Frage nach den Medien, Bielefeld: Transkript 2005.
- Faulitsch, Werner, Medientheorien. Einführung und Überblick, Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht 1991.

Fischer, Matthias-Johannes, „Die Wollust des Films ist keine Lust. Das Verhältnis von Produktion und Rezeption in Kluges >Ulmer Dramaturgien<“, Alexander Kluge. In: Text + Kritik, Zeitschrift für Literatur, Heft 85/86 1985, S. 124-131.

Haas, Gerhard, Essay, Stuttgart: J.B. Metzlerische Verlagsb. 1969.

Hickethier, Knut, „Von anderen Erfahrungen in der Fernsehöffentlichkeit. Alexander Kluges Kulturmagazine und die Fernsehgeschichte“, In: *Kluges Fernsehen. Alexander Kluges Kulturmagazine*, Hg. Christian Schulte und Winfried Siebers, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002, S. 195-220.

Horkheimer, Max/ Theodor W. Adorno, Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente, Frankfurt am Main: S. Fischer¹⁷ 2008.

Lewandowski, Rainer, Alexander Kluge, München: C.H. Beck 1980.

Jansen, Peter W./ Wolfram Schütte (Hg.), Herzog Kluge Straub, Reihe Hanser 217, München: Hanser 1976.

Jander, Simon, Die Poetisierung des Essays, Uni-Verl. Winter 2008.

Jeuck, Dieter / Guntram Vogt, „Fernsehen ohne Ermäßigung“, *Fernsehen ohne Ermäßigung. Alexander Kluges Kulturmagazine*. In: Augen-Blick, Marburger Hefte zur Medienwissenschaft, Heft 23 1997, S. 9-18.

Kluge, Alexander, *Chronik der Gefühle*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2004.

Kluge, Alexander, *Die Kunst Unterschiede zu machen*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2003.

Kluge, Alexander, „Die Macht der Bewusstseinsindustrie und das Schicksal unserer Öffentlichkeit“, In: Kluge, Alexander, *In Gefahr und größter Not bringt der Mittelweg den Tod, Texte zu Kino, Film, Politik*, (Hg.) Christian Schulte, Berlin: Vorwerk 8² 2002. S. 165-224

Kluge, Alexander und Oskar Negt, „Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit“, In: Kluge, Alexander und Oskar Negt, *Der unterschätzte Mensch*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002.

Kluge, Alexander, „Die realistische Methode und das sogenannte >Filmische<“ (1975), In: Kluge, Alexander, *In Gefahr und größter Not bringt der Mittelweg den Tod. Zur Texte zu Kino, Film, Politik*, (Hg.) Christian Schulte, Berlin: Vorwerk 8² 2002. S. 114-123

Kluge, Alexander, Facts & Fakes. Verbrechen. Gespräche mit Ulrike Sprenger, Joachim Kersten und Manfred Pichota, (Hg.) Christian Schulte, Berlin: Vorwerk 8 2000.

Kluge, Alexander, *Gelegenheitsarbeit einer Sklavin. Zur realistischen Methode*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1975.

- Kluge, Alexander, *Geschichten vom Kino*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2007.
- Kluge, Alexander/ Heiner Müller, *Ich schulde der Welt einen Toten. Gespräche*, Hamburg: Rotbuch 1995.
- Kluge, Alexander, *Lernprozesse mit tödlichem Ausgang*, Frankfurt am Main: Suhrkamp³ 1980.
- Kluge, Alexander / Joseph Vogel, *Soll und Haben. Fernsehgespräche*, Zürich: Diaphanes, 2009.
- Kluge, Alexander, *Verdeckte Ermittlung. Ein Gespräch mit Christian Schulte und Rainer Stollmann*, Berlin: Merve-Verl. 2001.
- Lescke, Rainer, *Einführung in die Medientheorie*, München: Wilhelm Fink 2003.
- Lutze, Peter C, „Alexander Kluge und das Projekt der Moderne“, In: *Kluges Fernsehen. Alexander Kluges Kulturmagazine*, Hrsg. Christian Schulte und Winfried Siebers, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002. S. 11-39
- Müller-Funk, Wolfgang, *Erfahrung und Experiment. Studien zur Theorie und Geschichte des Essayismus*, Berlin: Akad.-Verl. 1995.
- Möbius, Hanno, „Das Abenteuer „Essayfilm““, *Augen-Blick 10*, Versuche über den Essayfilm, Hrsg. Hanno Möbius, Marburg: Schüren 1991. S. 10-25
- Pfammatter, René, *Essay-Anspruch und Möglichkeit. Plädoyer für die Erkenntniskraft einer unwissenschaftlichen Darstellungsform*, Hamburg: Dr. Kovac 2002.
- Rötzer, Florian, „Kino und Grabkammer. Gespräch mit Alexander Kluge“, In: *Die Schrift an der Wand. Alexander Kluge: Rohstoffe und Materialien*, Hg. Christian Schulte, Osnabrück: Univ.-Verl. Rasch 2000. S. 31-45.
- Schärf, Christian, *Geschichte des Essays. Von Montaigne bis Adorno*, Vandenhoeck & Ruprecht 1999.
- Scherer, Christina, „Das Bild der Schrift und die Schrift der Bilder. Zum Verhältnis von Bild und Schrift in den Kulturmagazinen Alexander Kluges“, *Fernsehen ohne Ermäßigung. Alexander Kluges Kulturmagazine*. In: *Augen-Blick*, Marburger Hefte zur Medienwissenschaft, Heft 23 1997, S. 34-53
- Scherer, Christina, „Arbeit an der Filmgeschichte. Die Filmrezeption in den Fernsehsendungen Alexander Kluges“, In: *Kluges Fernsehen. Alexander Kluges Kulturmagazine*, Hrsg. Christian Schulte und Winfried Siebers, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002. S. 181-195
- Scherer, Christina, Ivens, Marker, Godard, Jarman. *Erinnerung im Essayfilm*, München: Fink 2001.

Schulte, Christian, „... ein Gegenbild, das mehr ist als ein Spiegel“, *Fernsehen ohne Ermäßigung. Alexander Kluges Kulturmagazine*. In: Augen-Blick, Marburger Hefte zur Medienwissenschaft, Heft 23 1997, S. 75-97

Schulte, Christian, „Dialoge mit Zuschauern. Alexander Kluges Modell einer kommunizierenden Öffentlichkeit“, In: *Schneider, Irmela/Bartz, Christina/Otto, Isabell (Hg.), Medienkultur der 70er Jahre. Diskursgeschichte der Medien nach 1945*, Bd. 3. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2004. S. 231-250

Schulte, Christian, Rainer Stollmann (Hg.), *Der Maulwurf kennt kein System. Beiträge zur gemeinsamen Philosophie von Oskar Negt und Alexander Kluge*, Bielefeld: Transcript 2005.

Schulte, Christian (Hg.), „Fernsehen und Eigensinn“, In: *Kluges Fernsehen. Alexander Kluges Kulturmagazine*, Hg. Christian Schulte und Winfried Siebers, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002. S. 65- 82

Christian Schulte / Clemens Gruber (Hg.), *Maske und Kothurn, Die Bauweise von Paradiesen. Für Alexander Kluge*, Wien: Böhlau 2007.

Schulte, Christian, „Konstruktionen des Zusammenhangs. Motiv, Zeugenschaft und Wiedererkennung bei Alexander Kluge“, In: *Die Schrift an der Wand. Alexander Kluge: Rohstoffe und Materialien*, Hg. Schulte, Christian, Osnabrück: Univ.-Verl. Rasch 2000.

Schulte, Christian / Winfried Siebers (Hg.), *Kluges Fernsehen. Alexander Kluges Kulturmagazine*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002.

Seeßlen, Georg, „Interview/Technik oder Archäologie des zukünftigen Wissens. Anmerkungen zu den TV-Interviews Alexander Kluges“, In: *Kluges Fernsehen. Alexander Kluges Kulturmagazine*, Hg. Christian Schulte und Winfried Siebers, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002. S. 128-138

Siebers, Winfried (Hg.), „Mit Historie will man was. Zeitgeschichte im Fernsehen der Autoren“, In: *Kluges Fernsehen. Alexander Kluges Kulturmagazine*, Hg. Christian Schulte und Winfried Siebers, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002. S. 163-181

Silverstone, Roger, *Anatomie der Massenmedien. Ein Manifest*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2007.

Siemons, Mark, „Zwölftonmusik im Zirkus. Das Fernsehen Alexander Kluges“ in: *Fernsehen. Medien, Macht und Märkte*, Hg. Helmut Monkenbusch, Hamburg: Rowohlt 1994. S. 101-112

Sombroek, Andreas, *Eine Poetik des Dazwischen. Zur Intermedialität und Intertextualität bei Alexander Kluge*. Bielefeld: Transcript 2005.

Spangenberg, Peter M., „Der unaufhaltsame Aufstieg zum >Dualen System<. Diskursbeiträge zu Technikinnovation und Rundfunkorganisation“, In: *Schneider, Irmela/Bartz, Christina/Otto, Isabell (Hg.), Medienkultur der 70er*

Jahre. Diskursgeschichte der Medien nach 1945, Bd. 3. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2004. S. 21-39

Stuiber, Heinz-Werner, *Medien in Deutschland. Band 2. Rundfunk. Teil 1 und 2.* Konstanz: UVK 1998.

Stollmann, Rainer, *Alexander Kluge zur Einführung*, Hamburg: Junius ² 2008.

Uecker, Mathias, „Rohstoffe und Intermedialität. Überlegungen zu Alexander Kluges Fernsehpraxis, In: *Kluges Fernsehen. Alexander Kluges Kulturmagazine*, Hg. Christian Schulte und Winfried Siebers, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002. S. 82-105

Uecker, Mathias, *Alexander Kluge. Anti-Fernsehen? Alexander Kluges Fernsehproduktionen*, Marburg: Schüren 2000.

Vogt, Guntram, „Zum Zusammenhang von Ästhetik und Ethik im Essayismus Alexander Kluges“, In: *Augen-Blick, Marburger Hefte zur Medienwissenschaft*, Heft 10 1991. S. 83-107

Weber, Stefan (Hrsg.), *Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus*, Konstanz: UVK 2003.

Willemsen, Roger, *Nur zur Ansicht*, Frankfurt am Main: S.Fischer 2007.

Internetverzeichnis

Birnbacher, Dieter, „Das sokratische Gespräch – eine philosophische Standortbestimmung“, learn-line NRW, http://www.learn-line.nrw.de/angebote/praktphil/didaktik/sokra_gespraech.html o.j., 10.8.2009.

DCTP – <http://www.dctp.de>
„Company“, http://www.dctp.de/firma_gruend.shtml o.J., 24.02.2009.

„Formate – Spiegel TV“
<http://www.dctp.de/formate-sp-magazin.shtml> o.J., 4.12.2009.

„Herausgeberprinzip“,
http://www.dctp.de/firma_herausg.shtml o.J., 24.02.2009.

„Partner – BBC Worldwide“
<http://www.dctp.de/partner-bbc.shtml> o.J., 4.12.2009

„Partner – Spiegel TV“
<http://www.dctp.de/partner-spiegel.shtml> o.J., 4.12.2009.

Focus TV – Pressemitteilung, „Focus TV sendet von 2009 bis 2013 wöchentlich eine Reportage bei RTL“, <http://www.inar.de/blog/verlage/20080714/focus-tv-sendet-von-2009-bis-2013-woechentlich-eine-reportage-bei-rtl.html> 14.7.2008, 10.12.2009.

Grimmberg, Steffen, „Der unabhängige Dritte“, *die Tageszeitung*,
<http://www.taz.de/index.php?id=archivseite&dig=2003/05/20/a0148>
20.05.2003, 09.02.2009.

Information & Unterhaltung (I&U) – <http://www.i-und-u.tv>

„Stern TV Reportage“
<http://www.i-und-u.tv/sterntvreportage.php> o.J., 4.12.2009

„Quote Stern TV“
<http://www.i-und-u.tv/quoten.php#region1> 2009, 4.12.2009.

Kundendienst Oesterreichischer Rundfunk (ORF), „Sendung ohne Namen“, *ORF-Online*, <http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf1/sendung.html>
o.J., 27.02.2009.

Müller, Alexander, „Multimediales Alexandria. Die Produktionsfirma Alexander Kluge erhält den diesjährigen Büchner-Preis“, *Literaturkritik Online*,
http://www.literaturkritik.de/public/rezension.php?rez_id_6084 06.06.2003,
10.06.2009.

NZZ Format – <http://www.nzzformat.ch>

„VOX“
http://nzzformat.ch/76.html?&no_cache=1&station=VOX o.j., 4.12.2009.

Renner, Kai-Hinrich, „Die Beziehungen des Alexander Kluge“, *Die Zeit Online*,
<http://www.zeit.de/2003/29/kluge-tv?page=1> 10.07.2003, 11.02.2009.

Riedel, Peter, „Anti-Repräsentationalismus und Wunschökonomie. Die Wurzeln des Realismus nach Alexander Kluge“, *Uni-Marburg Online*,
<http://www.staff.uni-marburg.de/~riedelp/downloads.htm>, In: Burkhard Röwekamp / Astrid Pohl / Matthias Steinle / Mathias Wierth-Heining (Hrsg.): Medien/Interferenzen. Dokumentation des 16. Film- und Fernsehwissenschaftlichen Kolloquiums. Marburg: Schüren 2003, S.131-142.

Röggla, Kathrin, „Eine Stimme mit Eigensinn“, *TAZ*, <http://www.kathrin-roeggla.de/meta/kluge.htm> 14.02.2002, 21.8.2009.

Rundfunkstaatsvertrag i.d.F. vom 1.6.2009, <http://www.lfk.de/recht/allgemeine-medien-gesetze/rundfunkstaatsvertrag.html> o.J., 15.11.2009.

Serrao, Marc Felix, „Das Machtpaket“, *Sueddeutsche Zeitung Online*,
<http://www.sueddeutsche.de/kultur/655/432405/text/> 8.02.2008, 20.02.2009.

Simon, Ulrike und Kai-Hinrich Renner, „Wie Alexander Kluge Focus TV befriedigte“, *Welt-Online*,
http://www.welt.de/wams_print/article1027892/Wie_Alexander_Kluge_Focus_TV_befriedet.html 15.7.2007, 10.12.2009.

Spehr, Christoph, „Gegenöffentlichkeit. Entwicklung und Bedeutung des Begriffs „Gegenöffentlichkeit““, Linksnet, <http://www.linksnet.de/de/artikel/18209> 20.07.2002, 15.09.2009.

Spiegel TV – <http://www.spiegeltvdistribution.com>

„About us“

<http://www.spiegeltvdistribution.com/SPTVDistribution/home.nsf/Navigation/34038EEF26909AD9C1257106004B7C0F?OpenDocument> 2009, 4.12.2009.

Stollmann, Rainer, „*Wissen ist Nacht. Elementare Begriffe der Medientheorie von Alexander Kluge und Oskar Negt*“, Dickinson College Online - Glossen 22, <http://www.dickinson.edu/glossen/heft22/stollmannnacht.html> 2005, 10.06.2009.

VOX Television GmbH – <http://www.vox.de>

„Chronik“ - http://presse.vox.de/chronik/chronik/chronik_1991.html o.J., 25.11.2009.

„Marktanteile“ - <http://presse.vox.de/chronik/chronik/marktanteile.html> o.J., 8.12.2009.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: dctp-Logo	86
Abbildung 2: 10vor11-Logo	86
Abbildung 3: News & Stories-Logo	86
Abbildung 4-5: Laufschrift	87
Abbildung 6-7: Texttafel	88
Abbildung 8-9: Kulturmagazin – Frohe Ostern: Pförtls-Reise	93
Abbildung 10-11: Kulturmagazin – Frohe Ostern: Ehepaar Pfeifer	94
Abbildung 12-13: Kulturmagazin – Frohe Ostern: Bretter	95
Abbildung 14-15: Kulturmagazin – Frohe Ostern: Frau Mückert	96
Abbildung 16-17: Kulturmagazin – Frohe Ostern. Der Direktor	96
Abbildung 18-19: Montage: Historisierung	98
Abbildung 20-21: Montage: Laterna Magica	98
Abbildung 22-23: Montage: Wellen	99
Abbildung 24-25: Montage: Filmausschnitt	100
Abbildung 26: Interview: Eric Kandel	103
Abbildung 27: Interview: Hary Balzke	103
Abbildung 28: Fake-Interview: Renn- und Busfahrer	105
Abbildung 29: Fake-Interview: Kampfschwimmer	105

Abstract

Alexander Kluge kann zweifelsohne als Phänomen in der europäischen Fernsehlandschaft bezeichnet werden. Er ist ein Rebell, der in deutschen kommerziellen Privatsendern Kulturprogramme gestaltet, die zu 100% mit deren Programmausrichtung brechen. Er stellte fest, dass die Privatsender einer „Scheinöffentlichkeit“ strukturierte und manipulierte Wahrnehmung als Realität verkaufen wollten. Die Erfahrungen die in solchen Programmen gemacht werden, basieren oft auf Lügen, falschen Zusammenhängen und puren Verkaufsinteressen, in Form von Werbeprodukten, der Verantwortlichen. Kann das im Sinne der Öffentlichkeit sein und darf die Politik dieser Entwicklung tatenlos zusehen? Kluge entgegnet diesem alarmierenden Zustand mit eigens produzierten Kulturprogrammen. Kluge meint, dass das einzige Mittel, um gegen eine derartige Hegemonie anzukämpfen, die Produktion von Gegenprodukten sei. Diese Diplomarbeit geht den Fragen auf den Grund, wie die Gegenprodukte funktionieren, welchen theoretischen Unterbau sie haben, wie sie den Weg ins Privatfernsehen geschafft haben und in welchen Channels sie in Zukunft zu sehen sein werden.

Lebenslauf

Daniel Peter

Geboren in Feldkirch am 16.04.1984

Ausbildung

- | | |
|-------------|---|
| 2004 – 2010 | Studium Theater-, Film- und Medienwissenschaft an der
Universität Wien |
| 1998 – 2003 | Bundeshandelsakademie Bludenz |
| 1994 – 1998 | Hauptschule Rankweil |