

Barbara Sichtermann: Das Fernsehen ist tot, es lebe das Fernsehen (2014)

- Das Sommermärchen 2006 [Fußball-WM in Deutschland] – es hat uns das Public Viewing beschert; Biergärten rüsteten nach und stellten gigantische Leinwände auf, sogar die Kneipe an der Ecke lockte mit einem Großbildschirm. Wie wichtig gerade Fußballfans das gemeinsame TV-Schauen ist, zeigt derzeit der Ärger der Kneipenwirte über die Erhöhung der Gebühren, die der Pay-TV-Sender Sky für die Sportbar-Lizenzen verlangt. So viel Aufhebens ums Fernsehen? Und das in einer Epoche, die dem Fernsehen so gern das Lied vom Tod vorspielt? Es gebe keine Zuschauergemeinden mehr, die Zielgruppen zerbröselten zu Individualglotzern, überhaupt würde Fernsehen vom Internet verschluckt. Es stimmt nur halb mit der Individualisierung des TV-Konsums, es gibt auch eine Gegenbewegung. Die Auguren, die sich gerne auf die Seite der jüngsten technologischen Entwicklung schlagen, erzählen uns seit Jahren: Fernsehen als Lagerfeuer ist passé. Wir haben jetzt die mobilen Endgeräte, die jeder Nutzer mit sich rumträgt und auf denen er fernschaut, wenn ihm danach ist. Wozu noch mit einer sperrigen Glotze das Wohnzimmer verunzieren? Der Mensch von heute ist in Bewegung, er will, wenn überhaupt, unterwegs fernsehen – in der U-Bahn, während eines Päuschens auf der Parkbank und, wenn erst das vollautomatische kommt, sogar im Auto.
- Was so ein prognostisches Szenario ausblendet, ist, dass auch der mobilste Mensch ein soziales Wesen bleibt und ein Bedürfnis nach dem Teilen und Mitteilen von Eindrücken auch beim Fernseh-Gucken empfindet. Das Public Viewing zu WM-Zeiten hat in Deutschland einen Vorläufer in Gestalt des gemeinschaftlichen „Tatort“-Guckens. Es ist gut möglich, dass die erstaunliche Karriere dieser Krimi-reihe, die vorgestern noch als altbacken galt, inzwischen aber der ARD Quotenhits beschert, auch deshalb so steil verlaufen konnte, weil sich vor Jahren schon Gruppen bildeten, die den Sonntagabend mit Bier und Stullen zusammen vor der Glotze verbrachten [...]. Der „Tatort“ wurde allmählich Kult. Was aber ist eine Kultsendung ohne Kultgemeinde? Von wegen Fernsehkonsum wird ganz und gar zu einer Sache Einzelner. Es gibt diesen Trend, aber den Gegentrend gibt es genauso.
- Die Auguren mit ihren Nasen im Wind der Zeit sagen ja noch etwas anderes in puncto Fernsehverhalten. Niemals würden sich die Nutzer der Zukunft vom Stundenplan der Sender vorschreiben lassen, wann sie fernsehen. Hier vollzöge sich eine enorme Emanzipation. Über Mediatheken und eigene Programmierung entlang individueller Präferenzen stellt sich der Konsument sein eigenes TV-Menü zusammen, er ist – hurra! – sein eigener Programmchef. [...] Aber ist dieser Trend tatsächlich eine Art Todesurteil für das lineare Fernsehen?
- [...] Wenn es stimmt, dass Fernsehen besonders stark ist, wenn es live ist, dann ist damit auch gesagt, dass es nicht egal ist, wann man fernsieht. Eine Live-Sendung, die später geschaut wird, ist nicht mehr live und damit nur noch halb so aufregend. Das gilt für Sportereignisse ebenso wie für Shows, ob Talk- oder Casting-, es gilt für Live-Reportagen und Nachrichten und viele Formate aus dem journalistischen Bereich, sogar für die Wetteransage.
- Für Spielfilme und Dokumentationen und andere Werke der Fernsehkunst gilt das nicht, aber auch hier spielt der Sendetermin, siehe „Tatort“, eine Rolle, weil das Bewusstsein, zu schauen, wenn alle schauen, die Wirkung eines Films beeinflusst. Es entsteht ein höherer Spannungsgrad sowie ein Gefühl von Relevanz. Deshalb ist es auch nicht egal, wann eine Sendung ausgestrahlt wird. [...] Wenn Gottschalk oder Lanz einen Wettkandidaten umarmt oder wenn der Pfarrer im TV-Gottesdienst seinen Segen spricht, so sind das letztlich keine weltbewegenden Ereignisse, aber sie transportieren, live gesendet, die Magie des Augenblicks, der qualitativ erfüllten Zeit. Und für die braucht es eben doch einen externen Programmchef, der dafür sorgt, dass die Kamera zugegen ist. Das Publikum weiß das auch, und es wird seinem linearen Fernsehen noch sehr lange die Treue halten, weil es das fallweise gemeinschaftliche Glotzen genauso reizvoll findet wie die mittelbare Zeugenschaft an einem nicht planbaren grandiosen oder tragischen Augenblick.

Quelle: Der Tagesspiegel vom 4. August 2014, <http://www.tagesspiegel.de/medien/technische-innovationen-das-fernsehen-ist-tot-es-lebe-das-fernsehen/10286234.html>