

Mit Frauenpower auf den Unterhaltungs-Mainstream

Fernsehdirektorin Ingrid Deltenre und ihre neue Unterhaltungschefin Gabriela Amgarten sind ausgezogen, das lange vernachlässigte Unterhaltungsprogramm im Schweizer Fernsehen aufzupeppen – ein Sturmlauf, der auch in absturzgefährliche Zonen führt.

Von Dominique Spirgi

Mit «Black'n'Blond» geht es steil abwärts! Nicht, was das Niveau der Late-Night-Show angeht, das hat sich seit der Lancierung des neuen Formats konsequent weit unten gehalten. Abwärts geht es mit der Quote: Immer weniger Zuschauerinnen und Zuschauer mögen sich die Spässchen von Roman Kilchsperger und Chris von Rohr zu Gemüte führen: Die Kurve der Zuschauerzahlen weist über die ersten fünf Ausgaben gesehen steil nach unten, von rund 265 000 auf 136 000 Mitte November und auf ganze 91 000 Ende November. Othmar Kempf, Präsident des Publikumsrates DRS, wundert sich nicht über diese Entwicklung: «Für mich bestätigt sich, dass Provokation allein auf die Dauer nicht funktionieren kann.»

Auch die Kritiker in den Medien sind sich vom «Blick» («Grundregel der Satire nicht kapiert») bis zur «Neuen Zürcher Zeitung» («Teenage Wasteland») einig, dass «Black'n'Blond» weit vom selber deklarierten Anspruch («Die Sendung ist intelligent, rotzig und frech,» Zitat SF) entfernt liegt. Gabriela Amgarten, die neue Unterhaltungschefin des Schweizer Fernsehen, glaubt indes nach wie vor an ihr jüngstes Kind: «Die Sendung entwickelt sich in die richtige Richtung», antwortet sie auf die Frage, ob sie «Black' n'Blond lustig finde: «Sie hat viele lustige Komponenten, über die ich lachen kann. Die letzte Sendung hat mir besonders gut gefallen.» Das war am 14. November: Chris von Rohr liess einmal mehr die Hosen runter und Roman Kilchsperger mühte sich sichtlich angestrengt mit dem nicht gerade für seine Mundfertigkeit bekannten Fussballer Hakan Yakin als Studiogast ab.

Der positiven Bewertung der Unterhaltungschefin zum Trotz: Die auffallende Late-Show mit ihrem zweifelhaften Niveau strahlt jetzt auch auf das Image des ganzen Senders SF aus. Und die Frage stellt sich, ob B'n'B für den neuen Kurs der Unterhaltung sogar eine Marke setzen soll.

Viel Unterhaltung mit Deltenre

«Black'n'Blond» ist nur eine unter vielen neuen Unterhaltungssendungen, die seit Amtsantritt der neuen Direktorin Ingrid Deltenre Anfang 2004 und ihrer Unterhaltungschefin Gabriela Amgarten im Juni 2005 über den Bildschirm von SF 1 und 2 flimmern: Auf der Liste finden sich unter anderem grosse, selber produzierte Samstagabend-Kisten wie «Ein roter Teppich für ...», originelle Nischen-Produkte wie die Dokuserie «Stuckrad bei den Schweizern», einfacher gestrickte Vorabendquizzesendungen wie «5Gegen5», und international bewährte Castingshows wie «MusicStar» oder Gameshows wie «Deal or No Deal – das Risiko».

Nicht wenige der neuen Unterhaltungssendungen sind Übernahmen und «eingeschweizerte» Übertragungen international mehr oder weniger bewährter Formate und Ideen. Dazu gehören «MusicStar», «Deal or No Deal», «5Gegen5», «Traumjob» und mit einem Blick in die nahe Zukunft auch die von der ARD übernommene Wissens-Show «PISA – Kampf der Kantone» mit Kassensturz-Moderator Ueli Schmetzer (ab 11. Dezember) sowie das Comedy-Ratespiel «Genial Daneben» mit Frank Baumann (ab 3. Januar 2006). «Lauter alte Hüte» titelte der «Sonntagsblick». Nach Ansicht von Unterhaltungschefin Gabriela Amgarten ein vorschnelles, und vor allem falsches Urteil: «Nach wie vor überwiegen bei uns die eigenproduzierten Sendungen», betont sie: ««Benissimo», «Ein roter Teppich für ...», «einfachluxuriös», «Eiger, Mönch und Maier», «Fensterplatz», «Bsuech in ...», «Donnschtig Jass», oder «Samschtig Jass» sind nur einige Beispiele.»

Amgarten hält aber dennoch nicht viel von einer abgeschotteten Unterhaltunginsel Schweiz: «In den letzten Jahren hat das Angebot internationaler Fernsehformate stark zugenommen. Das ist auch für uns interessant, und wir sind bereit, eine Sendung, die bereits im Ausland erfolgreich umgesetzt worden ist, einzukaufen», sagt sie, «entscheidend ist dabei aber, dass die Sendung zu uns passt und dass wir bestimmen, wie wir sie implementieren.» Es mache auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht Sinn, bestehende gute Ideen zu übernehmen und auf schweizerische Verhältnisse zu adaptieren, so Amgarten weiter: «Wichtig ist eine gute Mischung von eigenen und eingekauften Sendungen. Da liegen wir momentan richtig.»

Goodwill aus der Branche

«Wenn ausländische Formate intelligent und erfolgreich auf die Bedürfnisse des Schweizer Publikums umgesetzt werden können, ist dagegen nichts einzuwenden», meint Publikumsratspräsident Othmar Kempf. Auch Medienkritiker finden, dass sich die Schweiz durchaus im internationalen Unterhaltungs-Pool bedienen dürfe und auch solle. «Lieber ein adaptiertes, überzeugendes ausländisches Muster als ein zweitklassiges Produkt der Marke Eigenbau», meint zum Beispiel Medienspezialist Balts Livio von der «Neuen Zürcher Zeitung». Ähnlich die Auffassung seines Kollegen Rolf Hürzeler von «Facts»: «Das Einschweizern von ausländischen Formaten muss nicht des Teufels sein, zumal die Zuschauer immer noch deutlich merken, welchen Kanal sie eingeschaltet haben.»

Beide Medienjournalisten und auch Othmar Kempf («Ingrid Deltenre hat im Unterhaltungsbereich einiges bewegt.») würdigen die Bemühungen Deltenres und Amgartens, das Unterhaltungsprogramm von SF DRS aufzufrischen: «Unter Peter Schellenberg stagnierte die Unterhaltung und war eine Baustelle», erinnert sich Rolf Hürzeler. Sein Eindruck: «Es ist besser geworden in den letzten zwei Jahren.» Auch Balts Livio meint, dass SF Versäumnisse bei der Auffrischung des Unterhaltungsprogramms und dem Aufbau neuer Talente aufzuholen habe: «Erst Ingrid Deltenre ist diese Aufgabe ernsthaft angegangen», sagt er. «Nun ist eine neue Abteilungsleitungsleitung am Werk. Diese vermag aber nicht über Nacht, die bestehenden Mankos wettzumachen und darf eine bestimmte Zeitspanne zur Formatentwicklung beanspruchen.» Das sind auffallend sanfte Bewertungen von durchaus kulturbeflissenen Medienbeobachtern – eine kulturkritische Debatte findet zu diesem Thema offenbar nicht statt. Umso erstaunlicher die Aussage von SRG-GD Armin Walpen von Ende November in Luzern: «Wir haben bei der Unterhaltung ein Problem.»

Keine übertriebene Scheu vor Ideen aus der Küche der Privatsender legt SRG-Präsident Jean-Bernard Münch an den Tag: «Jedes Format muss einzeln bewertet werden; es wäre sicher falsch, «kommerzielle» Formate prinzipiell auszuschliessen.» Diese Einzelbewertung bedeutet für das mit Gebühren finanzierte Fernsehen vor allem, bei Griffen in die unteren Schubladen der TV-Unterhaltung grosse Vorsicht walten zu lassen. NZZ-Medienpezialist Balts Livio gibt zu Bedenken: «Die Grenze ist dort erreicht, wo die Würde der Protagonisten verletzt wird und diese nur noch als Material zur Erzeugung von Lachern vorgeführt werden.» Und auch Gabriela Amgarten meint: «Um junge Zuschauer zu erreichen, ist es nötig, dass man deren Sprache auch im Formalen zu einem guten Teil übernimmt. Es ist aber wichtig, dass dies auf niveauvolle Weise geschieht. Unsere Grundhaltung verlangt, dass die Menschenwürde nicht verletzt wird.» Über die konkrete Frage, ob die Würde der Beteiligten bei Sendungen wie «Black'n'Blond», «Deal or No Deal» oder «Traumjob» nicht zumindest angekratzt wird, gehen die Meinungen zwischen den Machern und den Kritikern auseinander. Dem Publikumsrat haben diese Sendungen keine Freude bereitet: «Deal or No Deal» richte sich nach einem gar «einfach gestrickten Muster», und mit den so genannten Money Girls würden die Frauen als «postmoderne, geklonte Playboy-Häschen» disqualifiziert, liess er verlauten. Bei «Traumjob» störte sich der Publikumsrat vor allem am Selbstdarstellungstrieb von Traumchef Jürg Marquart: «Das zur Schau stellen seines Reichtums wirkt abstossend.» Zu «Black'n'Blond» gibt es noch

keine offizielle Stellungnahme des Gremiums, für den Präsidenten des Publikumsrats, Othmar Kempf, ist indes klar: «Das ging in die Hose.»

«Genial Daneben» als Volltreffer?

Wie geht es weiter? «Black'n'Blond» dürfte mittelfristig am Voting by Fernbedienung scheitern. Eine dritte Staffel «MusicStar» und eine zweite Ausgabe von «Traumjob» sind zumindest für das kommende Jahr nicht in Planung. Auch wird keine Schweizer «Super-Nanny» in helvetischen Kinderzimmern für Ordnung sorgen – so erfolgreich diese Reality-Show in Deutschland bei der Werbe relevanten Zielgruppe der 14 bis 49jährigen auch sein mag. Die konkreten Pläne deuten auf einen Aufwärtstrend hin – das Niveau betreffend: Die neue Spielshow «PISA – Kampf der Kantone» dürfte zu den intelligenteren Unterhaltungsformaten zu zählen sein. Und das Personal des neuen Comedy-Ratespiels «Genial Daneben», zu dem unter anderem der Kabarettist Lorenz Kaiser und der Satiriker Patrick Frey gehören, garantiert zumindest auf dem Papier eine gewisse Originalität bei der Wahl der Pointen. ◀

Dominique Spirgi ist freier Journalist in Basel.