

Ellen Hofmann

Der Prix und seine Folgen

Im elektronischen Medienmarkt, geprägt durch die Zulassung privater Anbieter und durch die Verknappung finanzieller Mittel bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern, ist die Diskussion um die Qualität des Kinder- und Jugendfernsehens in Gang gekommen. Ein Forum dafür sind die internationalen Wettbewerbe. Was bedeutet eine Auszeichnung für den weiteren Weg des Programms? Gibt es einen Konsens über Qualität? Wird Qualität durch Prämierungen gesichert? Wie wirken preisgekrönte Sendungen auf das Programmumfeld?

Beginnen wir mit einem Vergleich, der zeigt, daß es vordegründig nicht allzuviel zu vergleichen gibt. 1980 wurde eine neue Art von Zeichentrickfilm aus der Reihe *Janoschs Traumstunden* (*Oh wie schön ist Panama*) mit dem Prix Jeunesse ausgezeichnet und anschließend in 25 Länder verkauft. Material aus der *Sendung mit der Maus* ging in insgesamt 70 Länder. Die *Maus* war in Bratislava beim Prix Danube 1983 erfolgreich, gewann den begehrten Preis des kanadischen Banff Television Festivals und wurde vor einigen Wochen mit dem bundesdeutschen Adolf-Grimme-Preis in Gold ausgezeichnet. Einen Grimme-Preis für 1988 trug auch eine von Michael Steinbrecher moderierte Diskussionsrunde aus der ZDF-Jugendreihe *Doppelpunkt* davon.

International wird die Fortüne vermutlich ausbleiben: Im Gegensatz zu den millionenschweren WDR-Projekten eignet sich das Live-Gespräch, das ganz ohne Experten auskam und um ein Tabuthema kreiste (Homosexualität), kaum für den internationalen Kaufmarkt.

Grundkonsens in Sachen Qualität

Dennoch haben die unterschiedlichen Preisträger einiges gemeinsam. Die Statuten aller Wettbewerbe, auch die der Asian Broadcasting Union (ABU) aus dem asiatisch-pazifischen Raum für den ABU-Preis und der Japan Broadcasting Corporation für den Japan-Preis, führen die Auszeichnung qualitativ hochwertiger Programme und die Ermutigung zu niveauvoller Arbeit als ein wesentliches Ziel ihrer Bemühungen an (s. a. S. 22).

Wenn es um Qualität geht, finden also *Janosch*, die *Maus* und der heikle Bereiche bearbeitende *Doppelpunkt* wieder zusammen. (Ein schlechtes Programm, so lautet jedenfalls die übereinstimmende Auskunft verschiedenster Programmverantwortlicher, hat noch nie einen Preis gewonnen.) Qualität ist die Voraussetzung für die Teilnahme am Wettbewerb, die Grundlage, auf der dann gestritten wird.

Was aber ist nun diese Grundlage, die Qualität genannt wird, genau? In dieser Frage zeichnet sich ein Grundkonsens der Befragten ab. »Qualität läßt sich feststellen an dem Einverständnis zwischen mehreren Fachleuten darüber, daß es sich um ein inhaltlich, formal und ästhetisch gelungenes Produkt handelt« (Enrico Platter, WDR). »Wer in einer Jury sitzt, weiß sofort, an welchen Programmen er nicht vorbeikommt. Überraschungen gibt es eher im Mittelfeld...« (Roland Diehm, SWF). »Fachliche Parameter sind innerhalb Europas nicht umstritten. Zu fragen ist, ob die Idee eine Geschichte trägt, ob die Recherchen solide sind, ob Aufbau, Schnitt und Dramaturgie stimmen« (Jürgen

Weitzel, NDR). »Wer vom Fach ist und Erfahrung hat, der hat eine Nase für Qualität...« (Marianne Brink, ZDF).

Wer sich über Fragen des Handwerks hinaus auf Inhalte einläßt, tut sich mit dem Grundkonsens schon schwerer: »Was Qualität ist, ist selbst in der ARD umstritten. Welche Programme machen Kindern Spaß, Mut, lösen Probleme? Welche nehmen die Kinder ernst in ihrem Lebensgefühl, in dem, was sie bewegt oder ihnen Angst macht? Wecken sie Kunstverständnis? Wie steht es mit der Ästhetik? Danach sollte man sich orientieren« (Meyen Wachholz, SFB). »Darüber hinaus sollten gute Programme den demokratischen Gedanken fördern, Militarismus und Rassismus keinen Vorschub leisten, sondern bekämpfen...« (Ada Haug, Norwegisches Fernsehen).

Von der Preisverleihung zur Ausstrahlung – so läuft es fast nie

Der innereuropäische Grundkonsens, der zumindest über medienspezifische Grundfragen erreicht worden ist, die Ausweitung der Sendezeiten und der meist ein bis zwei Jahre umfassende Zeitraum, der von der Fertigstellung einer Sendung oder eines Films bis zur Prämierung vergeht – das sind drei Faktoren, deren Zusammenwirken ein überraschendes Ergebnis ergeben kann. Zahlreiche Beiträge sind nämlich schon vor ihrer Auszeichnung von kundigen Spähern entdeckt und gekauft worden. So führt ZDF-Redakteurin Marianne Brink, die pro Jahr 5000 Sendeminuten (ohne Wiederholungen) zu füllen hat, eine ganze Reihe von Titeln an, deren Rechte schon vor den Wettbewerben

an das ZDF gegangen sind. Dazu gehört unter anderen der viermal ausgestrahlte, wunderbar gezeichnete *Schneemann*, an dessen Hand ein kleiner Junge eine Traumreise unternimmt. Dieser *Schneemann* wurde unter erheblichem finanziellen Aufwand vom unabhängigen britischen Channel Four gezielt für den Verkauf hergestellt, und er gehörte 1984 zu den Prix Jeunesse-Gewinnern. Das ZDF behielt die Nase vorn, weniger finanzstarke Interessenten wie der NDR hatten das Nachsehen.

Ähnlich wie beim *Schneemann* griff das ZDF bei zahlreichen anderen preiswürdigen Sendungen lange vor der Prämierung zu. Beispiele:

- *Herr Bohm und der Hering* (Schweden), der nach dem Prix Jeunesse 1988 von den Schweizern gekauft wurde
- *Tungekysset* (Zungenküsse) aus Norwegen
- *Griff Makes a Date* (Vom Umgang mit geistig Behinderten, Kanada)
- *Ann of Green Gables* (die Geschichte eines schwierigen Waisenkindes, USA)
- *Der Rattenfänger von Hameln* (Großbritannien)

Greifbare Ergebnisse

Wenn nun ein Beitrag beispielsweise von den WDR-Direktoren für den Prix Jeunesse nominiert, von den Chefs der ARD-Familienprogramme in geheimer Wahl zur Einreichung bestimmt und schließlich dann noch ausgezeichnet wird (wie 1988 das Schülermagazin *Moskito* des SFB), dann beobachten wir einige Konsequenzen, die für alle diese Sendungen gelten.

Wenn sie, versehen mit dem Qualitätsstempel, auf den Markt kommen, werden sie von interessierten Programmverantwortlichen schneller

und mit mehr Interesse in Augenschein genommen als andere Sendungen. Außerdem steigt der Verkaufspreis leicht an.

Preisgekrönte Programme lassen sich – gewagte Themen, unkonventionelle Darstellung – gegenüber Bedenkenträgern in der jeweiligen Senderhierarchie besser durchsetzen. Einkäufer wissen dies als willkommene Rückendeckung zu schätzen.

Der produzierende Sender nimmt die Auszeichnung fast immer zum Anlaß für eine Wiederholung, meist für eine mehrfache. Während die mit dem Grimme-Preis bedachte Diskussionsrunde des ZDF direkt nach der Auszeichnung im Kabelprogramm 3SAT zweimal wiederholt wurde, dauert es beim SFB ganze zwei Jahre, bis ein preisgekrönter *Moskito* nochmals über den Bildschirm flimmert. Auch im Binnenbereich fördert der Preis selbstverständlich das Renommee der Beteiligten. Die Autoren dürfen mit interessanten Anschlußaufträgen rechnen. Für die Dokumentaristen Gumm und Ullrich war der Grimme-Preis in Bronze für den *Zirkus voller Abenteuer* (1986) der Durchbruch.

Die Macht der Raster

Welche Karriere nun genau einem ausgezeichneten Beitrag beschieden ist, hängt von zahlreichen unterschiedlichen Einflüssen ab. Der bedeutendste ist der kulturelle Hintergrund, der Fernsehleute und junge Zuschauer gleichermaßen prägt. Nehmen wir die Geschichte der beiden Charlies (*A Couple of Charlies*). Das von der Central TV in Birmingham produzierte Stück wurde zwar hochgelobt und im Rahmen des Prix Jeunesse 1988 mit dem UNICEF-Sonderpreis bedacht, aber diesseits des Kanals hat es keine Chance. Weder für Ma-

rienne Brink (ZDF) noch für Verena Billeter, Leiterin des deutschsprachigen Kinderprogramms beim Schweizer Fernsehen, ist die Geschichte sendefähig. Der Grund: Die Thematisierung von Kindesmißhandlung sei zwar verdienstvoll. Die Leidensgeschichte des Schülers Charlie ist jedoch unübersehbar im britischen Milieu angesiedelt. Da die Darstellung von körperlicher und seelischer Gewalt, die Eltern gegenüber ihren eigenen Kindern ausüben, für das Fernsehen zu den allerschwierigsten Themen zählt, verlangt der Gegenstand zuviel an gedanklicher Übersetzung.

Dennoch: Das Schicksal der viel zu vielen Charlies wirkt bei ZDF und DRS mittelbar, und zwar nachhaltig. Verena Billeter hat eine Zusammenarbeit verschiedener Redaktionen zum Thema Kindesmißhandlung angeregt, und auch Marianne Brink spricht von der Notwendigkeit, einen für hiesige Verhältnisse angemessenen Beitrag herzustellen.

Als für die Schweiz nicht geeignet bezeichnet Frau Billeter auch das norwegische *Tungekysset*, den Berliner *Moskito* («Teenager-Sendungen müssen wir selbst machen») und den eindringlichen, gegen die Zensurbestimmungen Südafrikas gedrehten Dokumentarfilm von Trudy van Keulen (VPRO, Niederlande), der schwarze und weiße Kinder vor der Kamera berichten läßt. *Kinder in Südafrika* wurde vom ZDF nach der Auszeichnung mit dem Prix Jeunesse der Kategorie Information erworben, nachdem der Südwestfunk, ursprünglich interessiert, abgewunken hatte. »Wir haben Dokumentarfilm für Kinder in der Programmplanung nicht vorgesehen«, begründet dies Roland Diehm.

Da hätten wir nun, nach Kul-

tur und Finanzplanung, das Programmschema als dritten Raster, durch den ein niveauvoller Beitrag vor der Ausstrahlung (ent)fallen kann.

Das Schülermagazin *Moskito*

Mit schnellen Schnitten, Musikfilmen, Spiel- und Dokumentarszenen sowie mit (Zeichen-)Tricks arbeitet das themenzentrierte Schülermagazin des SFB. Nachdem der flotte *Moskito* (Untertitel: »Nichts sticht besser«) 1988 den Prix Danube und den ABU-Preis und dann auch noch einen Sonder-Prix-Jeunesse erhalten hatte, war das internationale Echo groß. Die Skandinavier kauften, Israel und Hongkong traten in Verhandlungen ein. Über den Verkauf der Produktion hinaus gab es weitere Reaktionen. Mitarbeiter eines niederländischen Schulbuch-Verlags schnitten *Moskito*-Sendungen mit, um den Deutsch lernenden Niederländern ein authentisches Bild von Nachbars Teenagern und deren Sprache zu vermitteln. Nach dem Prix Jeunesse nahm der Plattenriese CBS die an den Musikfilmen mitwirkenden »Ärzte« unter Vertrag. Platten und Videokassetten mit dem Stechmücken-Signet sind jetzt am Markt.

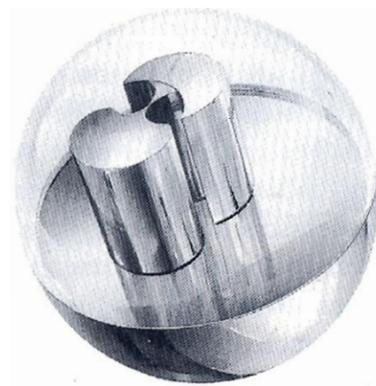
Im SFB selbst erging es dem *Moskito*-Team wechselhaft. Der Prix Jeunesse für einen Beitrag über die schrecklich-schöne Zeit der ersten Liebe fiel in eine Zeit, in der das aufwendig produzierte Magazin in finanzielle Bedrängnis geraten war. »Bei den Verhandlungen um den Etat für 1989 hat man eingesehen, daß wir eine gute Sendung machen. Hier hat uns der Preis sehr geholfen«, berichtet die verantwortliche Redakteurin Meyen Wachholz. Als im SFB wieder einmal ernsthaft gespart werden mußte, traf es

Der Prix und seine Folgen

den *Moskito* heftig. Bitteres Resümee der Redakteurin: »Das Schließen der sogenannten Mittagslücke in der allgemeinen Sendezeit«, klagt Meyen Wachholz, »kostet Geld – zu Lasten der Familienprogramme. Letzten Endes hat uns der Preis dann doch nicht geholfen.«

Eine Lanze für die Wettbewerbe

Obwohl nicht alles, was bisher zur Sprache kam, sehr schmeichelhaft für die Wettbewerbe und ihre Auszeichnungen ausfällt (Jürgen Weitzel/NDR: »Der schönste Preis ist immer noch, jeden Tag geguckt zu werden.«), spielen Prix Jeunesse und andere eine wichtige Rolle bei Qualitätsfragen im Fernsehgeschäft. Ohne internationalen Austausch über Formen und Inhalte und ohne die Lust auf das mit den Auszeichnungen verbundene Renommee wären die Standards wesentlich schwieriger weiterzuentwickeln. Programmverantwortliche nehmen die bereinigende Wirkung der Wettbewerbe gerne mit; schon allein, um bei Geschmack zu bleiben.



DIE AUTORIN

Ellen Hofmann ist freie Journalistin und unter anderem Mitarbeiterin der Medienseite der Süddeutschen Zeitung.