

# Informationsoffensive der Privaten?

---

Politische Diskussionsrunden in den privaten Sendern,  
Politisches Quartett, Maischberger,  
Böhme

Ein Referat im Rahmen des Seminars „Medien im Wahlkampf. Theorien und Befunde zur medialen Inszenierung des Politischen.“

Leitung Dr. Jürgen Grimm  
gehalten von Konstantin Somchenko und Britta Rohr

# Gliederung

---

- Fernsehen im Allgemeinen und Veränderungen in der Fernsehlandschaft nach der Einführung des dualen Systems.
- TV-Format: Politische Fernsehdiskussionen und Interviewsendungen
- Sender N-TV
- „Talk in Berlin“ mit Erich Böhme
- Sender N24
- „Das politische Quartett“
- Maischberger
- Fazit

# Politik im Fernsehen

---

- Fernsehen wird zum festen Bestandteil politischen Geschehens
- seit den 60er Jahren hat die aktive Teilnahme am politischen Geschehen abgenommen. Parallel dazu verbreitete sich das Fernsehen als Massenmedium.

# Politik im Fernsehen

---

- Kontakt zu den Politikern wird fast ausschließlich über das Fernsehen hergestellt. Sinkende Mitgliederzahlen bei den Parteien
- Mediatisierung von Politik
- Inszenierung des Politischen wird für das Publikum zur politischen Realität

# Leitmedium Fernsehen

---

- Das Fernsehen erreicht das größte Publikum, genießt den Ruf größter Glaubwürdigkeit, Vollständigkeit in der politischen Informationsvermittlung
- Aktualität und Authentizität werden durch durch Visualisierung des Geschehens erzielt.

# Einführung des dualen Systems

---

- Einführung des dualen Systems  
1984: Verdopplung des Programmvolumens;
- Unterhaltungsoffensive der Privaten; absolute Zunahme des politischen Informationsangebots
- Grenzen zwischen Information und Unterhaltung verschwimmen.

# Einführung des dualen Systems

---

- Spektrum von Politik im Fernsehen wird diffuser, heterogener

# Neues Genre: Infotainment

---

- =information und entertainment
- unterhaltsame und kurzweilige Präsentation informativer Inhalte
- Abgrenzung zu alten Informationssendungen, Verwendung neuer Montagetechniken, Bildästhetik und Intensität von Videoclips.

# Verschmelzen von Unterhaltung und Information

---

- Frage nach der Annäherung der öffentlich-rechtlichen an die privaten Sender.
- Einerseits: Konvergenzthese, andererseits immer größer werdende Kluft

# Auswirkungen auf die Formate politischer Information im Fernsehen

---

- Nachrichtensendungen und Magazine:
- Öffentlich-rechtliche bestreiten 2/3 des gesamten Nachrichtenangebots, Private besonders an „human interest“ und Sport interessiert
- Kaum Unterschiede in Visualisierung, Präsentation, Personalisierung, Inszenierung, Präsenz von Gewalt, durchschnittliche Beitragslänge

## Auswirkungen auf die Formate politischer Information im Fernsehen

---

- Politische Magazine und Infotainmentsendungen:
- Öffentl.-rechtl.: überwiegend politische Themen, Zielgruppe über 50;
- Private: Boulevard- u. Unterhaltungsthemen, Zielgruppe: 30-49 jährige

# Reaktionen der öffentlich-rechtlichen Sender auf die Unterhaltungsoffensive der Privaten

28.01.2002

- 1. Festhalten an klassischem, informativ sachlichem Konzept
- 2. Deplatzierung oder Entfernen von Politmagazinen aus dem Hauptprogramm
- 3. Kopie neuer Magazinangebote, Annäherung an Formate und Themenstrukturen der privaten Infotainmentsendungen

# Politische Fernsehdiskussionen

---

- - live gesendet
- von Moderatoren geleitet
- meist aktuelle politische Themen
- begrenzte Gesprächsrunden
- Teilnehmer: Politiker, Journalisten, Experten

# Vorteile politischer Diskussionsrunden

---

- Für Produzenten: -billige Produktion, bringen vergleichsweise hohe Einschaltquoten
- Für Zuschauer: haben „human touch“, liefern bestenfalls neue, verwertbare politische Informationen, zeigen Verhaltensmodi politischer Akteure

# Vorteile politischer Diskussionsrunden

---

- Für Politiker: Selbstdarstellung mit unmittelbaren Einflussmöglichkeiten auf Gesprächsführung, Themen usw.

## Interviewsendungen als Form der politischen Diskussion?

---

- Ähnlich wie bei Diskussionsrunden:  
geringe Kosten, Erwartungshaltungen
- hohe  
Selbstdarstellungsmöglichkeiten
- Unterschied: Teilnehmerzahl, Frage-  
Antwort-Ritual
- „confrontainment“

## Negativentwicklung des Images politischer Information im TV

---

- Im allgemeinen ist eine Negativentwicklung festzustellen
- Informationsinteresse bleibt zu Lasten des Imageinteresses der Politiker auf der Strecke
- immer öfter fernsehgerechte „Politikinszenierung“
- sinkendes Vertrauen in Politik, Politiker, Parteien, besonders bei ohnehin schon wenig Interessierten.

# Sender **n-tv**

---

- **Informationen zum Sender:**  
Nachrichten rund um die Uhr - zu jeder vollen und halben Stunde.
- Besonders populär ist der Sender bei der Berichterstattung von Großereignissen. Auch Wetter und Sportnachrichten, sowie intensive Berichterstattung über Wirtschaft und Börse sind Markenzeichen von N-TV.

# Sender n-tv

---

- in der Berichterstattung über Weltweite Geschehnisse ist N-TV dank seiner Zugehörigkeit zu CNN ungeschlagen.

# Sender **n-tv**

---

- **Sendestart:**01.10.1992
- **Gesellschafter:**
  - CNN Network (25,5 %)
  - Handelsblatt (25,1 %)
  - AOL/Time Warner (24,3 %)
  - Siemens-Nixdorf (18,9 %)
  - Andere (6,2 %)

# Sender n-tv

---

- **Verbreitung:** Bundesweit über Kabel und Satellit
- **Format:** Nachrichten, Informations- und Wirtschaftssendungen.

# Sender **n-tv**

## Programmbestandteile

---

- Nachrichten und der Bereich Politik 45 %
- Meldungen aus der Wirtschaft 13%
- Börsennachrichten 15 %
- Sport 7 %
- Wetter 6%
- Magazine 14

# Sender **n-tv**

---

- **Zielgruppe:** Zuschauer ab 25 Jahre mit Interesse an Wirtschaft, Börse und „New Economy“ sowie Freiberufler, Börsenhändler, Beamte.

# „Talk in Berlin“ von n-tv

---

- Erstsending am 7. Januar 1990 bei SAT.1  
Name der Sendung "Talk im Turm"
- Moderation: zuerst im Wechsel mit drei Kollegen, später wurde allein von Erich Böhme moderiert
- Erich Böhme: war 17 Jahre lang Chefredakteur des "Spiegel" und vier Jahre lang Herausgeber der "Berliner Zeitung".

## „Talk in Berlin“ von n-tv

---

- Wechsel: seit Januar 2000 setzte Erich Böhme seine Gesprächsrunde unter dem Titel "Talk in Berlin" auf dem Nachrichtensender n-tv fort.
- Ab Oktober 2002 wird die n-tv-Sendung "Talk in Berlin" nicht mehr von Erich Böhme moderiert. Nachfolger: ehemalige ZDF-Chefredakteur Klaus Bresser.

## „Talk in Berlin“ von n-tv

---

- Produktionsfirma der Sendung – AVE
- AVE produziert unter anderem die Sendungen „Friedmann“ bei ARD, „Vorsicht Friedmann“ bei dem Hessischen Rundfunk und „Grüner Salon“ mit Erich Böhme und Heinz Eggert bei n-tv.

# „Talk in Berlin“

---

- Live-Charakter der Sendung von Bedeutung
- Studiopublikum ist anwesend

# Sender N24

---

- **Sendestart:** 24. Januar 2000
- **Gesellschafter:**
  - ProSieben-SAT.1 Gruppe (75%)
  - Frankfurter Allgemeine Zeitung (25%)

# Sender N24

---

- **Verbreitung:** In Berlin, München und in Teilen von NRW rund um die Uhr im Kabel, in Hamburg von 1-17 Uhr im Kabel. Bundesweit über Satellit
- **Format:** Produktion der Nachrichten von Pro 7 und Kabel 1.  
Dank großer Werbekampagnen und Trailern auf allen Kirch-Sendern ist N24 schon sehr populär, obwohl seine Reichweite sehr gering ist.

# „Das politische Quartett“

---

- Sender startete seinen Dienst am 24.01.2000 und seit Beginn an läuft auch das Talk-Magazin "Das politische Quartett".
- Zielgruppe der Sendung: Männer zwischen 20 bis 55 Jahren
- Sendetermin: Samstag 12.15 Uhr (Wdh. 19.15 Uhr; Sonntag 00.15 , 07.15 Uhr; Montag 03.15 Uhr)

# „Das politische Quartett“

---

- Talkrunde besteht aus vier Journalisten
- Treffen einmal wöchentlich in Berlin, um über das politische Geschehen der letzten Woche in der Hauptstadt und im Rest der Republik zu diskutieren.

# „Das politische Quartett“

---

- Eckhard Fuh von der „FAZ“
- Martin S. Lambeck von der „Welt am Sonntag“
- Ulli Deupmann von der „Berliner Zeitung“
- Stefan Kornelius von der „Süddeutschen Zeitung“
- Martina Fietz von „Bunte“
- Peter Limbourg von „N24“
- Bascha Mika von „TAZ“

# „Das politische Quartett“

---

- **Raum:** Das Gespräch verläuft in einem geschlossenenem Kreis. Es gibt kein Studiopublikum.
- Moderator: Peter Limbourg

# „Das politische Quartett“

---

- „Fazit“ zur Sendung:
  - Live-Charakter spielt bei dieser Sendung eine untergeordnete Rolle
  - Die Rolle des Quartetts bei den Diskussionen beschränkt sich auf das kritische beleuchten des Geschehens

# Die Sendung „Maischberger“ auf n-TV

- existiert seit 2000
- Produziert von „probono“ (F.Küppersbusch)
- Einschaltquoten bei 0,5-1,3%
- „tagesaktuelles Geschehen“, „Gäste des Tages“
- Mo.-Do. 17.15, .20.15, .00.15, 3.15 Uhr  
Freitags um 17.15 Uhr „Maischberger Kompakt“ mit den besten Gesprächen der Woche



# Sandra Maischberger



- Geboren 1966
- 1987-1989 Ausbildung zur Redakteurin an der deutschen Journalistenschule München
- 1985-1993 Freie Mitarbeit beim Bayrischen Rundfunk
- 1988 Mitarbeit bei Tele 5
- 1989 Jugendsendung „live aus dem Schlachthof“ BR
- 1991 Moderation „Talk im Turm, SAT1
- 1992 Moderation des täglichen Interviewmagazins „0137“ bei Premiere

# Sandra Maischberger

---

- 1993/1994 Konzeption und Moderation der wöchentlichen Sendung „Spiegel TV“
- 1996 Moderation der Spiegel-TV Sendung „Freitag Nacht“ bei Vox
- 1997 „Greenpeace TV“ bei RTL
- seit Januar „maischberger“ bei n-tv

# Informationsoffensive der Privaten? Fazit

---

- Politik im Fernsehen wird immer mehr simplifiziert, visualisiert, personalisiert und ritualisiert
- Politische PR wird professioneller
- Zunehmende Präsenz von Spitzenpolitikern im Fernsehen prägen Akzeptanz der Zuschauer, führen zu größerer Selbstdarstellungsmöglichkeit und höherer Darstellungskompetenz der Politiker

# Informationsoffensive?

---

- Produktionsfirmen produzieren sowohl für Öffentlich-Rechtliche als auch für Private,
- Werbeblöcke als wesentlicher Unterschied
- Ähnliche Themen- und Personenauswahl
- Teilweise unterschiedliche stilistische Umsetzung
- Öffentlich-rechtliche Informationsprogramme genießen größere Akzeptanz, Private versuchen nachzuziehen