

Thomas Hecken

RTL, gestiftet von Bertelsmann

2014

<https://doi.org/10.25969/mediarep/2431>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hecken, Thomas: RTL, gestiftet von Bertelsmann. In: *POP. Kultur und Kritik*, Jg. 3 (2014), Nr. 1, S. 10–12. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/2431>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:6:3-pop-2014-12548>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

RTL, GESTIFTET VON BERTELSMANN

Thomas Hecken



10 **D**reißig Jahre RTL, führende Institution des deutschen und europäischen Privatfernsehens. Ein selten geglückter Begriff, sinnvoll doppelter Bezug: erstens Privateigentum und zweitens Unterhaltung durch erlaubte, verstohlene, inszenierte Blicke ins Intim-Private. Der Mehrheitseigentümer: Bertelsmann. Die Bertelsmann Stiftung wiederum, die den Medienkonzern zu gut 75% besitzt, hofft nicht nur auf die Mehrung des Kapitals, sondern finanziert auch Bestrebungen, die unternehmerische Macht zu vergrößern. Natürlich zum Wohl des Ganzen. Mehr Wettbewerb schafft eine bessere, zumindest leistungsstärkere, effizientere Gesellschaft, lautet ihre Devise. Weniger Lohn, weniger Sozialausgaben, weniger Staat sind ihre Forderungen, die sie durch verschiedene Rankings und viele Kongresse untermauern möchte.

Bürgerengagement und unternehmerische Verantwortung soll dadurch zugleich zum Ausdruck gebracht und befördert werden. Vorbildlich steht dafür die RTL Group (neben den bekannten TV-Sendern gehören ihr z.B. noch dutzende Radiostationen unter Titeln wie »Fun« und »Cool«). In ihren Sendungen kommen staatliche Agenten höchstens in Form von Regierungschefs und Polizisten (Zollfahnder und Pathologen mal eingerechnet) vor. Letztere deutlich länger, überwiegend in fiktionalen Serien und Soaps mit dokumentarischem Anspruch, aber auch gerne in Nachrichtenshows.

Der Verzicht, offizielle staatliche Verlautbarungen und parteipolitische Stellungnahmen ins Programm zu nehmen, schafft konsequent Raum für die zwei genannten Säulen der Stiftungs-idee: Unternehmertum und zivile Eigenständigkeit.

Auf Werbung folgt gern ein Stück aus dem Leben der Beworbenen. Probleme mit dem Partner und dem Auto, mit dem Konto und dem Haustier, mit dem Unterleib und dem Haarwuchs. Oft werden Werbeobjekte und Beworbene von den Programmachern zusammengebracht: Nicht nur weil es ihr einziger Auftrag ist, Sendungen zu produzieren, die den Werbetreibenden Zuschauer zuführen, sondern indem sie Produkte einem Gebrauchstest unterziehen. Fast nie freilich die beworbenen Angebote, übrig bleiben die Waren kleinerer Firmen, deren Name nichts zur Sache tut: Es geht um Matratzen, Diäten, Gartenstühle, Dinge, die einen im eigenen Haushalt beschäftigen. Populärkultur bedeutet für RTL nicht bloß Starkult, sondern ebenso häufig Alltagskultur. Was ist hier gut, was kann man raten, welche Erfahrungen haben die Nutzer selbst gemacht...

Es geht um das Wohl des Bürgers, keine Frage. Kritisch muss man im Sinne der Stiftung wahrscheinlich sehen, dass die gezeigten Menschen für stark betreuungsbedürftig gehalten werden oder es sogar sind. Unternehmer werden aus ihnen schwerlich. Andererseits braucht man auch Leute, die für andere arbeiten, damit diese ihre Unternehmungen profitabel durchführen können. Deshalb kann Betreuung nicht schaden, wenn Kinder, Schulden, Krankheiten geregelte Lohnarbeit allzu sehr beeinträchtigen oder verhindern.

Misslich wiederum allerdings, in welchem hohem Maße die eventuell gewonnene Kraft in jene wenig renditeträchtigen und bürgerschaftlichen Aktivitäten gesteckt wird, wie sie die Soap- und Realityskripte in ihren Intrigen zeigen und nahelegen. Immer sind es die anderen, die einem ständig oder regelmäßig zu wenig an Gefühl, Aufmerksamkeit, Einzigartigkeit zugestehen, das führt zu Quengeleien und Passionen aller Art. Die Konkurrenz um emotionale und sexuelle Güter wäre tatsächlich besser – so kann ja nur die Maßgabe der Stiftung lauten – in der ökonomischen Sphäre aufgehoben, nicht in den Wohnzimmern und Freizeitstätten. Dass man es dem eigenen Sender erlaubt, dennoch die televisionäre Zeit damit zu füllen, manifestiert eindrucksvoll den Freiheitsimpetus, dem die Stiftung verpflichtet ist.

In den knappen Minuten, die der Sender im Sinne der Hauptaufgaben der Stiftung – Forschung und Politikberatung – gestaltet, bleiben immerhin deren Methoden gewahrt: Auswertung von Umfragen sowie deutliche Botschaften. In einer der Magazinsendungen RTLs, die kurz neben allerlei Rat und Tratsch kostbare Sendezeit der Politisierung einräumt, bietet sich an einem beliebigen Tag im Januar ein Bild, das vollständig repräsentativ ist (da es keine Zufälle im Programm gibt, erschließt sich das ohne jeden weiteren Zeitaufwand): Zuerst präsentiert man Zahlen aus Meinungsumfragen, nach denen eine große Mehrheit der Deutschen weiter Streit in der großen Koalition erwartet. Unmittelbar darauf lässt man Teile dieser famosen, kenntnisreichen und politikverdrossenen Bevölkerung nicht nur als statistische Größe, sondern in Fleisch und Blut auftreten. Eine Bürgerinitiative hat sich gegründet, die gegen ein Schwerbehindertenheim

protestiert; ein Insasse des Heims hat eine Frau vergewaltigt. Gut, dass die Gesunden so etwas nicht tun und in dem Sender ein Sprachrohr gegen den kranken Staat besitzen, der solche Einrichtungen unterhält.

Anti-etatistisch ist auch das Bildungsprogramm von RTL ausgerichtet. Fordert die Stiftung eine »entfesselte Hochschule«, die sich endlich ohne bildungspolitische Bevormundung an der Leistungsbilanz der großen Unternehmen orientiert, die zuverlässig in großen Mengen Autos, Finanzprodukte, Drohnen, Milliarden, Popmusikstücke, Zählleinheiten in der Armutsstatistik, Bücher, Müllhalden, Ferienorte hervorbringen, geht der eigene Sender noch einen Schritt weiter. Er lässt anarchisch die Institutionen ganz hinter sich und lädt ein in die alternative Volkshochschule der Castingshows. In ihnen legen ohne Ansehen von Herkunft, Stand und Schulzeugnis alle, die sich berufen fühlen, Talent- und Disziplinproben ab – vor einem harten, aber gerechten Lehrer (dem, oft gehörten öffentlichen Nettigkeitsbekundungen zum Trotz, geheimen Ideal der heutigen Studentengeneration).

RTL selbst ist noch demokratischer ausgerichtet, man sieht es nicht nur daran, dass Telefonvotings die Urteile der Vordenker außer Kraft setzen können. RTL heißt sogar fast alle in seiner ausschlaggebenden Quotenstatistik willkommen. Legte man jahrzehntelang auf die 14- bis 49-Jährigen Wert, bilden neuerdings alle zwischen 14 und 59 den Maßstab für Sender und eventuell auch Werbewirtschaft. Ein erstaunliches Exempel jener Toleranz, die aus der Anerkennung des Konsumeinsatzes entspringt – gerade wenn man bedenkt, dass RTLs Ursprünge im Radio-Programm liegen, mit jüngeren Menschen als Zielgruppe, die in den 1960er und 1970er Jahren im öffentlich-rechtlichen Rundfunk noch vergleichsweise selten ihre Pop-Favoriten hören konnten.

Aktuelle Popmusik ist zwar im heutigen RTL-Fernsehen fast nicht mehr anzutreffen, dafür aber einige Chart-Nostalgie sowie ein vorübergehender Exponent des RTL-Pop, Thomas Gottschalk (Anfang der 80er Jahre »Mister Morning« bei Radio Luxemburg). Für ihn schließt sich der Kreis nun, mit Shows im Gepräge älterer Populärkultur, Varieté und Kirmes, immer in der Hoffnung, einen alten Heroen aus der eigenen Twen-Zeit, als der Tod noch fern war, präsentieren zu können, ELO, Barclay James Harvest, Deep Purple, Kraftwerk...

Zweifellos ist die lange Lebensdauer nach Beendigung der Lohnarbeit ein Ärgernis für jedes unternehmerische Engagement. Dennoch lässt man die Altstars gewähren, wohl wissend, dass blondierte Strähnen auf Dauer kein Vademecum sind, und trotz der Befürchtung, dass sich solche Altersmilde auf die allfälligen Debatten zur Kürzung der Rente und zur Beendigung jener Wahlgeschenke an sentimentale Senioren, die zuungunsten der schaffenden Jungen erfolgen, abträglich auswirken könnte. Dies ein letztes Beispiel für die Liberalität der Bertelsmann Stiftung. ◆