

# pro media

- > Missmut bei Dokumentarfilmern
- > Web-TV wächst und wächst
- > MTV wieder im Free-TV

Das medienpolitische Magazin *Januar 2018* 21. Jahrgang, A 43668

## Medienpolitik 2018

## Das

# Rundfunksystem modernisieren



Karola Wille



Bernd Holznagel



Florian Hager



Cornelia Holsten



Klaus Goldhammer



Oliver Castendyk



Carsten Fiedler

# „Wir reden nicht über irgendein Nischenprogramm“

- *Dokumentarfilmer fordern, Pflicht für Dokumentarfilme im Staatsvertrag festzuschreiben*
- *Defizite vor allem bei längeren Dokumentarfilmen für Kinder und Jugendliche*

Interviews mit Thomas Frickel, Geschäftsführender Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm (AG DOK), und Dr. Frauke Gerlach, Direktorin des Grimme Instituts

*In der Branche der Dokumentarfilmer herrscht Missmut. Das Format spiele im Fernsehen eine untergeordnete Rolle, beklagen sie. Lange Dokumentationen würden zu spät und zu selten gesendet. Respekt und Anerkennung seitens der Sender fehlten, die Bezahlung sei schlecht. Das Erste hält aktuell zwölf Sendeplätze pro Jahr für lange Dokus bereit, hinzu kommen Sonderprogrammierungen sowie Sendeplätze in den Dritten Programmen. Im ZDF sieht es noch düsterer aus: Neben dem „kleinen Fernsehspiel“ mit zehn Dokumentarfilmen im Jahr gibt es aktuell keinen Sendeplatz für lange Dokumentationen. Deshalb trafen sich Verantwortliche von ARD und ZDF mit Dokumentarfilmern zu einer Diskussionsrunde des Grimme-Instituts, um – wieder einmal – über den Ernst der Lage zu sprechen.*

## **Thomas Frickel, Geschäftsführender Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm (AG DOK)**

**promedia:** Herr Frickel, Sie kritisieren seit längerem, dass bei ARD und ZDF Dokumentarfilme mit gesellschaftlicher Relevanz fehlen. Was hat sich daran, auch dank Ihrer Kritik, geändert?

**Frickel:** Leider gar nichts. Das ZDF bietet in seinem Hauptprogramm schon lange gar keinen Dokumentarfilm-Sendeplatz mehr an, und die ARD stopft 12 Produktionen im Jahr als Lückenbüßer ins Sommerloch – dann, wenn die Talkshows Pause und die Zuschauer Urlaub machen. Nicht einmal in der ARD-Themenwoche findet der lange Dokumentarfilm in der Prime-Time einen Platz.

Aber wenn es darauf ankommt, in Sonntagsreden das öffentlich-rechtliche Profil und die kulturelle Kompetenz herauszustellen, wird er auf einmal unheimlich wichtig. Auf die Spitze treibt es die ARD mit ihrem jährlichen Wettbe-

werb „Top oft he Docs“: Einmal im Jahr wird da mit großem Brimborium in Form eines Preisausschreibens der Auftrag zu einem langen Dokumentarfilm vergeben. Geht’s noch? Dokumentarfilme zu finanzieren und zu senden, ist doch kein Lotteriespiel, sondern der gesetzliche Auftrag des gebührenfinanzierten Fernsehens! Und zwar nicht nur einmal



**Thomas Frickel**  
Geboren: 1954  
Studium Germanistik, Publizistik und Soziologie  
Freier Journalist mit den Schwerpunkten Kultur und Geschichte  
Seit den 70er Jahren Autor, Regisseur und Produzent zahlreicher Kurzfilme, Fernsehproduktionen und programmfüllender Kino-Dokumentarfilme  
Seit 1986 Vorsitzender und Geschäftsführer der Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm (AG Dok)

im Jahr, sondern jede Woche...

**promedia:** Wo sehen Sie die Ursache für die unbefriedigende Situation?

**Frickel:** Im ungebrochenen Quotenwahn, der die deutschen Funkhäuser regiert.

Professor Kirchhof hat in seinem Gutachten zur Begründung der Haushaltsabgabe ausdrücklich verlangt, „dass sich das Programm an publizistischen Zielen, insbesondere an dem der Vielfalt, orientiert, und zwar unabhängig von Einschaltquoten und Werbeaufträgen“. Die Ablehnung des Quotendenkens hat Kirchhof in seinem Gutachten wiederholt

ausformuliert – verbunden mit der Forderung nach Vielfalt oder Identifizierbarkeit öffentlicher Programme ist sie für ihn eine *conditio sine qua non* der gegenwärtigen Rundfunkfinanzierung. Seine Ideen von der Umstellung von der früheren Rundfunkgebühr zu einer allgemeinen Beitragsfinanzierung haben sich Politiker und Sender gerne zu eigen gemacht.

Aber sie haben das Kleingedruckte nicht gelesen. Es wird Zeit, das endlich einzufordern und, wenn nötig, im Rundfunkstaatsvertrag festzuschreiben.

**promedia:** Wie ist das Angebot von

Dokumentarfilmern und Dokumentarfilmproduzenten an solchen Stoffen? Könnten die Sender aus dem Vollen schöpfen, wenn sie wollten?

**Frickel:** Natürlich. Allein in Deutschland kommen Jahr für Jahr rund 80 programmfüllende Dokumentarfilme ins Kino – ganz zu schweigen von den zahlreichen tollen Filmen, die der internationale Markt zu bieten hat. Da sollte es nicht schwerfallen, jede Woche einen spannenden Dokumentarfilm ins Programm zu hieven.

**promedia:** Wie können diese Formate gestärkt und gefördert werden?

**Frickel:** Die Programmverantwortlichen der Sender, insbesondere die Fernsehdirektoren, müssen erkennen (und endlich auch akzeptieren), dass wir hier nicht über irgendein Nischenprogramm, sondern über eine gleichberechtigte Säule des öffentlich-rechtlichen Funktionsauftrags reden. „Gleichberechtigt“ heißt in diesem Fall, dass diese Programme nicht schlechter behandelt werden dürfen als andere Programm-Sparten – zum Beispiel Unterhaltung oder Sport.

Es kann doch nicht sein, dass für Sportberichterstattung – also für ganze 8 Prozent der Sendezeit im „Ersten“, über 23 Prozent des Budgets draufgehen, während zwei Drittel der dokumentarischen Sendungen, die man in den öffentlich-rechtlichen Kanälen zu sehen bekommt, von den Sendern nicht voll finanziert werden. Keinem „Tatort“-Produzenten würde man abverlangen, 40, 60 oder 80 Prozent seines Budgets selbst mitzubringen – bei Dokumentarfilmen hält man das offenbar für selbstverständlich.

Zum anderen wäre es wichtig, dass die Sender den Dokumentarfilm als ergebnisoffenen, differenzierten Blick auf die Wirklichkeit nicht länger in den entlegensten Winkeln ihres Programmangebots verstecken, sondern dass sie ihn so präsentieren, wie es einem Premium-Produkt gebührt: zu akzeptablen Sendezeiten, und mit dem gleichen Werbeaufwand, mit dem Tag für Tag die Krimiflut im Ersten beworben wird. Das breite Publikum, über Jahre hinweg dem Genre systematisch entwöhnt, muss die Besonderheiten des dokumentarischen Blicks erst wieder neu entdecken. Das kommt nicht von alleine.

**promedia:** Die Länder diskutieren gegenwärtig über eine Novellierung des Auftrags für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Sehen Sie das als Chance, dass längere, abendfüllende Dokumentarfilme künftig mehr Beachtung im Programm finden?

**Frickel:** Selbstverständlich. Auch uns ist aufgefallen, dass die Sender in ihren Antworten an die Kultusministerkonferenz fast nur auf wirtschaftliche Strukturen abheben, den „Auftrag“ dabei rein technologisch definieren und sich vor allen konkreten Aussagen dazu drücken, wie sie ihre gesellschaftliche Rolle und vor allem ihren gesellschaftlichen Mehrwert, den so genannten „public value“, verstehen. Die deutsche Medienpolitik ist daran nicht unschuldig, denn sie hat den Interpretati-

**„Dokumentarfilme zu finanzieren und zu senden, ist doch kein Lotteriespiel, sondern der gesetzliche Auftrag des gebührenfinanzierten Fernsehens.“**  
**Thomas Frickel**

onsspielraum der Auftragsbeschreibung unserer Auffassung nach zu weit gefasst. Wir meinen: Eine Konkretisierung des Funktionsauftrags ist möglich, ohne in die Programmhoheit der Sender einzugreifen. Warum soll im Auftrag eines öffentlich-rechtlichen Rundfunksystems nicht auch das Wort „Dokumentarfilm“ auftauchen? Und warum sollte, nachdem die Unwucht in der senderinternen Mittelverteilung seit Jahren erkannt ist, nicht durch klare Vorgaben geregelt werden können, dass es für Moderatorenhonorare und Sportrechtekäufe finanzielle Grenzen gibt? Oder dass ein bestimmter Prozentsatz der Programmbudgets für den Ankauf frei produzierter Filme aufgewendet werden muss?

Wer die medienpolitische Debatte der letzten Monate genau verfolgt, weiß, dass es dieses Mal nicht mit einem einfachen „weiter so“ getan ist. ARD und ZDF werden sich bewegen müssen – nicht zuletzt in Richtung des Dokumentarfilms.

**Dr. Frauke Gerlach,**  
**Direktorin des Grimme Instituts**

**promedia:** Frau Gerlach, warum halten Sie Dokumentarfilme für einen wichtigen Auftrag öffentlich-rechtlicher Program-

mangebote?

**Gerlach:** Der Dokumentarfilm hat eine besondere Qualität und erfüllt einen spezifischen Zweck: Er nimmt sich Zeit – sowohl mit der Recherche, als auch mit der Erzählung. Hintergründe und Perspektiven von aktuellen oder historischen Ereignissen leuchtet er ebenso aus wie vermeintliche Wahrheiten oder Skandale. Dabei sucht (und findet) er immer wieder neue Erzählformen. Das Storytelling zielt zuvorderst jedoch nicht auf Unterhaltung, sondern auf Aufklärung und Bildung. Ein gelungenes Stück bietet dabei Grundlagen für die eigene Meinungsbildung oder erschüttert eingefahrene Denk- und Argumentationsmuster.

Damit erfüllen Dokumentarfilme den Bildungs- und Integrationsauftrag des Öffentlich-Rechtlichen Rundfunks und liefern Bausteine für gesellschaftliche Willensbildungsprozesse. Neben der Information, dem fiktionalen Erzählen, der Unterhaltung, dem Sport- und dem Kulturprogramm sollte die Dokumentation und der Dokumentarfilm daher wieder zum sichtbaren Portfolio eines öffentlich-rechtlichen Programms gehören – und zwar für Erwachsene wie für Kinder und Jugendliche.

**promedia:** Der Anteil von Bewegtbildangeboten, die über das Internet konsumiert werden können, nimmt von Jahr zu Jahr zu, darunter sind auch Dokumentarfilme. Warum reicht das nicht aus?

**Gerlach:** Bevor Dokumentarfilme im Internet konsumiert werden können, müssen sie zunächst einmal produziert werden. Gesellschaftlich wichtige Stoffe, die für Dokumentarfilme recherchiert, aufbereitet und in eine zum Thema passende Bildsprache umgesetzt werden, sollten dabei auf allen Ausspielwegen ihren Platz finden. Dies gehört aus meiner Sicht zum Auftrag des Öffentlich-Rechtlichen Rundfunks.

Den großen Dokumentarfilm allein im Netz zu verbreiten, reicht nicht aus. Nach wie vor hat der Öffentlich-Rechtliche Rundfunk eine Integrationsfunktion. Dies hört sich nur im ersten Moment gestrig an. Mit der Diversifizierung der Gesellschaft bedarf es allerdings einer großen Anstrengung, gesellschaftliche Debatten – jenseits des Tagesereignisses oder der Vertiefung solcher Ereignisse – auch zu initiieren. Damit spreche ich in keiner Weise gegen die Verwertung im Netz, in den Mediatheken der Sender oder auf anderen Plattformen – ganz im Gegenteil: Positiv ist deshalb aus meiner Sicht das laufende Experiment des WDR mit dem Dokukanal auf YouTube oder auch der Hinweis „Must See“, womit in der ARD Mediathek auf

beachtenswerte Dokumentationen hingewiesen wird.

Wir dürfen uns aber nicht – und schon gar nicht aus Kostengründen – den Plattformlogiken bzw. den Algorithmen der Streamingdienste-Anbieter, deren Aufmerksamkeitsökonomien und



**Dr. Frauke Gerlach**

Geboren: 1964  
Studium Rechtswissenschaften  
1998 - 2014 Justiziarin von B 90/  
Die Grünen im Landtag NRW  
2005 - 2014 Vorsitzende der Medienkommission der LfM NRW  
2010 - 2014 Vorsitzende des Aufsichtsrates der Film- und Medienstiftung NRW  
2011 - 2014 Vorsitzende des Aufsichtsrats des Grimme-Instituts  
Seit 2014 Direktorin des Grimme-Instituts

Entlohnungsmodellen, unterwerfen. Die aktuellen politischen und gesellschaftlichen Fragen brauchen mehr denn je Formate, die uns umfassende Perspektiven bieten, die wir auch aufgrund transparenter Autorenschaft und Intention für uns einzuordnen wissen. Zur Verwertungskette gehört aber auch das Kino. Die Kinoverwertung leistet nach wie vor einen wichtigen Beitrag zur öffentlichen Wahrnehmung.

**promedia:** ARD und ZDF weisen jährlich anhand von Statistiken nach, dass in ihren Programmen sehr viele Dokumentationen laufen: Von „Deutschland von oben“ über „Tiere in den Bergen“ bis zum „Montags-Check im Ersten“ oder „Dynastien – die Underbergs“. Sind diese Dokumentarfilme, die auch auf ein großes Zuschauerinteresse stoßen, 2. Wahl?

**Gerlach:** Das Gesamtangebot macht die Qualität aus. Es geht ja darum, auf ganz unterschiedliche Weise zu informieren und die Zuschauerinnen und Zuschauer dabei auch zu unterhalten. Vieles was wir sehen, wird unter den Begriff Dokumentation gefasst, ist aber handwerklich anders einzuordnen und wird so aufbereitet, dass Stoffe personalisiert werden und schlussendlich die Unterhaltung im Vordergrund steht.

Es macht auch keinen Sinn, alle non-fiktionalen informativen Angebote unter dem Label „Dokumentation“ zu fassen. Der Begriff wird so überdehnt und damit unscharf, dies erschwert die Debatte. Der „Montags-Check im Ersten“ etwa ist eine massentaugliche Verbrauchersendung, die überwiegend reportagehaft arbeitet. Eine Dokumentation ist es eher nicht. Und das würden die Macher vermutlich auch nicht für sich in Anspruch nehmen.

Der Dokumentarfilm charakterisiert

häufig grundlegende, zeitlich aufwendige Recherchen, den Aufbau von Nähe und Vertrauen zu den Protagonisten, ästhetische und formale Innovationen. Das braucht Zeit. Und es braucht eine Redaktion, die einem Autor bzw. einer Autorin den Rücken stärkt – inhaltlich,

juristisch, finanziell und persönlich – sowie einiges an Durchhaltevermögen, insbesondere wenn es um unbequeme Wahrheiten geht. Ich spreche von Filmen wie z.B. „Camp 14“ oder ganz aktuell der Film „Das System Milch“ oder der vielfach preisgekrönte Dokumentarfilm „More than Honey“. Sie sind in Form und Inhalt mit einer Reihe wie „Check im Ersten“, die selbstverständlich auch ihre Berechtigung hat, nicht zu vergleichen. Das sind einfach Birnen und Äpfel.

Dabei muss man einräumen: Dokumentarfilme sind in der Regel schwerer zu konsumieren, wir werden als Zuschauerinnen und Zuschauer gefordert. Sie werden deshalb einem breiten Publikum

**„Wünschenswert wäre daher, dass die Sender für ihre Dokumentarfilme ebenso werben würden, wie für ihre herausragenden fiktionalen Angebote.“**

**Dr. Frauke Gerlach**

zu besseren Sendezeiten nicht zugemutet. Daher findet der lange Dokumentarfilm nur in der TV-Nische statt. Das Publikum wird dabei aus meiner Sicht unterschätzt. Zudem bin ich davon überzeugt, dass der öffentliche-rechtliche Rundfunk die Aufgabe hat, das Publikum auch zu fordern – und dies nicht nur bei den Tagesthemen, dem Heute-Journal und den Talk-Formaten.

**promedia:** Wo liegt für Sie die Messlatte? Bei welcher Art von Dokumentarfilmen sehen Sie Defizite?

**Gerlach:** In unserer neuen Grimme-Preiskategorie „Kinder & Jugend“, müssen wir feststellen, dass der lange Dokumentar-

film für Kinder oder Jugendliche in Deutschland eigentlich nicht stattfindet. Hier sehe ich Defizite. Wünschenswert wäre auch, wenn wichtige aktuelle Themen stärker in Form des Dokumentarfilms aufbereitet werden würden.

**promedia:** Wie können diese Formate gestärkt und gefördert werden?

**Gerlach:** In der gesamten Debatte, die ja nicht neu ist, nehme ich deutlich Bewegungen wahr. Zu den positiven Entwicklungen zählt aus meiner Sicht die von Prof. Wille in ihrer Funktion als ARD-Vorsitze initiierte Programmwerkstatt über die Entwicklungen und Herausforderungen bei dokumentarischen Formaten: Diese fand im November 2017 zum zweiten Mal im Rahmen des Leipziger Festivals für den Dokumentar- und Animationsfilm statt.

Ein wichtiger Schritt sind die seit Anfang 2017 geltenden „ARD-Eckpunkte 2.0 für ausgewogene Vertragsbedingungen und faire Aufteilung der Verwertungsrechte“. Dieser von der Intendantin Wille begonnene Dialog sollte unbedingt fortgesetzt und an der weiteren Ausgestaltung der Eckpunkte gearbeitet werden. Ich hoffe und kann es mir sehr gut vorstellen, dass der neue ARD-Vorsitzende Ulrich Wilhelm diesen Weg weitergehen wird. Mit dem Grimme-Preis in der Kategorie „Information & Kultur“ und perspektivisch hoffentlich auch in der Kategorie „Kinder & Jugend“ machen wir in jedem Jahr bei der Preisverleihung auf die besten Dokumentarfilme des jeweiligen Wettbewerbsjahres aufmerksam (Siehe online: <http://www.grimme-preis.de/archiv/2017/preistraeger/>).

Diese Aufmerksamkeit verstärken wir mit Veranstaltungen im Rahmen unseres Formates „Grimme trifft die Branche“, zuletzt am 6. Dezember in Berlin, wo es um „Die Bedeutung des Dokumentarischen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen“ ging. Wir sind aber auch als Zuschauerinnen und Zuschauer gefordert und sollten den Sendern durch unsere Resonanz zeigen, dass wir den Dokumentarfilm sehen und ihn schätzen. Aufmerksamkeit und öffentliche Wahrnehmung zu generieren, ist für die Stoffe, über die wir sprechen, jedoch nicht immer einfach. Wünschenswert wäre daher, dass die Sender für Ihre Dokumentarfilme ebenso werben würden, wie für ihre herausragenden fiktionalen Angebote. Ein eingeführter attraktiver Sendeplatz, der konsequent beworben wird, wird das Publikum auch um 20.15 Uhr oder 21.45 Uhr erreichen können, auch dann, wenn der Titel nicht „Wildes Kanada“ heißt. ■