

Diplomarbeit

Boulevardisierung im
öffentlich-rechtlichen
Fernsehen
Case Study: Seitenblicke

Ausgeführt zum Zweck der Erlangung des akademischen Grades
Mag. (FH) für wirtschaftswissenschaftliche Berufe
am Fachhochschul-Diplomstudiengang Medienmanagement
St. Pölten

von:

Melanie Wallner
mm051109

Begutachterin:
FH-Prof. Dr. Mag. Brita Kettner

Zweitbegutachter:
Alexander Hofer

St. Pölten, am 29.05.2009

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich versichere, dass

- ich diese Diplomarbeit selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe.
- ich dieses Diplomarbeitsthema bisher weder im Inland noch im Ausland einem Begutachter/einer Begutachterin zur Beurteilung oder in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Diese Arbeit stimmt mit der vom Begutachter beurteilten Arbeit überein.

.....

Ort, Datum

.....

Unterschrift

Danksagung

Für die intensive Betreuung während der Erstellung der Diplomarbeit möchte ich mich besonders bei Frau Dr. Brita Kettner bedanken.

Weiters gilt mein Dank auch den Interviewpartnern, die sich Zeit für ausführliche und interessante Gespräche genommen haben.

Ich danke allen, die mich während meines Studiums unterstützt und begleitet haben.

Zusammenfassung

Unser Leben ist geprägt von Medien, ohne die wir uns unser Dasein nicht mehr vorstellen können. Auch das Fernsehen spielt mittlerweile eine große Rolle in allem was wir tun. Speziell der ORF, der als erster Fernsehsender, das österreichische Publikum mit schwarz-weißen Bildern fesselte, bringt immer neue Formate zu Tage. So auch jene, die der Unterhaltung dienen. Seit 1987 ist klar, dass zur Unterhaltung auch das Beobachten der Privatleben von Prominenten zählt. Die Seitenblicke kämpften mit viel Mühe um einen festen Platz im ORF Programm. Nun ist der ORF als öffentlich-rechtlicher Sender dazu verpflichtet zu informieren und nicht zu boulevardisieren. Es ist jedoch ein Wechselspiel, die Prominenten leben von den Seitenblicken und umgekehrt und das Publikum wird gerne unterhalten. Die Konkurrenz der Gesellschaftsberichterstattung ist groß, angefangen von Zeitschriften bis hin zum Privatsender. Jedes Medium kämpft um Quoten.

Indem ein Vergleich gezogen und versucht wird mit Hilfe von Experteninterviews Informationen einzuholen, wird erkennbar, dass die Boulevardisierung bereits ihren Fortschritt genommen hat und auch die Prominenten nicht mehr das sind, was sie einmal waren und sein sollten- nämlich Personen, die durch ihr Leben oder ihre Taten berühmt wurden.

Abstract

It is impossible to live without media today. Hence even television plays a huge role in our lives. Especially the ORF, the first Austrian television station, which captured the Austrian's attention in front of their screens, creates more and more different broadcasts, which are produced for entertainment as well. Since 1987 we know, that observing celebrity's private lives is a part of entertainment too. The *Seitenblicke* have struggled for a fix part in the channel of ORF. However, ORF, as regulated by public law, has to inform people and not producing celebrities. But it is a kind of interplay, celebrities need the *Seitenblicke* to become famous and the *Seitenblicke* need them for their show. In addition the audience likes to be entertained sitting in front of the television. The feeling of being close to *Lugner & Co* let them become famous for a moment too.

Competition in coverage of society is present from magazines to private channels. Everyone is fighting for audience.

If a comparison is drawn and experts are asked in interviews, it is recognized that entertainment has already made a substantial progress and the celebrities are not the same as they used to be and what they should be: being famous because of what they reached in their lives.

Inhaltsverzeichnis

Ehrenwörtliche Erklärung	I
Danksagung	II
Zusammenfassung.....	III
Abstract.....	IV
Inhaltsverzeichnis.....	V
Abbildungsverzeichnis.....	IX
Tabellenverzeichnis.....	IX
1 Vorwort.....	1
2 Einleitung	2
2.1 Zielsetzung und Forschungsfrage.....	3
2.2 Aufbau der Arbeit	4
2.3 Methodik	4
3 Öffentlich wird privat.....	5
3.1 Faszination privates Leben	8
3.2 Publiv Value	11
3.3 Die Prominenz	13
3.3.1 Definition.....	13
3.3.2 Entstehung.....	14
3.3.3 Wie Prominente überleben	14
3.4 Boulevardisierung	18
3.4.1 Definition.....	18
3.4.2 Fortschritt der Boulevardisierung	19
3.5 Zwischenfazit	20
4 Geschichte der Seitenblicke.....	21
4.1 Die Geburt der Seitenblicke	21

4.2	Seitenblicke Signation.....	23
4.3	Der Seitenblicke Beitrag- damals.....	28
4.3.1	Der erste Beitrag.....	28
4.4	Resonanz der Medien.....	29
5	Die Seitenblicke von heute.....	33
5.1	Aufbau.....	33
5.1.1	Boulevardisierungsmerkmale der Seitenblicke.....	33
5.2	Der Seitenblicke Beitrag.....	38
5.3	Themen.....	39
5.3.1	Auswahl der Themen.....	40
5.3.2	Veranstaltung, Themen im Überblick.....	40
5.4	Zielgruppe.....	43
5.5	Wie arbeitet ein/e RedakteurIn?.....	44
5.6	Resonanz der Medien.....	45
5.7	Der Unterschied: Heute & damals.....	46
6	Die Figuren der Seitenblicke.....	48
6.1	Früher - heute.....	49
6.2	Prominenten-Ranking.....	51
7	Finanzierungsaspekt.....	53
7.1	PR Plattform Seitenblicke.....	53
7.2	Charity.....	55
8	Seitenblicke - Die Zeitschrift.....	57
8.1	Wie arbeitet ein/e RedakteurIn?.....	57
8.2	Die Recherche.....	58
8.3	Finanzierung.....	58
8.4	Boulevardisierungsmerkmale.....	59
8.5	Der Vergleich - ORF vs. Red Bull.....	60

9	Hi Society - das private Format.....	61
9.1	ATV.....	61
9.2	Aufbau.....	62
9.2.1	Die Signation.....	62
9.2.2	Personifizierung.....	62
9.2.3	Die Auswahl der Themen.....	63
9.2.4	Die Recherche.....	64
9.2.5	Der Hi Society Beitrag.....	64
9.3	Figuren von Hi Society.....	65
9.4	Boulevardisierungsmerkmale von Hi Society.....	67
10	Der Opernball.....	71
10.1	Seitenblicke.....	71
10.1.1	Vorbereitung.....	71
10.1.2	Aufbau des Beitrags.....	73
10.1.3	Reichweite.....	74
10.2	Hi Society.....	75
10.2.1	Vorbereitung des Redakteurs.....	75
10.2.2	Aufbau der Sendung.....	75
10.2.3	Reichweite.....	76
10.3	Kritische Betrachtung.....	77
11	Ein Vergleich: Hi Society - Seitenblicke.....	78
12	Kritisches Fazit.....	81
13	Quellenverzeichnis.....	83
13.1	Literatur.....	83
13.2	Zeitungen.....	84
13.3	Internet.....	85
13.4	Interviews.....	86

14	Anhang	87
14.1	Interview 1.....	87
14.2	Interview 2.....	96
14.3	Interview 3.....	104
14.4	Interview 4.....	110
14.5	Interview 5.....	119
14.6	Kontakt mit Seitenblicke Magazin	126

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Meistgenutzte Sendungen	7
Abbildung 2: Seitenblicke Signation 1990	24
Abbildung 3: Seitenblicke Signation 1990	24
Abbildung 4: Seitenblicke Signation 1990	25
Abbildung 5: Seitenblicke Signation 1990	25
Abbildung 6: Seitenblicke Signation 2008	26
Abbildung 7: Seitenblicke Signation 2008	27
Abbildung 8: Promi- Ranking.....	51
Abbildung 9: Hi Society Signation 2009	62

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht Seitenblicke 2008	41
Tabelle 2: Top 20 der Prominenten	52

1 Vorwort

„...“der Mensch stammt von der Elster ab, wo es glitzert, da schaut er hin. Und er sagt ‘Pfui das glitzert, das stinkt so komisch’, aber stinkt es wirklich? Dann schaut man noch mal hin.“¹

Nach eigenen erlebten Situationen und gemachten Erfahrungen soll diese Arbeit nun als Ganzes wissenschaftlich und zugleich kritisch die Boulevardisierung am Beispiel der Seitenblicke aufzeigen und beleuchten.

Wichtig ist zunächst Fakten über die Entwicklung darzulegen und bis in die heutige Zeit zu verfolgen. Um jedoch der Arbeit auch einen kritischen Aspekt zu verleihen, ist es effizient, ein nahe liegendes ähnliches Format als Vergleich heran zu ziehen, um schlussendlich wichtige Fragen über den tatsächlichen Bestand von österreichischer Prominenz und der Boulevardisierung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen aufzuklären.

¹ Thomas Rottenberg- Interview 1, 05.02.2009

2 Einleitung

Kameras, Fotografen, ein Blitzlichtgewitter und inmitten des Getümmels stehen sie: die Prominenten Österreichs.

Prominent ist die Person, die das Publikum kennt. Jemand in der Öffentlichkeit und sich nicht davor scheut, Einblicke in das eigene Privatleben geben zu lassen. Nun, stellt sich jedoch die Frage, wie jene Person dies am Besten tut? Wie lässt er/sie die Leute erfahren, wer er/sie ist und was er/sie macht?

Hier kommt die Boulevardberichterstattung ins Spiel. Auf der ganzen Welt gibt es sie und auch in Österreich boomt das Geschäft mit den Reichen und Schönen.

Zurück zum Anfang: Österreich steht vor dem Wandel in ein neues Medienzeitalter. Das Fernsehen hat den Markt bereits erobert, doch ATV und Co sind noch nicht existent. Der ORF ist der Herr der Medienlandschaft. Noch haben die Prominenten darin keinen Platz gefunden. Nur die Zeitungen schreiben über die Gesellschaft und ihr glitzerndes Leben, den Opernball, Gala Dinner und Empfänge in der Hofburg.

Erst 1987 entdeckt auch das Fernsehen den Reiz der Prominenten. Die Seitenblicke flimmern erstmals über die österreichischen Bildschirme.

Das Publikum ist skeptisch, traut dem Neuen nicht. Interessiert es, wenn Richard Lugner eine Party gibt? Die Kritik der Zeitungen ist nicht erfreulich, doch die Erfinder geben nicht auf und auch das Publikum bleibt dabei, Abend für Abend. Die Jahre vergehen und die Seitenblicke entwickeln sich zum Flugschiff des ORF. Doch die Konkurrenz schläft nicht. Die privaten Sender wollen ebenfalls ein Stück des Platzes im Medienhimmel. Die Prominenz ist erfreut, so sieht die Gesellschaft einander gleich doppelt. Bereicherung oder nicht?

Mit der Zeit laufen die Sender jedoch Gefahr eine PR Plattform zu werden. Die negative Resonanz kommt aus jeder Ecke. Es wird nicht aufgegeben und weiter produziert. Die Privaten sind stark, haben einen guten „Frontman“, der nicht davor zurückschreckt auch die Prominenten auflaufen zu lassen. Müssen die Seitenblicke nun nachziehen oder wäre es Plagiatismus? Denn das ist mit Sicherheit kein Kavaliersdelikt.

Mit Hilfe von Experteninterviews soll diesen Fragen nachgegangen und versucht werden die Hintergründe von Boulevardisierung und Gesellschaftsberichterstattung in allen Facetten aufzuzeigen.

Vielleicht sollte jedoch auch die Frage gestellt werden, inwieweit die ehrwürdige österreichische Prominenz prominent ist. Die prominente Welt wird kleiner, nur wenige sonnen sich noch im Kameralicht. Die Gesichter sind meist dieselben. Ist es für die Gesellschaftsberichterstattung an der Zeit sich zu ändern, vielleicht dem öffentlich rechtlichen Auftrag noch mehr nachzukommen, indem sie dahinter blickt und erklärt? Nur was erklären, das wäre dann die nächste Frage.

2.1 Zielsetzung und Forschungsfrage

Ziel dieser Arbeit ist die Klärung der stattfindenden Boulevardisierung im ORF. Um diese besser erläutern zu können, wird ein Fallbeispiel, eine Case Study, herangezogen. Als das älteste Fernsehgesellschaftsformat ist es nahe liegend die Seitenblicke als Beispiel heranzuziehen. Als Anstoß für die Wahl des Themas dient der, vom Public Value Kompetenzzentrum, herausgegebenem Public Value Bericht 2009, in dem die Seitenblicke als Unterhaltungssendung nicht aufscheinen. Boulevardisieren die Seitenblicke einen öffentlich-rechtlichen Sender wie den ORF oder ist es sogar evident die Seitenblicke im ORF auszustrahlen, um sich dadurch der allgemeinen Boulevardisierung in den österreichischen Medien anzupassen? In der folgenden Arbeit soll diese Forschungsfrage beantwortet werden.

2.2 Aufbau der Arbeit

In Kapitel 3 erläutert die vorliegende Arbeit die Faszination an der österreichischen Prominenz sowie den Begriff und die Entstehung der Boulevardisierung. Kapitel 4 beschäftigt sich mit der Gründung der Seitenblicke und deren Medienresonanz. Um die Entwicklung über die Jahre aufzuzeigen, analysiert Kapitel 5 die Seitenblicke von heute, den Aufbau der Beiträge, die Themenauswahl und die Arbeit der Redaktion. Kapitel 6 erläutert die Prominenten der Seitenblicke. Im folgenden Kapitel 7 wird der Umgang mit Charity Veranstaltungen und der Entwicklung zu einer PR Plattform thematisiert. In Kapitel 8 wird die Zeitschrift Seitenblicke vorgestellt und mit der Sendung Seitenblicke verglichen. Auch Kapitel 9 erläutert ein Konkurrenz Gesellschaftsformat. Die ATV Sendung Hi Society, ihre Beiträge, die Auswahl der Themen und die Redaktionsarbeit werden näher erklärt. Als Veranstaltungsbeispiel an dem beide Sender, der ORF und ATV, teilnehmen, dient in Kapitel 10 der Opernball. Nach einer ausführlichen Gegenüberstellung wird in Kapitel 11 schlussendlich ein Vergleich zwischen den Seitenblicken und Hi Society gezogen. Um danach in Kapitel 12 ein kritisches Fazit über die Boulevardisierung in den Seitenblicken ziehen zu können.

2.3 Methodik

Als Grundlagen der Recherche dienten alte Zeitungen aus dem Jahr 1987, um die Medienresonanz zu erläutern. Da es die Seitenblicke seit 1987 gibt, wurde auch ältere Literatur, aus dem Jahre 1990, im Sinne der Erklärbarkeit als Basis herangezogen. Um die Seitenblicke präzise unter die Lupe zu nehmen, wurden Interviewpartner aus der Gründungszeit und Redakteure der heutigen Seitenblicke befragt. Zur Erläuterung einiger kritischen Aspekte wurden Interviewpartner aus Konkurrenzmedien um ihre Meinung gebeten.

3 Öffentlich wird privat

Die Grundlage für das Bestehen des heutigen ORF war das erste österreichische Volksbegehren im Jahr 1964. Zwei Jahre später wurde das Rundfunkgesetz beschlossen. Ab 1974 hatte Österreich einen öffentlich-rechtlichen Fernsehsender.

Neben Vorgaben wie dem Public Value oder auch dem Bildungsauftrag umfasst das ORF-Gesetz unter anderem **§ 3** über die Vorgabe der Anzahl Programme und **§ 4**:

(2) In Erfüllung seines Auftrages hat der Österreichische Rundfunk ein differenziertes Gesamtprogramm von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport für alle anzubieten. Das Angebot hat sich an der Vielfalt der Interessen aller Hörer und Seher zu orientieren und sie ausgewogen zu berücksichtigen.²

Wie so oft stößt ein Sender am österreichischen Medienmarkt mit seinem Produkt jedoch an Kritik aller Art. Vor allem der Unterhaltungssektor wird oft kritisiert und ihm wird unterstellt genau dieselben Inhalte zu zeigen wie die privaten Sender. Sei es ORF 1 mit den Soaps und Castingshows, aber auch ORF 2 mit Formaten wie den Seitenblicken, das den Menschen zur Unterhaltung dienen soll und Einblicke in das gesellschaftliche Leben der Prominenten zu geben versucht.

Society Redakteur des Standards Thomas Rottenberg übt eben genau jene Kritik: „Wenn der ORF seinen öffentlich-rechtlichen Auftrag sonst ernst nehme, könnte man die Seitenblicke verkraften. So sind die Seitenblicke einfach irgendwie ein Quotenflugschiff von etwas was es genau ist, nämlich der ORF.“³

² Vgl. Bundesgesetz über den österreichischen Rundfunk, 2009

³ Thomas Rottenberg- Interview 1, 05.02.2009

In §4 (2) steht geschrieben, der ORF habe den Auftrag ein Gesamtprogramm von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport für alle anzubieten und das Interesse aller Seher zu berücksichtigen. Harald Fidler kritisiert im Online Tagesspiegel die Auswahl des ORF Programms. „Auch sonst schaut sich der ORF immer wieder gern bei internationalen Privatsendern Trends ab und ärgert damit vor allem RTL: ‘Wer wird Millionär?’ heißt auf dem Wiener Königberg ‘Millionenshow’ und wird zeitgleich mit RTL gesendet. Aus ‘Big Brother’ wurde ‘Taxi Orange’, was nebenbei Lizenzkosten sparte. Und aus dem Wettsingen bei RTL machte der ORF ‘Starmania’. Filme strahlt der ORF gern parallel zu den deutschen Privaten aus, allerdings ohne Unterbrecherwerbung.“⁴

Speziell Ex RTL-Chef Gerhard Zeiler ließ bei seinem Abgang schon 1994 laut werden, dass „der ORF nie ein starrer öffentlich-rechtlicher Sender [war]. Er war immer der einzige öffentlich-rechtliche und private Sender in Österreich.“⁵

Für Ludwig Bauer, Vorstandsvorsitzender von ATV, ist das ORF Programm eine eingekaufte Zusammenstellung von internationalen Serien und Filmen. Bauer zufolge zeigt der ORF jene Programminhalte, die sich in Deutschland mehrere Sender teilen. Auch die Aussage, „im ORF sei mehr drinnen als in RTL selbst“, verdeutlicht seine Einstellung zum ORF und dessen auszuführenden öffentlich-rechtlichen Auftrags.⁶

Der Chefredakteur der Seitenblicke Alexander Hofer dazu: „Ich wüsste nicht, was da daran nicht öffentlich-rechtlich sein soll. Das stößt auf Interesse, jeden Tag an den Quoten zu messen. Wir sind aber ein Magazin, ein kleines, kurzes, das einen gewissen Kodex einhält. Nämlich den Kodex des guten Geschmacks. Das würden

⁴ Fidler, 2003

⁵ Fidler, 2003

⁶ Franke; Baumgartner, 2009

Kritiker als fad und wenig angriffig bezeichnen. Ich glaube, dass gerade die vergangenen Jahre unter Beweis gestellt haben, dass ein anständiger und höflicher Umgang mit unserer Klientel uns in Zukunft mehr hilft als bodenlose Angriffigkeiten.“

Daraus ist zu entnehmen, dass Quoten mit 900.000 Seherzahlen, als Beweis für die Erfüllung des Unterhaltungsauftrags, jedoch auch kulturellen und bildenden Inhalts gelten.

Es sei offen dahin gestellt, wie intellektuell diese Art der Unterhaltung einzustufen ist.

Abbildung 1: Meistgenutzte Sendungen ⁷

Sender	Titel	Beginn*	Min.	in Tsd.
ORF	BUNDESLAND HEUTE	19:00	25	1.410
ORF 1	C.S.I.MIAMI	20:15	41	522
ORF 1	DESPERATE HOUSEWIVES	21:04	41	515
ORF 1	THE CLOSER	21:58	41	404
ORF 2	ZEIT IM BILD 1	19:29	50	1.308
ORF 2	SPORTNACHRICHTEN	19:55	5	1.130
ORF 2	SEITENBLICKE	20:03	5	1.026
ATV	ATV DOKUMENT JOERG HAIDER POLITIKER POPULIST	21:42	46	255
ATV	ATV DOKUMENT JOERG HAIDER POLITIKER POPULIST	22:40	36	267
ATV	HI SOCIETY	19:44	24	179
PULS 4				
AUSTRIA TV	MATLOCK	22:07	47	9
AUSTRIA TV	GIRLS GIRLS GIRLS	20:14	34	8
AUSTRIA TV	WERBESPOT	08:42	30	5
A+D	GALILEO	19:06	54	129
A+D	DIE SIMPSONS	20:14	20	117
A+D	DIE SIMPSONS	20:43	19	115
SQT 1	RICHTER ALEXANDER HOLD	16:00	45	193
A+D	K 11 KOMMISSARE IM EINSATZ	19:31	22	175
A+D	NIEDRIG UND KUHNIT	16:59	22	165
kabeteins	BANDITEN	20:14	116	64
A+D	ACHTUNG KONTROLLE EINSATZ FUER DIE ORDNUNGS	19:22	39	51
A+D	THE PRESIDENTS MAN	22:37	86	51
RTL	RACH DER RESTAURANTTESTER	21:14	44	164
A+D	EXCLUSIV DAS STAR MAGAZIN	18:30	13	147
A+D	GUTE ZEITEN SCHLECHTE ZEITEN	19:38	23	126
RTL	RESTAURANT SUCHT CHEF	20:13	44	73
A+D	IMMER WIEDER JIM	18:01	20	49
A+D	IMMER WIEDER JIM	18:28	20	41
SUPER RTL	DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR MAGAZIN	20:14	45	74
A+D	HOTEL ZACK UND CODY	19:45	23	70
A+D	ONE HIT WONDER ALLE HITS	21:16	44	37
VOX	CRIMINAL INTENT	21:11	42	200
A+D	C.S.I.NY	20:15	43	131
A+D	UNTER VOLLDAMPF	19:49	22	110
ARD	TAGESSCHAU 20 UHR	20:00	16	93
ARD	MITGEMACHT UND MITGELACHT..	20:15	30	92
ARD	GROSSSTADTREVIER	18:52	48	78
ZDF	SOKO 5113	18:04	43	210
ZDF	SCHADE UM DAS SCHOENE GELD	20:13	31	126
ZDF	LEUTE HEUTE	17:47	12	96
3sat	IM APFENHIMMEL	21:00	28	47
3sat	ZEIT IM BILD	22:00	28	44
3sat	HITEC	21:29	29	43

Quelle: AGTT / GfK Austria / TELETEST, Dauer > 5 Minuten / vorläufig gewichtete Daten
 Durchschnittsreichweite in Tausend, A+D = Summe Österreichfenster + deutsches Programm
 * Beginnzeit Samsendender A+D = Beginnzeit der deutschen Ausgabe
 Die Vermarktung von AGTT-Daten ist ausschließlich der AGTT und von ihr beauftragten Datenverwertern gestattet.

⁷ Quelle: http://www.agtt.at/show_content.php?sid=27

Die Grafik zeigt, wie viele Seher am Montag dem 16.02.2009 mit dabei waren, als sich die Society auf ORF 2 erneut ein Stelldichein gegeben hat. Mit über einer Million ZuseherInnen ist sie nur knapp hinter dem Sport, der durch das Skifahren soweit vorne liegt und der ZIB, die unbestritten als das beliebteste Nachrichtenformat in Österreich gilt.

Nun stellt sich jedoch die Frage, was diese Art der Unterhaltung, der vermeintlichen Boulevardisierung im Fernsehen so interessant macht, dass die genannten Quoten erzielt werden können. Wieso das Private, das nach außen gekehrt wird, so interessant für die Zuseher ist.

3.1 Faszination privates Leben

„Fernsehen ist etwa vergleichbar damit, Menschen durch einen Einwegspiegel in einer Situation zu beobachten, in der alle Beteiligten wissen, dass sie von Millionen von Menschen in isolierten Quadern beobachtet werden.“⁸

Das ist es, was die Gesellschaftsberichterstattung auszeichnet. Das Fernsehpublikum beobachtet Prominente, wie diese feiern und ihr privates Leben in einer, der öffentlichsten Arten, die es gibt, zur Schau stellen. Das private Leben wird eine Bühne. PolitikerInnen, SchauspielerInnen oder auch Theaterintendanten wollen fernab von ihren Berufen ihr privates Gesicht zeigen.

„Solch nicht-öffentliches Verhalten mag oberflächlich wirklicher oder ehrlicher als das Verhalten auf der Bühne erscheinen, aber die Sache ist doch nicht ganz so einfach. „...“ Außerdem ist die Darstellung auf der Bühne nicht notwendig damit verbunden das

⁸ Meyrowitz 1990, S.91

Publikum zu belügen, denn zum großen Teil will das Publikum nur eine begrenzte Darbietung des Akteurs.“⁹

In Verbindung mit dem Gesellschaftsbericht bedeutet es, dass das Publikum nur einen begrenzten Ausschnitt tatsächlich sehen will. Sie brauchen keine Hintergründe und genaue Erklärungen über die Person. Es genügt ihnen die Prominenten im Cocktailkleid feiern und Champagner trinken zu sehen. Somit ist das Programm der Seitenblicke, um erneut auf den öffentlich-rechtlichen Auftrag zurück zu kommen, in der Art gerechtfertigt, dass das Publikum zufrieden damit ist, was es sieht. Um den Wissenshunger zu befriedigen, müssen dennoch andere Formate gewählt werden.

„Beim Fernsehen haben die meisten Zuseher den Eindruck, dass sie lediglich beobachten, was in der Welt „da draußen“ vorgeht. „...“ Das Fernsehen als öffentliche Arena - dieser Gedanke löst einige Rätsel im Verhalten von Fernsehzuschauern, die sonst nicht zu erklären wären: Warum beklagen sich die meisten Leute so bitterlich über den Inhalt von Fernsehsendungen, sehen aber dennoch auch weiterhin fern? „...“ Das Fernsehen bietet eine Arena für die Proklamation und Bestätigung, dass Ereignisse „wirklich“ sind.“¹⁰

Es stellt sich hiermit die Frage, warum das österreichische Publikum die Gesellschaftsberichterstattung, im Speziellen die Seitenblicke, mit ihren Prominenten so interessant findet? Die Sendung bestätigt ihnen durch die tägliche Ausstrahlung, dass es den Glanz und Glamour wirklich gibt. Das Fernsehen, allen voran der ORF ermöglicht ihnen, dabei zu sein und für ein paar Minuten dem Traum vom Reichtum nahe zu sein und zu beobachten.

„Per Definition wird das jetzt zur Schau gestellte „private“ Verhalten nicht länger ein wirkliches Hintergrundverhalten sein, weil es ins Rampenlicht der Öffentlichkeit gezerrt wird.“¹¹

⁹ Meyrowitz 1990, S.75-76

¹⁰ Meyrowitz 1990, S.183-186

¹¹ Meyrowitz 1990, S.149.

Meyrowitz versucht mit dieser Aussage klar zu machen, dass es im Grunde kein Hintergrundverhalten mehr gibt. Gesellschaftsformate wie die Seitenblicke profitieren davon. Denn die Prominenten wollen beobachtet werden, wollen dem Fernsehpublikum ihr privates Leben kundtun und meistens auch mit ihrem Luxus prahlen.

„Das Schema öffentlich-privat ist tatsächlich zu einfach, um die Bedeutung elektronischer Medien [und damit auch die Seitenblicke] angemessen zu beschreiben. Das Fernsehen greift bereits öffentliche Ereignisse auf und macht sie noch öffentlicher. „...“ Die Umgebung für Fernsehinterviews ist oft oder tatsächlicher Wohnraum. Das „Fernseh-Wohnzimmer“ ist ein angemessenes Symbol für den Wandel von privat-öffentlich zu öffentlich-öffentlich. Denn das Wohnzimmer ist ein Bühnen- Bereich für die Gäste des Hauses, aber ein Hintergrund- Bereich für jene, die nicht eingeladen sind. Das Geschehen, das sich in einem Wohnzimmer abspielt, zu übertragen, bringt die Außenwelt auf die häusliche „Bühne“, doch das Fernsehinterview bleibt ein öffentlicher Lauschangriff auf ein persönliches Gespräch.“¹²

Dies bedeutet, dass alle Ereignisse, denen die Prominenten beiwohnen im Grunde öffentlich sind, da sie die Medien dazu einladen. Wäre dem nicht so, würde darüber niemand Bescheid wissen und es bliebe privat. Das Fernsehen gestaltet dieses öffentliche Ereignis noch öffentlicher, da somit das gesamte Fernsehpublikum Bescheid weiß über diese und jene Party und ihre Gäste. Lädt nun eine prominente Person zu einer Veranstaltung ein, so ist dies für die Gäste eine Art Bühne, um sich präsentieren zu können. Für Außenstehende hingegen erscheint diese als privat und ihnen wird, wie bereits erwähnt, die Möglichkeit des Zusehens eingeräumt.

Genauer zu hinterfragen ist nun, warum das Publikum so gerne hinschaut, wenn Prominente feiern.

¹² Meyrowitz 1990, S.175-179

3.2 Publiv Value

Was ist der Reiz dabei, wenn Lugner und Co sich ein Stelldichein im Marchfelderhof geben? Warum sitzt der/die ZuseherIn vor dem Fernseher und sieht hin, um alles genau mit zu verfolgen? Die Macher der Gesellschaftsformate wissen genau, dass es die Leute interessiert, so auch bei den Seitenblicken im ORF. Hier kommt jedoch dazu, dass der öffentlich rechtliche Rundfunk zusätzlich zum Programmauftrag, ebenfalls den „public value“ zu erfüllen hat. Auch wenn die Seitenblicke nicht im Public Value Bericht 2009 aufscheinen, so müssen sie sich doch an die Normen halten.

„Die öffentlichen Rundfunkanstalten werden dazu verpflichtet, für alle neuen und veränderten digitalen Angebote einen dreistufigen Test durchzuführen. Die drei Stufen werden gesetzlich festgelegt und erfordern eine Prüfung durch die Rundfunkanstalten für jedes Angebot, dass es (1) zum öffentlichen Auftrag gehört und damit die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen einer Gesellschaft entspricht, dass es (2) in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beiträgt und dass (3) der Aufwand für die Erbringung des Angebotes vorgesehen ist. Der Begriff des publizistischen Wettbewerbs wird in der Gesetzesbegründung weiter konkretisiert, wobei folgende Punkte einzubeziehen sind: Umfang und Qualität der vorhandenen, frei zugänglichen Angebote sowie marktrelevante Auswirkungen des geplanten Angebots sowie die meinungsbildende Funktion des vorgesehenen Angebots (die unterhaltende Elemente einschließen kann) angesichts bereits vorhandener Angebote.“¹³

Das bedeutet, ein Fernsehformat hat sich an die gesellschaftlichen Bedürfnisse und Interessen zu halten und es frei zugänglich zu machen. Hier kommt wieder privat und öffentlich ins Spiel. Die

¹³ Public Value Test für ORF Angebote?, 2007

Seitenblicke gestalten Prominenten Events frei zugänglich für alle Zuseher. Jede Person kann den Fernseher einschalten, dabei sein und sich im Weiteren seine Meinung über das Gesehene bilden.

Thomas Rottenberg vom Standard hat seine eigene Ansicht dazu entwickelt, warum Menschen gerne beobachten und ob der ORF Auftrag erfüllt wird: „ Ja, die Leute wollen es sehen. Es interessiert die Leute. Ich sehe es ja bei uns auch. Alle immer Scheiß Society blabla, aber die Geschichte mit dem Lugner hat 30000 Zugriffe auf der standard.at Seite, obwohl es irgendwie siebte Priorität ganz unten ist. Eine Geschichte über Obama´s Umweltstrategie, hat, so wichtig sie ist, 560 Zugriffe. „...“ Es ist schon die Aufgabe eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks dieses Phänomen abzudecken. Man könnte es auch so machen, dass es dem Auftrag des Rundfunks entspricht, dass ein bisschen zu hinterfragen und nicht nur `oh ihr seid so großartig`. Nicht so affirmativ wie es passiert. Polaroids machen und sagen `pfau ihr seid reich, ihr seid leiwand, lasst uns teilhaben und lasst das Volk sehen was passiert.“¹⁴

Wie Rottenberg es schon beschreibt, will das Publikum zu sehen, will beobachten. Wie durch ein Schlüsselloch erspähen, was die Prominenten so tun, wenn sie feiern oder ihre Wohnungen präsentieren. Er stellt sich jedoch die Frage nach dem dahinter. Denn richtig ist, dass der ORF den Auftrag zu erfüllen hat, den Leuten Hintergründe zu erklären und sie zu informieren. Nur genau hier entsteht ein Problem. Will das Fernsehpublikum überhaupt mehr wissen als das was es sieht? Bei einer Durchschnittsquote von 900.000 liegt es eher auf der Hand, dass die Seitenblicke in ihrer Form akzeptiert werden.

Es wird ein Society Event angenommen, ein Muscheldinner in der Hofburg. Die Gäste sind umringt von einer prachtvollen Umgebung, die Tische sind edel gedeckt. Es ist einfach schön anzuschauen, wie

¹⁴ Thomas Rottenberg- Interview 1, 05.02.2009

der Volksmund sagt. Wollen Herr und Frau Österreicher nun aber wirklich wissen, warum eigentlich Muscheln? Warum in der Hofburg? Und nach welchen Kriterien wurden die Gäste ausgewählt? Im Grunde nicht, denn das ist es was eine Unterhaltungssendung ausmacht: journalistisch leichte Kost für zwischendurch. Nach dem Irak Krieg und tausenden Toten in der ZIB 1 will das Publikum Glanz und Prunk bestaunen.

„Die Leute wollen diesen Glitzer sehen, um von ihrem eigenen Elend abgelenkt zu sein, warum sie sich nicht fragen, warum sind die reich und ich nicht, ist eine andere Frage. Sie finden es toll den reichen beim Feiern zuschauen zu dürfen. Das ist ein Faktum. Dann lass sie auch zuschauen. Aber als öffentlich rechtliches Unternehmen, hast du den Auftrag auch zu sagen, warum sind die reich.“¹⁵

Mit der Aussage Rottenbergs wird die nächste Frage aufgeworfen, nämlich die der Prominenten selbst.

3.3 Die Prominenz

3.3.1 Definition

In der Enzyklopädie Brockhaus steht unter dem Begriff Prominenz, dass dieser sich vom lateinischen „prominere“ ableitet. Das so viel bedeutet wie „herausragend“ oder auch „tonangebend“. „Der Prominente“ wird als eine führende Persönlichkeit bezeichnet.¹⁶

Nach der Enzyklopädie zu Folge sind prominente Personen also führende Persönlichkeiten. Ob die Gesellschaft dies heutzutage von Jeannine Schiller und anderen Personen behaupten kann, ist fraglich.

Wichtig ist hier noch zu erwähnen, dass erst die Bezeichnung „herausragend“ eine Person in Verbindung mit Medien zu einer prominenten Person macht.

¹⁵ Thomas Rottenberg- Interview 1, 05.02.2009

¹⁶ Vgl. Brockhaus. Band 2. 1962, S.269

„Die besondere Bedeutung der Medien für Prominenz liegt darin, dass diese das Phänomen selbst produzieren.“¹⁷

3.3.2 Entstehung

Für die Entstehung von Prominenz gibt es so genannte Auslöser, Anlässe durch die Personen prominent werden. Man unterscheidet zwischen genuinen, mediatisierten und inszenierten Ereignissen.

Genuine Ereignisse sind nicht von den Medien bestimmt. Sie geschehen abseits der medialen Aufmerksamkeit. Mediatisierte Ereignisse passieren auch ohne eine mediale Aufmerksamkeit. Durch die Art des Ereignisses, wird das Interesse der Medien aber geweckt. Beispiele dafür sind Parteitage und gesellschaftliche Ereignisse. Inszenierte Ereignisse werden, wie das Wort bereits verdeutlicht, eigens von den Medien kreiert, wie die ORF Show Starmania.¹⁸

Somit gehören die genuinen und mediatisierten Ereignisse zu den natürlichen Auslösern. Feiern und Ereignisse werden veranstaltet, Medien aber nicht gezielt dazu eingeladen oder informiert. Personen werden „unabsichtlich“ zu Prominenten. Hier spielen natürlich vor allem ein adeliger Status oder auch eine bestimmte Position in der Wirtschaft oder Politik eine Rolle, um die Aufmerksamkeit des Publikums auf sich zu ziehen.

Letzteres genanntes Ereignis, das Mediatisierte, kann somit zu den künstlichen Auslösern gezählt werden. Veranstaltungen und Feste werden für die Medien eigens inszeniert, um Personen prominent zu machen und ihr privates Leben nach außen zu kehren.

3.3.3 Wie Prominente überleben

„Die Medien schaffen neue Gemeinden und ein Großteil ihrer Inhalte wird von den meisten Menschen im Lande erlebt. Die Witze,

¹⁷ Peters 1996, S.85

¹⁸ Vgl. Kepplinger 1992, S.52

Sprichwörter, Ausdrücke und Ereignisse, die man im Fernsehen hört und sieht, liefern Menschen überall im Land ein allgemeines Erfahrungsmuster.“¹⁹

Genau das ist der Punkt: Ist eine Person in den Medien, spricht, handelt in den Medien und wird auch noch gefilmt, erinnert sich das Publikum daran. Vor allem Aussagen, Witze und Gestiken bleiben im Gedächtnis. Das macht prominent. Prominent ist der/diejenige, der/die sich selbst so nennt.

„Er müsste in irgendeiner Form prominent sein. Dafür gibt es verschiedene Möglichkeiten. Die eine Möglichkeit wäre, irgendetwas zu leisten, also ein großer Popstar zu sein, erfolgreich Filme zu drehen oder im Fernsehen aufzutreten. Und die andere Möglichkeit wäre, einfach nur berühmt zu sein. „...“ Da lese ich natürlich lieber über Menschen, die ich scheinbar kenne, als über Unbekannte. In unserer Branche geht es um Namen und je bekannter der Name desto besser.“²⁰

Für den Chefredakteur des Seitenblicke Magazins ist es klar, dass das Interesse seines Leserpublikums nur durch bekannte Personen geweckt werden kann.

Thomas Rottenberg sieht das Problem in der fehlenden Vielfalt der „echten“ Prominenten wie beispielsweise Thomas Gottschalk. Für ihn ist die prominente Szene „...“ ein Reisebus voll Leute, die von einem VW Bus von Journalisten begleitet werden, und es gibt zwei Fotografen, die in all diesen Zeitungen die Society betreuen.“²¹ Rottenberg meint damit die kleine Auswahl an auftretenden Prominenten. „Das heißt, es gibt die C Promi Schiene, das sind einfach Menschen, die sind angenehm für die Journalisten, weil sie immer bereit sind was zu sagen, zu jedem Thema eine Meinung

¹⁹ Meyrowitz 1990, S. S.279

²⁰ Vgl. Peyerl; Barth, 2008

²¹ Thomas Rottenberg- Interview 1, 05.02.2009

haben, sich immer fotografieren lassen mit jedem und in jeder Situation, die lassen sich Spaghetti auf den Kopf legen. Scheiß egal, Hauptsache sie kommen vor.“²²

Für Andreas Wollinger steigert der Name die Chancen zur Berühmtheit. Rottenberg verweist darüber hinaus noch auf ein weiteres, wesentliches Merkmal. Für ihn ist die Person prominent, die sich gekonnt am meisten vor den Journalisten in Szene setzt.

Eine prominente Person zu werden ist, so scheint es, grundsätzlich nicht schwer. Es wird eine Portion Selbstbewusstsein und Zeit benötigt jeden Abend auf einer anderen Veranstaltung zu sein. Versuchen aufzufallen ist ebenfalls ein guter Rat. Ist dies geschafft und ein Interview mit einem Journalisten ebenso, kann davon ausgegangen werden, dass der Rest der Fotografenschar und Journalistengruppe ebenfalls einen kurzen Satz oder ein Foto erhaschen möchte.

Für Rottenberg sind der Großteil der Prominenten Menschen, die sich dazu eignen, um damit Society Seiten oder Berichte zu füllen. Er stellt außer Frage, dass es die echte Prominenz wirklich gibt. Nur die würden sich nicht in der Öffentlichkeit zeigen, denn man habe zu arbeiten.²³

„Du kannst sofort Promi werden. Wenn es jemand darauf anlegt Promi zu werden, wird er mit offenen Armen empfangen. Du musst dir nur bewusst sein, was du damit willst, weil die Medien stellen dich dann so dar, wie sie glauben. Den wenigsten gelingt es so rüber zu kommen, wie sie wirklich sind.“²⁴

Dies ist eines der Probleme, dass viele Prominente nicht wissen wie sie mit der Kamera, mit dem Scheinwerferlicht umgehen sollen.

Genau hier sollte zum Nachdenken angeregt werden. Wie viele Prominente gibt es, von denen das Publikum im Grunde nicht einmal

²² Thomas Rottenberg- Interview 1, 05.02.2009

²³ Vgl. Thomas Rottenberg- Interview 1, 05.02.2009

²⁴ Dominc Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

weiß, was sie im wahren Leben abseits der Kamera tun. Bedeutet dies nun, dass Prominente prominent sind, weil das Publikum sie aus den Seitenblicken kennt? Rottenberg weist hier drauf hin, dass genau, diese Personen, die immer und überall zugegen sind und wirklich alles über sich ergehen lassen, das genau dieser Teil der Personen, derjenige ist, an den sich das Publikum erinnert.

„Ich nenne es immer VIP Darsteller, weil die sind halt permanent vorhanden. Das ist so wie eine Kulisse, bei dem Event so und so, immer an denselben Orten, immer dieselben Leute.“²⁵

Genau der Ausdruck VIP Darsteller präzisiert die Bezeichnung prominent zu sein erneut. VIP, bedeutet Very important person, ist so jemand jedoch ein Darsteller, verliert der Ausdruck an Bedeutung. Kann man VIPs, die nur „darstellen“ ernst nehmen?

„Die offene Darstellung von Hintergrundverhalten anderer Gruppen kann zwei gegensätzliche Auswirkungen haben: Gruppen, die sehr bewundert wurden, verlieren vielleicht etwas von ihrem Glanz „...“ Und umgekehrt früher verhasste Gruppen erscheinen weniger gefährlich und böse- weil ihre Mitglieder „menschlicher“ wirken.“²⁶

Dadurch wird verdeutlicht, dass der Großteil der omnipräsenten Selbstdarsteller mit der Zeit in ihrem Glanz verblassen. Das Publikum verliert seine Bewunderung für die Prominenten und je skurriler und krampfhafter versucht wird prominent zu sein, umso weniger will das Fernsehpublikum über das private Leben Bescheid wissen. Dem gegenüber steht natürlich auch ein positiver Aspekt. Denn die Prominenz unterhält natürlich auch das Publikum und erfreut mit immer neuen und glanzvollen Auftritten. Der Gesellschaftsbericht trägt dazu bei, Menschen, die Großes leisten, medial jedoch wenig Beachtung finden, in den Vordergrund zu stellen. So profitieren beispielsweise Politiker davon, dass sie solche Auftritte oft

²⁵ Thomas Rottenberg- Interview 1, 05.02.2009

²⁶ Meyrowitz 1990, S.261

sympathischer erscheinen lassen. Aber auch Organisatoren für Hilfszwecke profitieren von der Boulevardisierung. Kritiker behaupten dem gegenüber jedoch, derartige Formate würden lediglich für wirtschaftliche Zwecke missbraucht werden und zu einer Boulevardisierung des öffentlich-rechtlichen Senders führen. Welche Aspekte die Boulevardisierung beinhaltet wird daher im nächsten Abschnitt dargestellt.

3.4 Boulevardisierung

3.4.1 Definition

In der Enzyklopädie Brockhaus wird Boulevard als eine Ring- bzw. Prachtstraße bezeichnet. Weiters folgt die Erklärung für das Wort Boulevardpresse, das „auf der Straße verkaufte Zeitungen“ bedeutet.²⁷

Genauer betrachtet und auf aktuelle Themen umgelegt, kann die heutige Boulevardberichterstattung, als zunehmende Medienberichterstattung über prächtige Straßen, Orte und Veranstaltungen verstanden werden. Was früher „nur“ auf der Straße verkauft wurde und als nicht elitär galt, ist heute nicht mehr aus den prominenten Kreisen weg zu denken.

Von Boulevard leitet sich somit auch der Ausdruck der Boulevardpresse ab. „...“Jene Periodika, die vorwiegend auf der Straße zum Verkauf angeboten werden, eine betont populäre Aufmachung (Balkenüberschrift, großflächige Fotos etc.) haben, den Leser durch schockierende Stories ansprechen wollen und sich häufig sehr bewusst einer sehr direkten Ausdrucksweise bedienen, die nicht selten die Vulgärsprache zu übertreffen sucht, um Neugier, Sensationshunger und Nervenkitzel einer bei der vorhandenen

²⁷ Vgl. Brockhaus. Band 1. 1962, S.163

Lektüre kaum verharrenden Leserschaft permanent zu wecken und zu befriedigen.“²⁸

Um den Grund für den Prozess der Boulevardisierung genauer zu definieren, sei hier Ellis Cashmore mit ihrem Vergleich „the chicken of the media or the egg of public taste“ genannt.

„Which came first? Did the softening of the news media with its focus on personalities and their trivial pursuits change us? Or did we demand insights into the glitzy world of entertainers, confessions of their personal failings and prurient details of their private lives?“²⁹

Es ist nicht einfach zu beantworten, ob wir, das Publikum, durch die immer stärker werdende Personalisierung im Fernsehen zur Boulevardisierung getrieben werden oder einfach das Bedürfnis haben, nach dieser Welt des Glanzes und Reichtums zu greifen.

„Mit Boulevardisierung wird ein von oben nach unten abfallender Prozess bezeichnet „...“ vom hoch stehenden Informationsjournalismus zum minderwertigen Sensationsjournalismus.“³⁰

3.4.2 Fortschritt der Boulevardisierung

„Nach jahrelanger Forschung und Entwicklung ist man schlussendlich zu dem Entschluss gekommen, dass es im Journalismus bereits zu einer leichten Annäherung zwischen Qualitäts- und Boulevardmedien kommt. Dies führt wiederum zu einer Verrückung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkstation in Richtung privates Fernsehen. In vielen Fällen kombiniert man Qualität mit Boulevard. Droht der Boulevardjournalismus die Qualität zu verdrängen? Es entsteht ein so genanntes Mittelfeld. Das Gegenteil von Qualität wäre Müll, aber der Boulevardjournalismus muss kein Trash-Journalismus sein, denn dieser spekuliert rein auf affektive Reaktionen und

²⁸ Koszyk; Pruys 1976

²⁹ Cashmore 2006, S.27

³⁰ Renger Rudi 2001 ,S.71

respektiert keine journalistischen Standards und ethischen Codes mehr.“³¹

Im ORF versuchen Unterhaltungsformate wie die Seitenblicke sich vom reinen Boulevard in Richtung aktuellem Tagesgeschehen zu entwickeln. Inhalte werden aktueller gestaltet, da die Sendung dem Nachrichtenformat ZIB folgt. Zumindest wird versucht journalistische Kriterien in der Gestaltung zu beachten.

Es gilt jedoch die Frage zu klären, ob solche Verschiebungen nicht eine noch stärkere Boulevardisierung im ORF auslösen und es in Zukunft bald keine reinen Qualitäts- und Nachrichtenformate mehr gibt. Das Publikum nimmt das Angebot an. Jedoch wird es mit der Zeit bereits gelangweilt, wenn ausschließlich, nicht in Unterhaltung verpackte Information, ausgestrahlt wird.

3.5 Zwischenfazit

Es ist nicht im Sinne dieser Arbeit, sich mit neuen Formaten, wie der ORF Sendung Thema, die zwischen einem Qualitäts- und Boulevardjournalismus stehen, zu beschäftigen. Trotzdem ist, wie bereits oben erwähnt, eine Gefährdung der reinen Qualitätsformate durchaus gegeben, denn das Publikum scheint diese Art der Unterhaltung zu bevorzugen.

Um eine Annäherung an die Boulevardisierung feststellen zu können, gilt es die Bereiche der Boulevardisierung zu gliedern. Angefangen mit der Aufmachung, über die Sprache und die Inhalte, die gezeigt werden. Weiters ist es wichtig zu unterscheiden, welche Themen gezeigt werden und wie die Beitragsinhalte aussehen. Einen klaren Bezugspunkt der Boulevardisierung stellen Qualitätsmedien dar.

Um am Beispiel der Seitenblicke diskutieren zu können, muss das 22 Jahre alte ORF Format zunächst vorgestellt werden.

³¹ Neissl, Julia. Renger, Rudi 2001, S.27

4 Geschichte der Seitenblicke

In Form der Hofberichterstattung nimmt die Gesellschaftsberichterstattung bereits ihre Anfänge. Schon damals war es wichtig über alles, was am Hof zu Gange war Bescheid zu wissen.

Diese Tradition hat sich bis heute bewahrt und auch der ORF, Österreichs öffentlich-rechtlicher Sender, hat ein solches Format mit den Seitenblicken in sein Programm aufgenommen.

4.1 Die Geburt der Seitenblicke

Ein ungefähres Konzept gab es bereits 1974. Teddy Podgorski wurde mit 1978 zum FS 1³² Intendanten gewählt und stieß mit seinem Vorschlag auf wenig Gegenliebe. Bereits damals befürchtete die Gesellschaft die Boulevardisierung des Fernsehens. Mit seinem Aufstieg zum Generalintendanten versuchte er es erneut.³³

„Ich war Generalintendant und habe eine Reform der Zeit im Bild gemacht. „...“Und da hab ich mir überlegt, was man tun könnten eine Lokomotive für die zweite ZIB, für die Leute, die auf alle Fälle bleiben. „...“ Und ich habe gewusst von verschiedenen Leuten, nicht auch zuletzt von meiner Frau, dass da gewisse G'schichtn über die Gesellschaft ein Interesse besteht und habe also versucht eine Sendung zu kreieren, die so eine Adabei Sendung ist, aber nicht Tratsch im eigentlichen Sinn, sondern die so Dinge wahrnimmt, die sonst nicht wahrgenommen werden in der aktuellen Berichterstattung.“³⁴

Podgorski orientierte sich am Markt, informierte sich über bereits Bestehendes und suchte eine Marktlücke. Prominente im Fernsehen, sie fehlten noch. Am Geburtstag von ÖVP Generalsekretär Hermann

³² Anm.: heute ORF 1

³³ Vgl. Podgorski, Pammer u.a., 1994

³⁴ Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

Withalm, schickte er sein Team für die Pilot Sendung mit der Vorgabe persönliche Fragen zu stellen. Als das Vorhaben misslang versuchte Podgorski die Sendung beim damaligen Programmintendanten Ernst Wolfram Marboe unterzubringen.³⁵ „Der hat sich auch gewehrt mit Händen und Füßen und dann hab ich gesagt, wir werden das jetzt doch irgendwie umdrehen. Ich hab als Generalintendant keinen Einfluss gehabt aufs Programm damals. Ich konnte nur betteln drum.“³⁶

Somit musste Podgorski eigenhändig etwas unternehmen und kam in Kontakt mit dem Produzenten Otto Pammer.

„...“ ich hab einen Titel erfunden. Seitenblicke war ganz gut, weil es so signalisiert, es ist zwar unwichtig, aber vielleicht amüsant. Und dann haben wir ein halbes Jahr lang nur Probesendungen gemacht und es wollte auch keiner produzieren, weil alle geglaubt haben, das wird eingehen. Und der Otto Pammer hat das dann von sich aus finanziert, der ORF hat schon was mitgezahlt, aber das Risiko hat er getragen und dann haben wir angefangen damit.“³⁷

Speziell der Name Seitenblicke sollte kennzeichnend für diese Sendung sein. Teddy Podgorski war es wichtig, dass der Titel etwas auszusagen versuchte und „mit leichter Ironie und der nötigen Distanz über die so genannte Gesellschaft und deren Aktivitäten zu berichten“.³⁸

Von Beginn an dabei waren Kurier Redakteur Günther Bronscheit, Karl Hohenlohe und Harry Windisch sowie der eben erwähnte Produzent Otto Pammer. Sie versuchten nun mit allen Mitteln die Seitenblicke am Leben zu erhalten und nicht untergehen zu lassen, was sich zu Beginn durchaus als schwierig heraus stellte. Auch die Politiker waren weniger begeistert von den Seitenblicken und der

³⁵ Vgl. Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

³⁶ Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

³⁷ Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

³⁸ Podgorski, 2005

neuen Art der Gesellschaftsberichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen.

„Bei einer Kuratoriumssitzung ist wieder mal die Scheiße hochgeflogen und der Chef der ÖVP Fraktion, der Herr Steinbauer, hat sich am meisten aufgeregt über die Seitenblicke und gegen mich. (...) Also, es waren große Troubles!“³⁹

Auch die Öffentlichkeit und die Medien⁴⁰ waren weniger begeistert vom neuen Format. Doch Podgorski und seine Leute hielten durch und es gelang.

„Auf jeden Fall hat es aber den Effekt gehabt, dass die Zeit im Bild 2 zweimal so viele Zuschauer gehabt hat, weil die sind dann geblieben, und Seitenblicke hat immer mehr und mehr Zuschauer gekriegt und dann hab ich das Bundesländer Fernsehen erfunden, da hat auch jeder gesagt, da wird keiner zuschauen. Also sicherheitshalber haben wir die Seitenblicke in den Hauptabend verlegt und da haben wir dann gehabt: Bundesländer, Zeit im Bild, Sport und Seitenblicke. Und das war aber dann der Überhit, also bis heute sind das die letzten Quotenreserven, was mich sehr freut.“⁴¹

Um einen genaueren Vergleich zu den aktuellen Seitenblicken ziehen zu können, muss zunächst erneut ein Blick in die Vergangenheit geworfen werden.

4.2 Seitenblicke Signation

Die Seitenblicke haben nicht nur einen signifikanten Namen erhalten, auch die Signation, also die Einleitungsmelodie und Bilder, sind eigens für die Sendung entworfen worden.

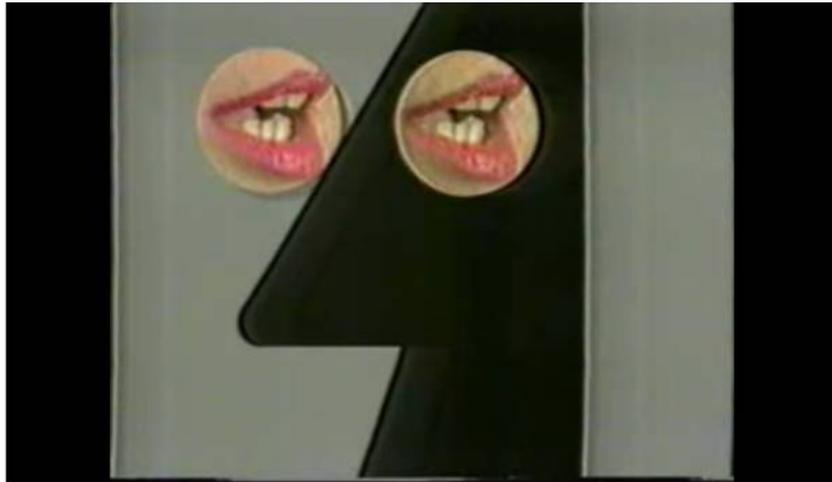
Das erste Auge wurde real gebaut und mit der Hand gedreht. Zunächst jedoch lässt die Grafik verschieden Mundauschnitte von Personen sprechen.

³⁹ Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

⁴⁰ Vgl. S. 31

⁴¹ Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

Abbildung 2: Seitenblicke Signation 1990⁴²



Im Weiteren werden die Mundausschnitte durch Augen ersetzt. Eines davon ist bereits das signifikante Auge der Seitenblicke.

Abbildung 3: Seitenblicke Signation 1990⁴³

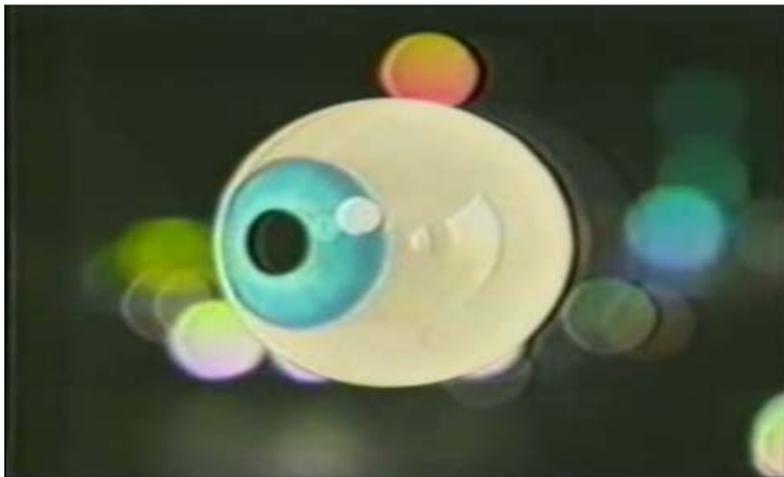


Dieses signifikante Auge tritt nun in den Vordergrund und beginnt sich zu drehen. Diese Bewegung wurde, wie bereits erwähnt, mit Hilfe eines Modells simuliert.

⁴² Quelle: ORF- Seitenblicke Folge 1990

⁴³ Quelle: ORF- Seitenblicke Folge 1990

Abbildung 4: Seitenblicke Signation 1990⁴⁴



Am Ende, nach dem zur Seite blickenden Auge, erscheint der Titel der Sendung. Die Seitenblicke waren geboren.

Abbildung 5: Seitenblicke Signation 1990⁴⁵



Die Ausschnitte von sprechenden Mundpartien sollen das Gerede und die Unterhaltung zwischen den Prominenten darstellen. Man spricht über wichtige und unwichtige Themen, über Partys und andere Prominente. Das markante Auge stellt den Blick dar, die

⁴⁴ Quelle: ORF- Seitenblicke Folge 1990

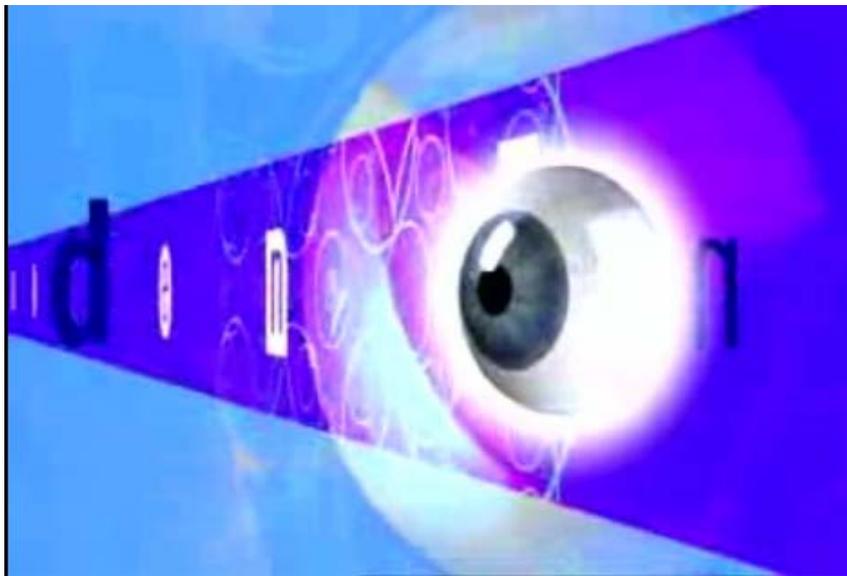
⁴⁵ Quelle: ORF- Seitenblicke Folge 1990

Tatsache, dass alles gesehen wird, was unter den Prominenten geschieht. Die Seitenblicke sehen alles.

Die Titelmelodie ist markant und am Ende wird sie von dem Knall eines Sektkorkens und Sektsprudel abgerundet. Der Sekt soll die Gesellschaft und ihre große Laune zum Feiern signalisieren.

Die Signation heute unterscheidet sich vollkommen von der Alten, nur das Auge ist gleich geblieben. Die Farben sind bunter und auch der Melodierhythmus ist schneller geworden. Die Seitenblicke wurden modernisiert.

Abbildung 6: Seitenblicke Signation 2008⁴⁶



Erkennbar wird das auch dadurch, dass sich neben dem Auge nun auch das Auge selbst dreht.

⁴⁶ Quelle: ORF- Seitenblicke Folge 2008

Abbildung 7: Seitenblicke Signation 2008⁴⁷



Die Farbkombination wirkt am Anfang etwas grell. Das komplette Design wurde von der ORF Grafikabteilung mit dem Programm Maya erstellt.

So manchem gefällt dieser Umstand und anderen wiederum nicht.

„Das is schiarch heute. Die erste war viel besser, die hat der Erich Sokol gemacht, unser Art Director. Heute ist es stilistisch graulich.“⁴⁸ Podgorski argumentiert auch mit den wachsenden Sparzwängen. So wurde damals das Auge noch in Kleinarbeit mit Hand gefertigt und vor der Kamera gedreht.⁴⁹

Teddy Podgorski übt scharfe Kritik an den modernisierten Seitenblicken, hat er doch die ersten Beiträge mit Hilfe eigener Redakteure selbst arrangiert.

⁴⁷ Quelle: ORF- Seitenblicke Folge 2008

⁴⁸ Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

⁴⁹ Vgl. Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

4.3 Der Seitenblicke Beitrag- damals

Damals, das gilt ab September 1987, als die Seitenblicke dem neu reformierten ORF Programm hohe Zuseherquoten bescherte.

Podgorskis Priorität war von Beginn an die Seitenblicke Beiträge so aufzubauen, dass neben dem Besuch der Veranstaltung immer ein Thema im Mittelpunkt stand. „Es fehlt heutzutage die Ironie. Ich hab von Anfang an gesagt, ich bin nicht dafür, dass man die Leute zu Sau macht, weil erstens kommt dann niemand mehr und zweitens ist das ja auch nicht unser Vorhaben, die Leute zur Sau zu machen.“⁵⁰

Weiters stellt er auch die fehlende Sendezeit in den Vordergrund. Die Tatsache in vier Minuten strukturvolle Beiträge zu kreieren benötige seiner Meinung nach erfahrene und gute RedakteurInnen.⁵¹

Für Podgorski sind die Beiträge von damals besser gemacht, dies mag auch daran liegen, dass sich die Medien immer schneller weiter entwickeln und wir Menschen oft hinter diesen rasanten Entwicklungen zurück bleiben. Doch würden die Seitenblicke stets auf dem Standard von 1987 bleiben, gäbe es sie längst nicht mehr. Sie wären bereits von einem neueren, jüngeren Format verdrängt worden.

4.3.1 Der erste Beitrag

Der erste Beitrag ging am 28. September 1987 um 21.50 Uhr auf Sendung.

„Das war relativ traditionell. „...“ eine große italienische Serie und dieser Schauspieler ist nach Wien gekommen und ich bin mit ihm spazieren gegangen. Vom Sacher in die Kärntner Straße hinein und wir haben ein Interview gemacht über Wien und wie es so ist in dem Beruf eines Mafiajägers zu stehen. Und es war eine recht einfache

⁵⁰ Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

⁵¹ Vgl. Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

Geschichte, also ein Star, den man begleitet wie er durch Wien geht, könnte man heute auch machen.“⁵²

Das Thema war also ganz einfach, Seitenblicke Redakteur trifft Star in Wien und interviewt. Das Publikum war zu Beginn kaum begeistert.

4.4 Resonanz der Medien

Schon vor der Ausstrahlung der Seitenblicke waren die Zeitungen nicht begeistert von dem neuen Format, wie folgende Auszüge aus Tageszeitungen verdeutlichen:

Ankündigung der Sendung am 28.September 1987 in der Kronen Zeitung: „Jagdzeit für Prominente und die sich dafür halten.“

Weiters am 28.September 1987 im Kurier:

„Amüsantes und Kurzweiliges aus dem täglichen Gesellschaftsleben in Österreich.“

Nach Ausstrahlung der ersten Sendung wurde eine Woge der Entrüstung los gelöst. Österreich war empört, die Medien zerrissen die neue Sendung in der Luft, kritisierten das Format und „...“ausgerechnet die Boulevardzeitungen bezichtigen uns der Boulevardisierung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens.“⁵³

Nur der Kurier schrieb am 30. September, zwei Tage nach der Ausstrahlung der ersten Sendung: „Überraschend gut die Seitenblicke. Michele Placido war ein Glücksfall und die Geschichte mit Goldhäppchen originell.“

⁵² Robert Reumann- Interview 4, 06.03.2009

⁵³ Podgorski 2005, S.190

Vor allem die Kronen Zeitung übte Kritik.

„Wer den Stil dieser alten Sendung vermißt, kann sich ja die Seitenblicke zu Gemüte führen. So dargeboten, könnten nicht einmal Michele Placido und Harald Juhnke Lichtblicke sein.“⁵⁴

Auch die damaligen Politiker, darunter Finanzminister Lacina, standen dem neuen Format feindselig gegenüber. „Das ist eine große Verletzung der Sorgspflicht. Ein Schaden, der nicht mehr gutzumachen ist, selbst wenn in der Sendung dementiert wird. Beim zweiten Mal schaut doch höchstens die Hälfte der Leute mehr zu!“⁵⁵

Eine harte Aussage über die neuen Seitenblicke, was der Sendung nicht gerade zu einem positiven Ansehen verhalf.

Die Presse übte am 30. September in ihrer Sparte Fernsehen/Hörfunk ebenfalls harte und zugleich zynische Kritik, in dem sie die Sendung als Harmlosigkeit darstellte, an der sich das Publikum alsbald satt gesehen hätte. „Die ORF-Adabeis selbst durften wohltuenderweise nicht ins Bild, waren kaum spürbar und könnten in naher Zukunft durch routinierte und billigere Arbeitsbienen ersetzt werden. „...“Und der ORF hat klargestellt, daß er die „Soft News“ der härteren Variante eindeutig vorzieht. Genauer gesagt, daß er seinem Publikum diese Präferenz glaubt unterstellen zu dürfen.“⁵⁶

Selbst Tage später waren die Seitenblicke Thema in den Medien. Die Kronen Zeitung schrieb am 2. Oktober 1987 in ihrer Rubrik „TV Kritik“: „Die neue Sendereihe „...“ ist an und für sich eine harmlose Nichtigkeit, eine Nebensache innerhalb des Programmangebots. Wenn man die bisherigen Resultate „...“ in Relation setzt, dann muß man mehr erwarten dürfen als nur läppische Schnipsel, zumeist ohne amüsante Aktualität und kurzweiligen Informationsgehalt.“

⁵⁴ Kronen Zeitung, 29. September 1987

⁵⁵ Kronen Zeitung, 30. September 1987

⁵⁶ Die Presse, 30. September 1987

Das Interview von Conny Bischofsverger mit Teddy Podgorski im Kurier signalisierte gekonnt kritisch die Einstellung zu den Seitenblicken, indem sie Fragen nach dem Zustand des Lieblingskind Seitenblicke stellte.⁵⁷

Thaddäus Podgorski kann sich noch gut an weitere harte Kritik der damaligen Zeitungen erinnern.

„Beispiele gefällig? `Seitenblicke, der Society Pfurz mit höchstem Aufwand` oder: `Die Seitenblicke dürften bei den Verantwortlichen gewaltige Augenschäden verursacht haben. Sonst müssten sie sehen, daß diese Art Gesellschaftsberichterstattung unerträglich wird.` Oder: `Wie diese vom ORF geadelten Adabeis ihre Nase in andere Gläser hängen, hat etwas Peinliches.`“⁵⁸

Er brauchte einen Notplan. Die Seitenblicke schienen an der Kritik zu scheitern. Podgorski wandte sich an den damaligen Informationsintendanten und Gesundheitsminister Franz Kreuzer, mit der Bitte die Seitenblicke zu übernehmen.⁵⁹

„Und er war dann die Rettung der Seitenblicke, jetzt konnte niemand mehr was sagen. Weil ein ehemaliger Intendant, ein Chefredakteur, ein Wissenschaftler, ein Schriftsteller hatte das jetzt übernommen. Und damit habe ich die Diskussionen mehr oder weniger abgestellt gehabt und dann ist es gegangen.“⁶⁰

Mit der Übergabe der Leitung an Franz Kreuzer machte Podgorski einen guten Schachzug. Er verhinderte somit weitere öffentliche Kritiken und verschaffte den Seitenblicken Zeit, sich zu etablieren und die Zuseher schlussendlich doch zu unterhalten.

Auch Robert Reumann, Redakteur der ersten Stunde, weiß sich noch an die Resonanz zu erinnern:

⁵⁷ Vgl. Kurier, 4.Oktober 1987

⁵⁸ Podgorski, Pammer 1994

⁵⁹ Vgl. Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

⁶⁰ Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

„Am Anfang haben die Leute nur geschimpft so weit ich weiß. Ich glaube, dass die ÖVP sogar damals vehement die Einstellung des Generaldirektors gefordert haben. Und heute sind alle politischen Parteien froh, wenn sie da hinein kommen. So ändern sich die Zeiten.“⁶¹

Robert Reumann hat mit seinem Vergleich durchaus Recht: Damals wollte niemand vor der Kamera stehen und heute gibt es Gerangel und oftmals Abkommen darüber, wer in den Seitenblicken erscheinen muss oder darf.

⁶¹ Robert Reumann- Interview 4, 06.03.2009

5 Die Seitenblicke von heute

Die Zeit brachte, wie schon erwähnt, einen Wandel im Journalismus und der damit verbundenen Gesellschaftsberichterstattung. Die Seitenblicke versuchten immer am aktuellsten Stand zu sein und mit dem Redaktionsteam wechselten auch die Stile der Beiträge.

Zunächst sollen anhand der Seitenblicke die Boulevardisierungsmerkmale wie Sprache, Aufmachung und Inhalt, nach Heinz Pürer, genauer betrachtet werden, um in weiterer Folge die Frage zu klären, ob die Boulevardisierung im Fernsehen ihren Lauf genommen hat.

5.1 Aufbau

Vorweg soll noch einmal in Erinnerung gerufen werden, dass die Seitenblicke ein Gesellschaftsmedium sind, das den Prominenten die Möglichkeit zur öffentlichen Inszenierung gibt und dem Publikum die Unterhaltung bietet, die es erwartet.

5.1.1 Boulevardisierungsmerkmale⁶² der Seitenblicke

... hinsichtlich der Aufmachung.

Aufmachung bedeutet, die charakteristischen visuellen Eindrücke.

- *Reichhaltige, reizstarke und emotionalisierende Visualisierung*

Die Beiträge sind eine Anreihung von Bildern, der Räumlichkeiten und der Umgebung. Vor allem die prunkvollen Räume der Wiener Altbauten wie der Hofburg oder diversen Museen erfüllt das Kriterium der Reizstärke.

- *Dynamische Visualisierung (schnelle Schnitte etc.)*

Dieses Kriterium wird von den Beiträgen der Seitenblicke nicht erfüllt. Die Schnitte und Übergänge sind eher rund und miteinander abgestimmt. Das mag daran liegen, dass die Seitenblicke ihrem Image der stilvollen Berichterstattung über die Jahre hinweg treu

⁶² Vgl. Pürer 2003

bleiben möchten. Ein Punkt der die Boulevardisierung etwas in ihre Schranken zurückweist.

- *Dynamische Akustik (Musikunterlegung, Soundeffekte etc.)*

Dieser Punkt wiederum wird erneut vollend erfüllt. Kein Beitrag ohne Hintergrundmusik. Es wird sehr darauf gedacht, die Musikauswahl passend zum Beitrag zu wählen, um diesem noch mehr Ausdruck zu verleihen.

- *Reichhaltige O-Töne (Originaltöne)*

Auch die geführten Interviews lassen bei jedem Beitrag gute Statements miteinander verbinden. Oftmals wirkt ein Beitrag etwas zu O-Ton überladen, um in drei Minuten einen Seitenblick zu schaffen.

- *Kurze Beiträge*

Die Beiträge sind stets kurz, drei Minuten sind das Minimum sechs Minuten das ungefähre Maximum.

... hinsichtlich der Sprache

Die Sprache ist ein wichtiges Merkmal. An der Art des Ausdrucks soll sofort erkannt werden können, um welche Form des Beitrags es sich handelt.

- *Simplifizierungen & Verständlichkeit*

Die Sprache ist einfach gehalten und auch internationale Sprachen werden auf Deutsch übersetzt.

- *emotionalisierende Ausdrucksweisen (reizstarkes Vokabular, Appelle etc.)*

Die Sätze in der Anmoderation sind meist kreativ gestaltet, dieser Umstand hängt vom zuständigen Redakteur ab. Es wird versucht durch solchen Einstieg das Publikum dazu zu bewegen, dabei zu bleiben, um den ganzen Beitrag zu sehen. Wichtig ist, dass der Inhalt über den Ort und die Veranstaltung darin vorkommt.

- *Einsatz von direkten Zitaten*

Da die Beiträge nur aus der Anmoderation, den Bildern und den einzelnen Interviewschnitten, das Wesentliche der Aussagen der Prominenten, besteht, ist das Kriterium der direkten Zitate gegeben.

...hinsichtlich der Inhalte/Themenebene

Grundsätzlich rangiert bei der Themenzusammenstellung das Kriterium Publikumsinteresse vor dem Kriterium Relevanz, das heißt:

- *Konzentration auf Geschehen mit Prominenten*

Da sich die Seitenblicke das Leben und Feiern der Prominenten zu filmen, verschrieben haben, wird dieses Kriterium ebenfalls erfüllt.

- *Bevorzugung von „Sex and Crime“-Themen*

Vielleicht nicht gerade „Crime“ Themen, aber natürlich sieht das Publikum gerne einen Prominenten mit neuer Freundin, dem das gar nicht so recht ist, was sie im Interview erzählt.

- *Vernachlässigung von Themen aus den Bereichen Politik und Wirtschaft*

Es wird zumindest versucht aktuellere Themen einzubinden. Themen wie Finanzkrise oder Arbeitslosigkeit werden in die Interviewfragen eingebaut und Antworten aus den Prominenten herausgekitzelt. Die Politik wird eher in den Hintergrund gestellt. Man versucht vor Wahlen, keine PolitikerInnen zu interviewen und auch aktuelle Meinungen einzelner Parteien werden vermieden, um so einer Polarisierung entgegen zu wirken.

- *Hoher Stellenwert des Sports*

Dieses Kriterium ist ganz klar nicht gegeben. Die Seitenblicke konzentrieren sich nicht auf ein Thema, sondern versuchen breit gefächerte Beiträge zu gestalten.

- *Bevorzugung von lokalem an Stelle von internationalem Geschehen*

Ganz klar steht die österreichische Prominenz im Vordergrund. Man versucht jedoch trotz allem auch über den österreichischen Tellerrand zu blicken und Veranstaltungen, die international von großer Bedeutung sind ein zu binden.

...hinsichtlich einzelner Inhaltsaspekte in den Beiträgen

- *Ethnozentrismus*

Grundsätzlich wird versucht objektiv zu gestalten und zu berichten. Jedoch kann es teilweise zu einer Überbewertung der Prominenten selbst kommen, indem sie sich durch ihr Verhalten und ihre Aussagen, die in den Seitenblicken gesendet werden, für etwas Besseres als der Rest halten.

- *Personalisierung*

Die Seitenblicke kehren in ihren Beiträgen das Private der Prominenten nach außen in die Öffentlichkeit. Prominente werden personalisiert, sind nicht mehr einfach nur die Schauspielerin aus diesem und jenem Film, sondern die, die zur Veranstaltung als einzige ohne Begleitung kam.

- *Bezüge zu Prominenten*

Die Seitenblicke leben, wie schon erwähnt, von der Präsenz der Prominenten und umgekehrt.

- *Überraschung*

Oft gibt es unvorhersehbare Wendung eines Interviews durch eine Aussage oder ein Verhalten, die das Publikum im Wohnzimmer überrascht zurück lassen.

- *Negativismus*

Eine negative Einstellung ist definitiv nicht gegeben, was wiederum auch den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in Frage stellt. Sollte nicht auch kritisch betrachtet werden im öffentlich-rechtlichen Sinne?

- *Spekulationen statt Faktizität*

Da der Beitrag nur von den Interviews und Bildern lebt, gib es kaum Spekulationen, da die Prominenten das sagen, was sie sich in diesem Moment überlegt haben.

... hinsichtlich diskursiver Strategien

Die Seitenblicke zielen klar darauf ab mit ihren Beiträgen beim Publikum eine Veränderung zu erreichen.

- *Simplifizierung*

Die Beiträge werden darauf reduziert, dass sie die breite Masse verstehen kann und unterhaltend findet und auch den Inhalt als vertraut empfinden.

- *Persönliches als Erklärungsrahmen*

Ganz klar gibt es in den Beiträgen einen Bezug zwischen öffentlichen Themen und Alltagserfahrungen. Das Publikum erkennt oft, dass auch Prominente nur Menschen sind. Der negative Aspekt ist hier wiederum, dass der Glanz mit der Zeit verblasst und es alltäglich wird die Prominenz zu sehen.

- *Vorgabe der Interessensidentität zwischen Medium und Leser*

Vor allem ist es den Seitenblicken wichtig, dass zu senden, was das Fernsehpublikum gerne sehen würde. Somit wird versucht die Interessen der Prominenten mit denen der Zuseher abzudecken.

- *Herausstellen des „gewöhnlichen Menschen“ bei Politiker*

Wie schon erwähnt, verlieren viele Prominente ihren Glanz. So auch Politiker ihren Status, wenn sie zu oft oder zu unüberlegte Handlungen tun. So werden sie nur mehr mit klassischen Bemerkungen wie „Typisch Mann“ abgestempelt und das Publikum degradiert den Politiker in gewisser Weise wieder zu einem „normalen“ Menschen.

- *Abgrenzung und Ausgrenzung von „den Anderen“*

Allein durch die Ausstrahlung der Seitenblicke wird versucht, dem österreichischen Fernsehpublikum einen Einblick in die Welt der Prominenten zu geben und sie daran teilhaben zu lassen. Oft kann dies aber auch zu einer Art Ausgrenzung führen, wenn es soweit geht, dass das Gefühl der Minderwertigkeit, beim Anblick der glanzvollen Veranstaltungen auftritt.

Nachdem nun beinahe alle Merkmale den Beiträgen der Seitenblicke zugeordnet wurden, kann durchaus festgestellt werden, dass eine Boulevardisierung statt findet. Dies scheint Probleme für den ORF

mit sich zu bringen, da sich dieser durch den Programmauftrag an eine stetige Seriosität seiner Informationsübermittlung orientieren muss. Jedoch wäre ein Fernsehsender ohne Unterhaltung ebenfalls nicht erfolgreich. Das Publikum will genauso unterhalten werden wie es die Information sucht. Es wäre andererseits aber durchaus vorstellbar, dass das Publikum diese Art der Unterhaltung nicht vermissen würde, wären die Seitenblicke nie entstanden. Denn schließlich dient diese Art der Unterhaltung nicht der Information oder gar der Weiterbildung, sondern lässt sich in eine eigene Kategorie einordnen: Boulevardisierung.

Wie sieht nun der Seitenblicke Beitrag von heute aus, der zur Boulevardisierung beiträgt.

5.2 Der Seitenblicke Beitrag

Jeden Tag um 20.05 Uhr auf ORF 2 ertönt der Sektkorken und ein animiertes Auge dreht sich um die eigene Achse. Seit 1987 gehören die Seitenblicke zum ORF Hauptabendprogramm. Über die Jahre wurde die Sendung leicht verändert und modernisiert. Produzent Otto Pammer nahm sich der Seitenblicke damals an. Im September 1997 wären es 10 Jahre geworden, in denen Pammer und sein Team die Seitenblicke täglich produzierten. Nach ORF Wunsch wurde jedoch ab 1. Jänner Rudolf Klingohr mit seiner Produktionsfirma Interspot damit betraut und produziert seit 1997 das Prominenten Stell-dich-ein.⁶³

„Der Aufbau einer Sendung ist rasch erklärt, dadurch, dass wir eine relativ kurze Sendung sind mit 4min30 bis über 6 min etwa, aber zu einer besonders zuseherträglichen Zeit um 20.05 Uhr in ORF 2, schauen wir, dass wir zumindest drei Beiträge auf Sendung haben.“⁶⁴

Für Chefredakteur Alexander Hofer ist es wichtig verschiedene Orte und Beiträge miteinander zu kombinieren.

⁶³ Kurier, 19.11.1996

⁶⁴ Alexander Hofer- Interview 2 17.02.2009

Die Seitenblicke zeichnen sich dadurch aus, dass die Sendung eine Anreihung von Beiträgen ist, die mit Musik untermalt und von Interviews getragen wird.

„Grundsätzlich hat die Sendung Seitenblicke eine ganz eigene und signifikante Dramaturgie, nämlich die, dass wir nämlich kein Studio, keinen Moderator, sondern, dass die Beiträge selbsttragend gestaltet werden. Das heißt im Off Text beschreibt der Redakteur die Örtlichkeit und das was in den nächsten Minuten folgt. Das ist einzigartig in ganz Europa „...“.“⁶⁵

Der Aufbau ist typisch für dieses Format, lässt den Redakteur in den Hintergrund treten und die Geschichte sich selbst erzählen, was bei der kurzen Sendezeit oftmals schwer zu sein scheint.

5.3 Themen

Ein Beitrag lebt nicht nur von den Veranstaltungen und den Prominenten selbst. Es wird stets versucht unterschiedlich Themen auch in die Fragestellungen mit ein zu bauen. Die RedakteurInnen werden stets erinnert, immer auch einen „Seitenblick“ in der Geschichte zu finden. Als Beispiel dient folgende Veranstaltung:

Pink Ribbon veranstaltet zum Auftakt der Brustkrebsprävention eine Veranstaltung im Museumsquartier. Nun ist das Thema Brustkrebs ein sehr ernstes und betrifft heutzutage viele Frauen. Für die Seitenblicke als ein Unterhaltungsformat, muss die Redakteurin versuchen, einen Mittelweg zwischen Seriosität und Boulevard zu finden. In diesem speziellen Beitrag entschloss sich die Redakteurin nach anderen Tabu Themen in der Öffentlichkeit zu fragen. Themen bis hin zur Schönheitsoperation wurden genannt und lenkten so in den privaten Teil der Veranstaltung, nämlich die Meinungen der Prominenten.

⁶⁵ Alexander Hofer- Interview 2, 17.02.2009

Bevor sich der/die RedakteurIn jedoch überhaupt einen Seitenblick überlegen kann, müssen zunächst die Themen bzw. Veranstaltungen vorselektiert und ausgewählt werden.

5.3.1 Auswahl der Themen

Die Auswahl der Themen ist die Aufgabe des Chefredakteurs Alexander Hofer mit Unterstützung des Chefs vom Dienst, Andreas Merkl.

„Die Themen werden ausgesucht, das ist ein journalistisches Kriterium, wie in allen Redaktionen auch, somit auch in unserer, nach einer Relevanzskala. Natürlich, was ist interessant, was ist lustig, was ist unterhaltsam, was ist aktuell, was ist gerade Gesprächsthema „...“.“⁶⁶

Grundsätzlich gibt es wöchentlich zwei Sitzungen, eine Vorsitz, in der nur der Chef vom Dienst, der Chefredakteur und auch der Produzent, Rudolf Klingohr teilnehmen und über die einzelnen Themen und Einladungen diskutieren. An der zweiten Sitzung nimmt das ganze Redaktionsteam samt Dispositionsleitung und Cutter, er schneidet die Beiträge, teil. Die einzelnen Themen werden anschließend an die RedakteurInnen verteilt.

„25 volle Tage würde die Sendezeit aus den letzten 20 Jahren ausfüllen: 36.100 Minuten und 6.359 Ausgaben der "Seitenblicke" wurden ausgestrahlt. In den 24.147 Beiträgen wurden insgesamt 77.397 Menschen interviewt.“⁶⁷

5.3.2 Veranstaltung, Themen im Überblick

Eine beachtliche Zahl in jeder Hinsicht. Nachfolgende Übersicht soll einen Überblick über das Jahr 2008 erleichtern.

⁶⁶ Alexander Hofer- Interview 2, 17.02.2009

⁶⁷ Quelle: <http://wien.orf.at/stories/229872>, 25.02.2009

Tabelle 1: Übersicht Seitenblicke 2008

Premieren	Kino	Theater	Kabarett	
ORF-Produktionen	Dancings Stars	Frisch gekocht	Das Match	Starmania
Geb.-feiern				
Bälle	Opernball	Maskenball	Kaffeessiedeball	
Winter	Kitzbühel	Ischgl		
Präsentation	Buch	DVD		
Haute Couture	Paris	Mailand		
Verleihungen	Romy	Goldene Kamera	Oscars	
Hollywood	Promis			
Ausstellung	Vernissage			
Eröffnungen	Lokale	Boutiquen	Juweliere	
Charity	Golf	Pink Ribbon	Licht ins Dunkel	Lifeball
Premieren	Kino	Theater	Kabarett	
Seitenblicke-Spezial	Holiday	Gourmet	Revue (Sonntags)	Europa

Wie die Tabelle unschwer erkennen lässt, gibt es über das Jahr verteilt durchaus eine große bunt gemischte Auswahl an Veranstaltungsarten. Meist richtet sich die Veranstaltung nach der Jahreszeit. Im Winter berichtet das Seitenblicke Team von Society Veranstaltungen aus Kitzbühel und im Sommer von den Seefestspielen in Bregenz. Zu Weihnachten steht die Licht ins Dunkel Gala jedes Jahr im Mittelpunkt. Als ORF Format lassen sich die Seitenblicke dazu verpflichten von den Spenden zu berichten und selbst Geld zu sammeln.

Am 4.3.2009 um 21.50 Uhr strahlte ORF 2 die erste Folge von Seitenblicke Europa aus. Mailand macht den Anfang mit ihren wunderschönen Models und berühmten, weltweite bekannten Modenschöpfern.⁶⁸ Mit diesem neuen Seitenblicke Spezial soll das Thema der Europäischen Union ebenfalls in den Seitenblicken aufgegriffen werden. Das Spezial besteht aus mehreren Teilen und jedes Mal wird ein europäisches Land von einem Seitenblicke Team bereist und wichtige Persönlichkeiten interviewt.

Durch die Einbindung Europas wird über den Teller geblickt und dem Zuseher vermittelt, dass Österreich ein Teil davon ist. Es hat durchaus den Anschein, als wollten sich die Gestalter mit allen Mitteln von der Boulevardisierung abwenden, hin in Richtung einer informativen Unterhaltung. Nach §4 (3)⁶⁹ im ORF Gesetz heißt es, der ORF müsse die Förderung der österreichischen Identität im Blickwinkel der europäischen Geschichte und Integration suchen. Somit scheinen die Seitenblicke Gestalter auf diese Art demonstrativ zeigen zu wollen, dass der öffentliche Auftrag eingehalten wird. Keine Frage, die EU ist ein wichtiges politisches und soziales Thema in der Gesellschaft. Durch die Einbindung im Format profitiert die

⁶⁸ Vgl. <http://tv.orf.at/seitenblicke/137845/story>, 2009

⁶⁹ Vgl. Bundesgesetz über den österreichischen Rundfunk, 2009

Sendung von dessen Image und Ernsthaftigkeit, ob der Zuschauer jedoch informativ auch profitiert sei dahin gestellt.

Oft scheint es so, als würden die Seitenblicke stets dieselben Orte besuchen. So hat es manchmal den Anschein, für das Publikum und dessen Wahrnehmung, Interspot filme nur an ein oder zwei unterschiedlichen Veranstaltungen. Aber im Grunde sind es die Prominenten, die durch wiederkehrendes Auftreten ein ähnliches Bild suggerieren. Dies führt oftmals dazu, langweilig und wiederholt zu wirken. Vor allem junge Zuseher erwarten ein abwechslungsreiches und spannendes Format. Doch stellt sich hiermit die Frage, welche Zielgruppe die Seitenblicke ansprechen. Für wen sie konzipiert sind und wer sie eigentlich sehen sollte wird daher im nächsten Abschnitt erläutert.

5.4 Zielgruppe

Während ORF 1 für Seher bis 50 Jahre Programm zu bieten hat, das heißt auch für die Kleinsten, strebt ORF 2 die Sehergruppe 12+ an. So auch die Seitenblicke, dessen wahre ZuseherInnengruppe im Bereich 60+ liegt. Das ist teilweise darauf zurück zu schließen, dass die Beiträge für Jüngere nicht interessant und essentiell erscheinen. Deshalb versuchen die Gestalter auf neue Ideen und aktuelle Themen zu setzen, um die jüngeren Generationen ebenfalls für die Seitenblicke zu gewinnen. Denn das Fernsehen lebt nun einmal auch vom jungen Publikum.

„Das ist ein Prozess. Man muss einfach längere Zeit Programm anbieten, dass sich auch jüngeres Publikum in den Beiträgen wieder findet. Das geht nicht von einen Tag auf den anderen. Sondern das muss sich entwickeln. Du stößt dann an Grenzen, wenn du dich mit der täglichen Sendezeit auseinander setzt.“⁷⁰

Hofer spricht nicht nur von zu wenig Sendezeit, sondern auch von der Verpflichtung gegenüber dem ORF. Wie bei den Veranstaltungen

⁷⁰ Alexander Hofer- Interview 2, 17.02.2009

bereits mit Licht ins Dunkel erwähnt, sind gewisse Vorgaben zu erfüllen. Eine ORF Veranstaltung muss in vier-sechs Minuten Sendezeit Platz finden, auch auf die Gefahr hin, dass andere, vielleicht sogar interessantere Beiträge, nicht gespielt werden. Darunter leidet schlussendlich auch die Qualität der Beiträge. Es wird zwar versucht das Format an die Zeit anzupassen, aber die Gestalter stoßen an die Grenzen des öffentlich-rechtlichen Formates. Scheitern Formate vielleicht sogar am öffentlich rechtlichen Auftrag? Eine Sendung hat wie erwähnt ungefähr drei Minuten. Doch auch diese müssen gefüllt werden. Hier kommen die Redakteure und Redakteurinnen ins Spiel. Es ist das Ergebnis ihrer Arbeit, die täglich über den Bildschirm flimmert.

5.5 Wie arbeitet ein/e RedakteurIn?

Die Arbeit bei den Seitenblicken scheint einer der schönsten Jobs der Welt zu sein. Jeden Tag auf Partys, sich nur unter den Reichen und Schönen zu bewegen. Doch wird genauer hingesehen und hinterfragt, kann der Schluss gezogen werden, dass der Schein oft trügt.

Für Redakteur Robert Reuman ist es wichtig, die meisten Prominenten zu kennen und so auch Kontakte zu neuen Personen zu knüpfen. Kennt er die Person nicht, ist es für ihn wichtig das Medium Internet zu nutzen und den vermeintlichen Prominent über diverse Suchmaschinen zu suchen.⁷¹

Nach der Recherche ist es auch interessant zu erfahren, ob es nötig ist, sich die Fragen im Vorhinein zu überlegen, vielleicht sogar für jede prominente Person einzeln, die an der Veranstaltung teilnehmen wird. Jeder versucht sich auf die eigene Art und Weise auf eine Veranstaltung vorzubereiten. Reumann überlegt sich vorher keine direkten Fragen.

⁷¹ Vgl. Robert Reumann- Interview 4, 06.03.2009

„...“man darf nur nicht vergessen, das Leben hat ja nicht nur die vier Jahreszeiten, und wir erleben sie und sie wiederholen sich im Prinzip und es wiederholt sich auch das gesellschaftliche Leben in einem Land. „...“ Also du lotest aus, du machst irgendwie Spaß, ich versuch nicht verletzend zu sein, aber oft spür ich und schau ich und red ich mit denen, dann steigen die plötzlich drauf ein. Also es ist ein Spiel und es ist nicht immer vorgesetzt.“⁷²

Die Wiederholung birgt ebenfalls Gefahren unter der die Beiträge oft zu leiden scheinen. Besucht ein Redakteur vier Jahre hintereinander dieselbe Veranstaltung, so wird es schwer sein, kreative Arbeit zu leisten. Oft ist das Ergebnis dann ein nicht aufregender, kaum im Gedächtnis bleibender Beitrag.

5.6 Resonanz der Medien

„Die Seitenblicke sind Bauchpinsler, da wird nie wirklich irgendwie zugebissen, sondern ab und zu tut man so, als würd man ein bissl kläffen, aber mehr passiert nicht und das liegt einfach daran, das die SB Redakteure genau das Problem des ORF haben, die halten sich alle für wichtig. „...“die sind so was von selbst-zufrieden, dass das Produkt einfach stinkt vor Langeweile.“⁷³

Oben zitierte Aussage ist das Paradebeispiel für die Meinung von Journalistengruppen über die Seitenblicke. Oft liegt es generell daran, dass der ORF von Konkurrenzmedien in einem negativen Licht dargestellt wird. Somit haben es auch dessen Formate nicht leicht sich zu etablieren.

Speziell die Seitenblicke haben den Ruf der Langweiligkeit und Veraltetheit, da auch die interviewten Prominenten oft Personen sind, die das Publikum schon ewig kennt. Beispiele wie Erwin Strahl oder Otto Schenk sind nur zwei dafür. Wie bereits erwähnt versucht man das Format an die Zeit anzupassen, doch die Vorgaben eines

⁷² Robert Reumann- Interview 4, 06.03.2009

⁷³ Thomas Rottenberg- Interview 1, 03.02.2009

öffentlich-rechtlichen Senders zu missachten, ist nicht so einfach. Die Macher stehen unter der Aufsicht des „Big Brothers“.

Selbstverständlich ist gute wie auch schlechte Medienresonanz für jedes Format natürlich und alltäglich. Und klar ist auch, dass vor allem negative Zurufe von der Konkurrenz gern gemacht werden.

Es ist schwer ein TV-Format mit solcher Zuschauerquote mit anderen Formaten zu messen. Auch wenn die Zielgruppe mit 60+ überdurchschnittlich hoch ist und junge Formate Kritik daran üben, ist nicht zu vergessen, dass die österreichische Bevölkerung immer älter wird und somit auch die Zuseher. Speziell die, die dem ORF stets treu sind.

Im Gegensatz ist natürlich unverkennbar, dass auch für die Jungen gesorgt sein sollte, nur eine gravierende Änderung würde sofort das ältere Publikum vertreiben und wer garantiert dann 900.000 junge ZuseherInnen?

Zusammenfassend ist die Medien- und auch Publikumsresonanz für die Seitenblicke nicht positiv zu beurteilen, doch gibt es anscheinend keinen leichten zu findenden Mittelweg, der Jung und Alt zufrieden stellen würde.

5.7 Der Unterschied: Heute & damals

Nach einer ausführlichen Analyse der Seitenblicke von damals und heute, ist durchaus ein Unterschied in der Machart und Entstehung zu erkennen.

Robert Reumann sieht in der Entwicklung der Seitenblicke eine zunehmende Professionalisierung, auch wenn die Sendezeit gekürzt wurde. „Es wurde natürlich auch durch diese Beschleunigung, durch diese MTV Generation, die Sehweise verschnellert. Die Menschen sind heute auch in der Lage schneller zu sehen, junge Menschen schauen sich ja überhaupt nur schnelle Bilder an. „...“⁷⁴

⁷⁴ Robert Reumann- Interview 4, 06.03.2009

Jedoch haben die Seitenblicke für ihn durchaus auch an Glanz verloren. Die Medien ändern sich in der heutigen Zeit rapide und jede Sendung, die sich dieser Schnelligkeit nicht anpasst, bleibt zurück, auch wenn die Qualität darunter oft leidet.

„Na heute ist das ja kein Aufbau. Das ist alles die Folge davon, dass es so kurz ist und das ist schade. Wenn es nach mir ginge, dann hätten die Seitenblicke, so wo sie jetzt sind, eine Anreißer Funktion und hätten dann später am Abend 20 Minuten am Tag.“⁷⁵ Podgorski sieht das Problem darin, dass die vier Minuten nach dem Sport zu kurz sind, um sich darum zu bemühen etwas Großartiges zu kreieren.

„Es kommt ja nur darauf an, wer es macht und wie man es macht. Am Thema liegt es nie, man kann jedes Thema machen. „...“. „Alles was zum Leben gehört kann man reflektieren. Natürlich, wenn Trottel Politik machen, ist das auch nicht öffentlich-rechtlich.“⁷⁶

Für Podgorski, den Erfinder der Seitenblicke, steht es außer Frage, dass jedes Thema ein guter Beitrag sein kann. Nur ist fraglich, ob es heutzutage auch möglich ist - in einer Zeit, wo Themen wie die Finanzkrise und Arbeitslosigkeit stets über den Menschen schweben. Die Prominenten versuchen dies mit feiern zu überdecken und das Publikum taucht für kurze vier Minuten in eine andere Welt ein.

„Journalismus und Unterhaltung schließen sich nicht aus. Ich glaube, dass es manchmal ganz gut ist, etwas tagesaktueller die Leute zu befragen. „...“. „Gesprächsthemen, die es in der Gesellschaft gibt, die sollten bei uns auch Erwähnung finden. „...“. „Das was sich auch geändert haben wird, ist die Beitragslänge. „...“. „Jetzt muss man schauen das Wichtigste aus Veranstaltungen, aus Ereignissen herauszuholen und trotzdem die Vielfalt der Angebote in irgendeiner Form wahrnehmen zu können.“⁷⁷

⁷⁵ Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

⁷⁶ Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

⁷⁷ Alexander Hofer- Interview 2, 17.02.2009

Früher war das einfacher, hatten die GestalterInnen meist 20 Minuten zur Verfügung, um die Geschehnisse in der Gesellschaft mit der Kamera einzufangen.

Die aktuellen Beiträge analysiert, lässt sich eine Boulevardisierung durchaus erkennen. Die Beiträge sind kurz, bunt gestaltet und der Unterhaltung dienend. In früheren Beiträgen fällt sofort die Eleganz und Gediegenheit auf, mit der die Sendung über die Prominenten berichtete. Dies mag sowohl an der Zeit und der Gesellschaft liegen, als auch an der Art der Prominenz. Menschen wie Otto Schenk und Franz Antel, die durch ihre Arbeit, und das, was sie erreicht haben, bekannt sind. Heute besteht die Prominenz meist aus Personen, die das Scheinwerferlicht regelrecht suchen und sich das Publikum oftmals die Frage stellt, wieso gerade diese Dame prominent ist. Und gibt es nicht genug Auswahl an Prominenz, müssen die Gestalter immer wieder auf bekannte Gesichter zurückgreifen.

6 Die Figuren der Seitenblicke

Mit den Jahren entwickelt sich somit auch so manche/r Prominente zu einer Figur in den Seitenblicken. Sie sind fester Bestandteil der Sendung und immer für einen guten oder auch fragwürdigen Satz vor der Kamera zu haben.

Erhard Busek hat für solche Personen sogar ein eigenes Wort kreiert. Und zwar die „Seitenblicke Gesellschaft“, seit 2007 auch im Wörterbuch stehend, sind das jene Menschen, die häufig im TV-Magazin Seitenblicke vorkommen.⁷⁸

Begonnen hat alles 1987, die Redakteure gehen auf die Suche, wer würde sich am besten als Parade Promi eignen?

Über die Jahre hinweg sind viele Prominente gekommen und gegangen, einige sind geblieben und noch heute dabei und andere

⁷⁸ Kurier, 20. Oktober 2007

wiederum sind erst ganz „frisch“ dabei im Kreis der Schönen und Reichen.

6.1 Früher - heute

Auftritt, Richard Lugner.

„Lugner schmiss gerne Feste, kannte „toute Vienne“ und bot dem neuen Gesellschaftsformat so genügend Stoff für eine Sendung an. Auch wenn Not am Promi war, musst er nicht lange gebeten werden.“⁷⁹

Natürlich gab es noch andere Prominente, die in den Seitenblicken Fuß fassten, viele davon berechtigt, andere zwangen sich der Kamera regelrecht auf.

Podgorski musste 1987 die Leute bitten, um sie interviewen zu dürfen. Franz Antel war unter anderem ein Stammgast, der immer gerne in die Kamera kommentierte.

„Erika Pluhar hat gesagt, da wird sie nie zu sehen sein. Ist sie auch nicht, das rechne ich ihr hoch an. Das war die Einzige! Aber zum Beispiel der Heller, Frau Sacher, Frau Gürtler und jetzt drängt sie sich. Jetzt drängen sich alle, die zuerst gesagt haben Pfui. „...“ Die Popularität wird multipliziert! Das ist ja unglaublich, was da nieder geht.“⁸⁰

Die Mehrheit trat in den Anfängen der Seitenblicken noch nicht gerne auf, war die Sendung schließlich noch nicht etabliert.

Thomas Rottenberg steht den Figuren der Seitenblicke skeptisch gegenüber. Für ihn sind sie keine prominente Personen. „...“ und hinter der Kamera geht dreimal jemand mit einem grünen Hut vorbei und beim vierten Mal interviewst ihn, dann bist du prominent in Österreich.“⁸¹

⁷⁹ Kurier, Freizeit, 13.09.2008

⁸⁰ Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

⁸¹ Thomas Rottenberg- Interview 1, 03.02.2009

Jeannine Schiller, ein weiteres Phänomen der Seitenblicke, das Publikum kennt sie in Österreich, prominent gemacht haben sie die Seitenblicke.

„Ich bin mir nicht ganz sicher, was die Frau Schiller geleistet hat, außer dass sie vier Kindermodengeschäfte geführt hat, aber da gibt es relativ viele Frauen, die man interviewen kann.“⁸²

Ist einmal Mangel an Prominenz, wird Frau Schiller gerne für ein Interview herangezogen. Schließlich ist jedes bekannte Gesicht auch ein Notnagel, wenn eine Prominenten Durststrecke herrscht.

„...“Also ist das eine Sache der Wahrnehmung, schillernde Figuren bei uns sind sicher der Staatsoperndirektor Holender, der auch nie um eine Pointe, um eine Gemeinheit, um eine Geschichte, die sitzt und passt, verlegen ist.“⁸³ Weiters zählen für Hofer auch Künstler wie Otto Schenk, Chris Lohner und die Familie Hörbiger zu bekannten Figuren, die es auch verdienen, bekannt zu sein.

„Ja und dann gibt es eine Palette, wir nennen es gerne Streichelzoo, von Damen und Herren, die man einfach gerne sieht und die viel unterwegs sind, aber die gehören quasi zum Klientel des Gesellschaftslebens dazu.“⁸⁴

Es gibt also einerseits Prominente, von denen jede/r RedakteurIn froh ist, sie auch einmal vor die Kamera und einen Einblick in ihr Privatleben zu bekommen. Andererseits gibt es nach wie vor, und das in Hülle und Fülle, Prominente, die den Namen der Seitenblicke-Gesellschaft durchaus prägen und ihn auch verdienen.

Jedes Jahr wird ein Prominenten-Ranking erstellt. Es ist oft verblüffend und manchmal wundert es auch, welcher Prominente an welchem Platz rangiert.

⁸² Robert Reumann- Interview 4, 06.03.2009

⁸³ Alexander Hofer- Interview 2, 17.02.2009

⁸⁴ Alexander Hofer- Interview 2, 17.02.2009

6.2 Prominenten-Ranking

Die Uhr wird zwei Jahre zurück gedreht. Im Jahr 2007 feiern die Seitenblicke ihren 20. Geburtstag. Am Anfang noch kritisiert, zum Untergang verurteilt, gibt es sie nun schon seit 20 Jahren. Und auch die Prominenten sind mit gewachsen, sind gegangen und geblieben. 2007 galt Alfons Haider als der „Mister Seitenblicke“, keiner kam in 20 Jahren so oft vor wie er. Und nicht Richard Lugner (Platz 81) oder der allseits beliebte Ioan Holender (Platz 22) belegten den zweiten Platz, sondern der erst vor kurzem verstorbene Alt-Bürgermeister Helmut Zilk. Mit 182 Wortspenden folgt er Haider auf dem zweiten Platz. Platz 3 ging an Mr. Wunderbar Harald Serafin und Platz 4 und 5 an Franz Antel und Dagmar Koller. Gleich dahinter folgen Otto Schenk und Schauspielerin Marianne Mendt. Abbildung 8 zeigt jene einhundert Prominente, die in den Seitenblicken ihre Talente, Meinungen und ihr Leben 2007 zur schauen stellen.⁸⁵

Abbildung 8: Promi- Ranking⁸⁶

20 Jahre Seitenblicke: Das Promi-Ranking

5	Dagmar Koller	37	H. W. Schimanko	69	Klaus Eberhartinger
6	Otto Schenk	38	Karl Merkatz	70	Klaus Wildbolz
7	Marianne Mendt	39	Nina Proll	71	Norbert Blecha
8	Niki Lauda	40	Gery Keszier	72	Reinhard Gerer
9	Marika Lichter	41	Heinz Marecek	73	Andy Lee Lang
10	Fritz Müller	42	Barbara Wussow	74	Elisabeth Gürtler
11	Rainhard Fendrich	43	Serge Falck	75	Barbara Stöckl
12	Peter Weck	44	G. Totschinger	76	Toni Polster
13	Elfriede Ott	45	Peter Simonischek	77	Jürgen Wilke
14	Brigitte Neumeister	46	Chris Lohner	78	H. Hohenlohe
15	Birgit Sarata	47	Christiane Hörbiger	79	Peter Rapp
16	Wolfgang Ambros	48	Harald Krassnitzer	80	Michael Nyavaranj
17	Franz Klammer	49	DJ Otzi	81	Richard Lugner
18	Heinz Holecsek	50	Ank Brauer	82	Tobias Moretti
19	Otto Retzer	51	Peter Hofbauer	83	Albert Fortell
20	Hansi Hinterseer	52	Georg Danzer	84	Georg Springer
21	Felix Dvorak	53	Helmut Lohner	85	Christina Lugner
22	Ioan Holender	54	Herbert Fux	86	Hannes Kartnig
23	Jeannine Schiller	55	Karl Schranz	87	Joel Prekopetz
24	Lotte Tobisch	56	Roland Dünninger	88	Hans Krankl
25	Helmut Pechlaner	57	Jazz Gitti	89	Gusti Wolf
26	Erwin Steinhauer	58	Vera Russwurm	90	Ludwig Hirsch
27	Chr. L. Attersee	59	Edith Klestil	91	Hannes Jagerhofer
28	Adi Hirschal	60	Gustav Peicht	92	Sandra Cervik
29	Udo Jürgens	61	Andreas Vitasek	93	Armin Assinger
30	Sandra Pires	62	Karl Fünkranz	94	Steffi Wergler
31	Erwin Strahl	63	Peppino Teuschler	95	Arabella Kiesbauer
32	Waltraut Haas	64	Herbert Prohaska	96	Georg Markus
33	Uwe Kröger	65	Karlheinz Hackl	97	Werner Schneider
34	Edith Leyrer	66	Willi Resetarits	98	D. Schmidinger
35	Eva Waldendorff	67	Anja Kruse	99	Ottfried Fischer
36	Christoph Falb	68	Viktor Gernot	100	August Paterno

KURTIER Grafik Schimper Quelle: ORF

⁸⁵ Vgl. Reiter, 2007

⁸⁶ Quelle: Jarolin, 2007

2008 änderte sich auch die Seitenblicke Gesellschaft geringfügig, zumindest die obersten Plätze. Alfons Haider fällt zurück auf Platz 17 und Harald Serafin auf Platz 14. Dafür gibt es Neuzugänge.

Tabelle 2: Top 20 der Prominenten⁸⁷

Top 20 2008	
1. Michael Schade Opernsänger	11. Hannes Jagerhofer Event- Veranstalter
2. Heinz Fischer Bundespräsident	12. Gery Keszler Lifeball- Organisator
3. Brigitte Neumeister Schauspielerin	13. Franz Klammer Ex- Skirennläufer
4. Stefan Ruzowitzky Regisseur	14. Harald Serafin Seefestspiel-Intendant
5. Christine Reiler Ex-Miss	15. Nicole Beutler Schauspielerin & Chanteuse
6. Toni Polster Ex- Fußballer	16. Birgit Sarata Gesellschafts- Lady
7. Helga Rabl-Stadler Festspielpräsidentin	17. Alfons Haider Moderator
8. Zabine Kapfinger Ex- Dancing Star	18. Rainhard Fendrich Sänger und Musiker
9. Hans Krankl Ex-Fußballer	19. Felix Dvorak Schauspieler
10. Jeannine Schiller Society Lady	20. Klaus Eberhartinger Show- Master

Michael Schade ist neu in dem Metier. So auch die Ex Miss Austria und Ex-Freundin von Schwimmstar Markus Rogan, Christina Reiler. Dancing-Star Zabine Kapfinger ist ebenfalls aktuell und auch alte bekannte sind wieder zurück in den Top 20 wie Birgit Sarata und Jeannine Schiller.⁸⁸

⁸⁷ Vgl. Reiter, 2008

⁸⁸ Vgl. Reiter, 2008

7 Finanzierungaspekt

Auch nach den Interviews konnte nicht detailliert dargestellt werden, wie sich die Finanzstruktur der Seitenblicke gestaltet. Die ATV Sendung Hi Society, die im Folgenden noch genauer analysiert wird, wird durch Werbung finanziert. Die Seitenblicke sind eine Auftragsproduktion des ORF und werden, wie bereits erwähnt, von der Firma Interspot produziert.

Doch einmal abgesehen von der Finanzierung der Sendung, gibt es einige durchaus bedenkliche Entwicklungen, die sich nicht nur in den Seitenblicken, sondern auch allgemein in Gesellschaftsformaten breit machen.

7.1 PR Plattform Seitenblicke

„Durch die Beteiligung und Verflechtung von Großkonzernen übernehmen Medien zunehmend eine ökonomische Handlungslogik. Selbst der Öffentliche Rundfunk wird mehr und mehr als reines Wirtschaftsgut gesehen.“⁸⁹

Dieser Umstand greift auch auf die Gesellschaftsberichterstattung über. Immer öfter werden Veranstaltungen oder Premieren in den Hintergrund gedrängt und ein Produkt in den Vordergrund gestellt. Prominenter A & B ist oft nicht mehr aus freien Stücken einer Einladung gefolgt, sondern wird bezahlt zu kommen und zu feiern.

„Das ist eine große Gefahr, dass man gegen Bezahlung dort hingeht. Ich hab ja nix dagegen, wenn sich jemand was wirklich Spaßiges einfallen lässt, dass die Seitenblicke sowieso hinkommen. Aber mittlerweile glaube ich, zahlen die Leute schon dafür. Aber ich kann das nicht beweisen, aber ich glaube schon.“⁹⁰

⁸⁹ Neissl; Renger, 2001

⁹⁰ Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

Das heißt es wird durchaus auch gegen Bezahlung eingeladen. Ob diese Einladungen auch angenommen werden oder auch nicht, kann nur spekuliert werden.

Reumann sieht die Gesellschaftsberichterstattung bereits als ein Werkzeug für die Werbe- und Marketingindustrie an. „Also diese Eventkultur und all das, da sind Agenturen, die planen, da werden Leute eingeladen, da kommst auf eine Liste und wenn ich mal in Wien herum gehe auf drei verschiedenen Festen, treffe ich immer dieselben Leute, weil die auch alle Einladungen bekommen haben und dann zusagen.“⁹¹

Auch die Seitenblicke verwandeln sich allmählich zu einer PR-Plattform, in der die Prominenz ebenfalls hintergründig wirbt.

„Das darf man nicht verkennen, eine Society Sendung ist eine verkappte Werbesendung.“⁹² Dominic Heinzl sieht in beinahe jeder Veranstaltung einen Grund für etwas zu werben. „Viele bedienen sich der Society Magazine, um ein Produkt an den Mann zu bekommen. Society Magazine leben von Promis und die Industrie lebt von Promis, die gezielt das Produkt an den Mann bringen.“⁹³

Dominic Heinzl weiß wovon er spricht, weiß wie es hinter den Kulissen tatsächlich zu geht, wenn die Prominenten feiern und im Grunde nur ein Buch oder Produkt vorstellen und bewerben wollen.

„Sie ist es auch für Politiker. Ein Theaterstück, eine Opernpremiere, es ist ja alles PR.“⁹⁴ Reumann kritisiert ebenfalls. Auch die Tatsache, wenn Hollywood Stars nach Österreich kommen und die Seitenblicke filmen, ist dies reine PR für den Prominenten. „Es gibt Lokale, die den so genannten B und C Stars umsonst ein Geburtstagsfest

⁹¹ Robert Reumann- Interview 4, 06.03.2009

⁹² Domnic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

⁹³ Domnic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

⁹⁴ Robert Reumann- Interview 4, 06.03.2009

machen, damit die Presse dann hinkommt und über das Fest berichtet- es ist zum Weinen.“⁹⁵

Zum Teil ist es erschütternd, in welche Richtung sich die Gesellschaftsberichterstattung bewegt und natürlich hat dies somit den Effekt der Boulevardisierung. Denn werden die Promis bezahlt zu kommen, filmen auch die Seitenblicke. Diese bezahlten Veranstaltungen lassen den öffentlich-rechtlichen Auftrag der Bildung und Information kläglich scheitern.

„ „...“ die Botschaft ist dein Gesicht und was dahinter passiert, ist vollkommen wurscht. Es geht nur darum, dass es glitzert und dass die Party geil ist. Eine Waffenschau könntest problemlos in den Seitenblicken bringen. Ein Politiker, der sich bei der ZIB bei einer Waffenschau interviewen lässt, der kann nur verlieren.“⁹⁶

Harte Worte von Rottenberg. Erneut spricht er das Thema der Oberflächlichkeit an. Ausgelöst durch bezahlte, im Grunde schon vorgefertigte Events. So gesehen wird es dem Seitenblicke Redakteur nun mehr unmöglich gemacht, einen gedankvollen, hintergründigen Beitrag zu fabrizieren. Für solche Veranstaltung werden unter anderem auch Wohltätigkeitszwecke missbraucht.

7.2 Charity

„Ich geh soweit zu sagen, dass ohne die Gesellschaftsformate und im Fernsbereich der Seitenblicke seit 1987 Charity überhaupt keine Chance gehabt hätte erfolgreich zu werden.“⁹⁷

Die Seitenblicke werden eingeladen, kommen, filmen, interviewen und schon ist jede Art von Wohltätigkeitszweck bekannt. Herr und Frau Prominent spenden für dies und das. Ist die Veranstaltung in den Seitenblicken, dann muss es doch auch wichtig sein.

⁹⁵ Robert Reumann- Interview 4, 06.03.2009

⁹⁶ Thomas Rottenberg- Interview 1, 05.02.2009

⁹⁷ Alexander Hofer- Interview 2, 17.02.2009

„Wo sollte man denn berichten? In welchem Programm? Es hat eine Aufmerksamkeit, die Seitenblicke, die sonst nicht gegeben ist.“⁹⁸

Podgorski hat somit Recht, auch wenn noch so kritische Stimmen aufkommen, wird eine Veranstaltung in den Seitenblicken gezeigt, gilt diese als wichtig.

Licht ins Dunkel gehört ebenfalls zur Seitenblicke Charity Schiene. Jedes Jahr sammelt die Redaktion Spenden von Prominenten und es wird zum Interview gebeten. Somit weiß das Publikum Bescheid, dass Opernsängerin Birgit Sarata und ihre prominenten Freunde auch für hilfsbedürftige Menschen spenden. Die Wortspende in die Kamera ist eine zusätzliche gütige Geste der Prominenz.

„Ja, aber das ist doch entsetzlich. Damit wird der Druck ausgeübt, denn entweder gibt es das Bedürfnis nach Gut zu sein oder es gibt das Bedürfnis in einer Gesellschaftsberichterstattung auf zu scheinen.“⁹⁹

Reumann spricht das aus, was das Publikum daraus schließt. Entweder der Mensch tut Gutes, braucht aber keine Medien dazu oder aber er/sie will vor die Kamera und nutzt dies somit aus.

„Alles ist nur mehr Charity, weil das nur als Ausrede dient, irgend-einer verdient immer dabei. „...“ Ich bezweifle zum Beispiel auch, dass der Lifeball wirklich eine Charity Veranstaltung ist. Wenn ich Zeit hätte und ein Wirtschaftsjournalist wäre, würde ich schon gerne wissen, wo das ganze Geld hinkommt.“¹⁰⁰

Es stellt sich hier wieder erneut die Frage nach der Korrektheit der Seitenblicke. Ist es der öffentlich-rechtliche Auftrag Charity Veranstaltungen zu zeigen, weil Prominente darin vorkommen? Es grenzt hier wiederum an Boulevardisierung, denn ohne die Prominenten in den Seitenblicken, gäbe es auch keine Charity Veranstaltung, die man filmen könnte und somit kein Publikum.

⁹⁸ Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

⁹⁹ Robert Reumann- Interview 3, 06.03.2009

¹⁰⁰ Dominc Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

Der ORF hat mit den Seitenblicken im Bereich der Gesellschaftsberichterstattung einen fixen, wenn auch umstrittenen, Platz eingenommen. Natürlich gibt es auch noch die Konkurrenz- Zeitschriften oder ähnliche Formate im Fernsehen.

8 Seitenblicke - Die Zeitschrift

Seit 24.02.2005 hat der Society Markt Konkurrenz bekommen. Das Seitenblicke Magazin erblickte das Licht der Welt. Das Magazin präsentiert Stars und Geschichten mit Witz, oftmals bunt dargestellt und jede Seite ist eigens gestaltet.¹⁰¹

„Dass auch Männer ab und zu das „Seitenblicke“-Magazin durchblättern, gibt Chefredakteur Andreas Wollinger gerne zu. Ein Frauenmagazin bleibt es trotzdem. Weil ohne Star, keine Story und sei sie noch so gut. Ob man sich dafür unters Messer legen sollte, bleibt dem Leser überlassen. Aber solange eine Red Bull-Dose am Foto ist, ist die „Seitenblicke“-Welt in Ordnung.“¹⁰²

8.1 Wie arbeitet ein/e RedakteurIn?

Auch in einem Society-Magazin muss jede/r RedakteurIn Ahnung über die Prominenten haben und sich genau in dem Milieu auskennen, um so gute Geschichten zu erkennen. Chefredakteur Andreas Wollinger kennt das Phänomen Prominenz nur zu gut.

„Ich meine, der ganze Society-Journalismus ist grundsätzlich eine Gratwanderung, weil man über den höchstpersönlichen Lebensbereich eines Menschen ohnehin nicht berichten darf, es sei denn, er oder sie steht in der Öffentlichkeit. Aber ich kann trotzdem nicht behaupten, derjenige oder diejenige hat Löffel gestohlen.“¹⁰³

¹⁰¹ Vgl. Reinisch, 2006

¹⁰² Peyerl; Barth, 2008

¹⁰³ Peyerl; Barth, 2008

Das bedeutet, es muss behutsam vorgegangen werden, um niemanden unnötig zu beleidigen. Wie Wollinger sagt, ist dies eine Gratwanderung, die von manchen auch oft überschritten wird.

8.2 Die Recherche

Da das Magazin neben der österreichischen Prominenz auch über internationale Geschichten berichtet, muss auch in anderen Teilen der Welt eine Verbindungsperson arbeiten.

„Wir haben zum Teil Korrespondenten, die an den Hot-Spots sitzen. Wir haben Leute in Hollywood, Los Angeles, New York, wir kennen Leute in London und die versorgen uns mit Material. „...“ Je größer der Name und je „privater“ der Inhalt desto besser. Natürlich sollte die Geschichte eine gewisse Substanz haben, obwohl es „nur“ Tratsch ist. Wir arbeiten ja nach ganz normalen journalistischen Kriterien.“¹⁰⁴

Auch wenn nach journalistischen Kriterien gearbeitet wird, ist das Seitenblicke Magazin bereits in Richtung Enthüllungsjournalismus tendierend. Es werden interessante, spannende und vor allem internationale Geschichten gesucht und dem Leser im Magazin aufbereitet.

8.3 Finanzierung

Auch wenn das Magazin den Namen „Seitenblicke“ trägt, hat es nichts mit der ORF Sendung zu tun, auch nicht mit einem öffentlich-rechtlichen Format.

„Red Bull ist unser Eigentümer und darüber sind wir sehr froh, wie man sich vorstellen kann, aber Einmischung gibt es keine. Es gibt natürlich gewisse Dinge, die man tun muss. Wenn Red Bull eine Veranstaltung ausrichtet, sind wir selbstverständlich dort. „...“ Wenn ein Star eine Red Bull-Dose in der Hand hat, muss auch niemand

¹⁰⁴ Peyerl; Barth, 2008

aus Fuschl anrufen. Die Fotos werden dann natürlich bevorzugt, weil wir wissen ja, wem wir gehören.“¹⁰⁵

Das bedeutet finanziert von Red Bull und ist somit, wie Wollinger sagt, durchaus gebunden an Themen, die für Red Bull relevant sind. Das Motto „Red Bull goes Boulevard“ scheint passend zu sein.

8.4 Boulevardisierungsmerkmale

Es soll aufgezeigt werden, ob das Magazin tatsächlich ein typisches Beispiel eines Boulevardmagazins ist.

... hinsichtlich der Aufmachung

- Viel Farbe, vor allem Reizfarben (z.B. rot)

Die Farben der Zeitschrift sind bunt, vor allem die Hauptfarbe rosa sticht sofort ins Auge.

- Überdimensionierte Schriften, vor allem Schlagzeilen

Es gibt auf jeder Seite Schlagzeilen in großer Schrift und auch der Text ist nicht zu klein.

- Layout, das Blicke einfangen soll

Wie schon erwähnt, das Layout besticht durch die Farbe rosa und die vielen Bilder.

- Reichhaltige Bebilderung

Jede Seite enthält reichhaltige Bilder und Unterüberschriften, sowie kleine Bildergeschichten.

- Große, Aufmerksamkeit und Emotionen erregende Fotos

Die Fotos sprechen größtenteils für sich selbst. Die Stars werden oft in peinlichen Situationen oder komischen Grimassen fotografiert.

- Übersichtliches Layout und herausgestellte Überschriften, so dass die Zeitung leicht überflogen werden kann

Die Zeitschrift kann leicht überflogen werden, da durch die Bilder eine Art roter Faden auf jeder Seite gegeben ist und der/die LeserIn nur die Texte zu den Bildern lesen muss.

¹⁰⁵ Peyerl; Barth, 2008

Es ist kaum zu übersehen, dass das, für eine Zeitschrift relevante, Boulevardisierungsmerkmal Aufmachung auf das Magazin zutrifft. Als die meistgelesene Zeitschrift Österreichs, ist wiederum klar zu erkennen, wo die Interessen der Österreicher liegen.

8.5 Der Vergleich - ORF vs. Red Bull

Wie bereits erwähnt, finanziert Red Bull ein Magazin, das am österreichischen Society Zeitschriften Markt bereits fester Bestandteil ist. Auch wenn die ORF Seitenblicke ein öffentlich-rechtliches Format sind, haben beide doch eine Sache gemeinsam: sie halten sich an die Vorgaben bzw. Grenzen des Geldgebers. Trinkt ein Star Red Bull, wird das Foto genommen, gibt es eine ORF Veranstaltung, und ist sie noch so spärlich besucht, haben die Seitenblicke zu erscheinen. Hier lassen sich Ähnlichkeiten aufzeigen.

Was jedoch vollkommen unterschiedlich ist, ist der Aspekt der Boulevardisierung. Haben die ORF Seitenblicke kleinere Tendenzen in diese Richtung, so zeigt sich das Magazin von seiner vollen Boulevard Seite. Es geht nur um Stars und ihr Leben, ihr Aussehen, ihre Fauxpas. Die ORF Sendung versucht sich einigermaßen vom Enthüllungsjournalismus zu distanzieren, um zumindest diesen Teil der Boulevardisierung nicht zu erfüllen. Denn auch wenn die Merkmale darauf hin deuten, ist dies keine negativ gewinnbringende Art, dem Publikum Unterhaltung zu bieten. Das Seitenblicke Magazin und seine Auflagen lässt deutlich erkennen, wie gern Herr und Frau Österreicher über die Prominenten in und um Österreich Bescheid wissen.

Natürlich gibt es auch im Fernsehen andere Society-Magazine, die dem Weg der Boulevardisierung folgen. Ein ganz Wesentliches soll im Weiteren nun erläutert und schließlich den Seitenblicken gegenüber gestellt werden.

9 Hi Society - das private Format

9.1 ATV

Am 1. Juni 2003 ging der Privatsender ATVplus auf Sendung. Am 1. Februar 2002 erfolgte seitens der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) die Vergabe der ersten und einzigen bundesweiten terrestrischen analogen Zulassung für einen Zeitraum von zehn Jahren an ATV.

Der wichtigste Pfeiler von ATV sind die Eigenproduktionen, die ein eigenes Image und einen Wiedererkennungswert schaffen. Auch die Gesellschaftssendung „Hi Society“ von Dominic Heinzl ist seit Beginn an fester Bestandteil des Senders.¹⁰⁶

„Im Jänner 2009 konnte Dominic Heinzl mit ‘Hi Society’ einen neuen Rekord einfahren. Durchschnittlich sahen 178.000 Menschen das Society-Magazin - so viele wie nie zuvor in der Sendergeschichte. „...“ Am 12. Jänner sahen durchschnittlich 214.000 Seher seine Sendung, bis zu 321.000 Österreicher sahen zur Spitzenzeit zu. Diese liegt bei ‘Hi Society’ stets im zweiten Teil nach 20.00 Uhr. Dieser wurde im Jänner 2009 von durchschnittlich 220.000 Sehern gesehen.“¹⁰⁷

An den Zahlen kann abgelesen werden, dass der Marktanteil der SeherInnen von Hi Society stetig ansteigt und damit die Konkurrenz für die Seitenblicke mit jedem Tag wächst.

Neben der Sendung Hi Society, die mittlerweile eine Sendezeit von 30 Minuten hat, zwischen 19.45 und 20.15, gibt es auch das Format Hi Society Backstage.

„Die ‘Backstage’-Kamera begleitet Dominic Heinzl bei seiner täglichen Arbeit mit Promis und solchen, die es gerne wären. „...“

¹⁰⁶ Vgl. Die ATV- History, Februar 2009

¹⁰⁷ Die ATV- History, Februar 2009

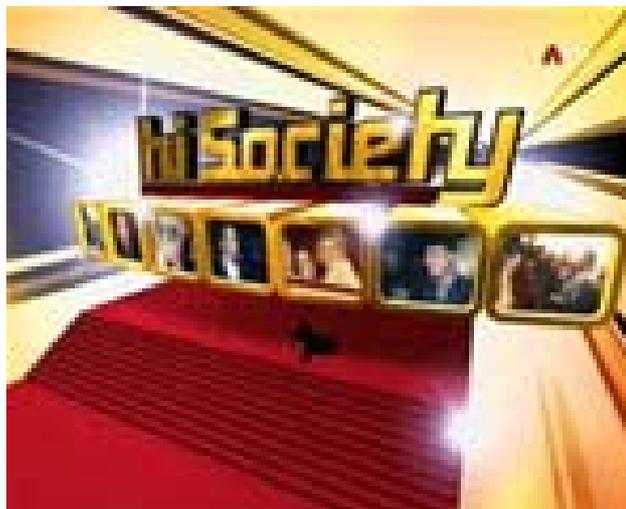
Doch nicht nur die Stars und Sternchen werden gezeigt, auch die Frauen und Männer, die hinter den Kulissen ihr Bestes geben, stehen hier im Mittelpunkt.¹⁰⁸

Auf Moderator und Frontman von Hi Society, Dominic Heinzl, baut die komplette Sendung auf.

9.2 Aufbau

9.2.1 Die Signation

Abbildung 9: Hi Society Signation 2009¹⁰⁹



Die Melodie ist bekannt und spätestens, wenn sie um 19.45 Uhr auf ATV ertönt, erinnern sich der Zuseher und die Zuseherin und zwar an Louis Armstrong und sein Lied „High Society“. Das Logo ist bunt, der Teppich rot und unter der Schrift Hi Society, also auch Hallo Gesellschaft, erscheint so manche Prominenz in kleinen Fernsehern.

9.2.2 Personifizierung

Dominic Heinzl ist in der österreichischen Gesellschaftsberichterstattung eine Koryphäe auf seinem Gebiet.

¹⁰⁸ Die ATV- History, Februar 2009

¹⁰⁹ Quelle: www.pissecker.com/programm/files/atvhs.jpg

Heinzl begann mit seiner Karriere beim damaligen Stadtsender in Wien 1997. Er hatte keine Erfahrung in Fernsehen und der Moderation. „Ich wurde vom neuen Sender ATV übernommen und es war immer ich. Die Sendung ist mit mir gewachsen, hat sich vergrößert, und ich habe alle Redakteure persönlich eingestellt. Alle wissen ich bin die Frontfigur und da gibt es auch keine Debatte. Und es funktioniert und warum sollte man Funktionierendes ändern?“¹¹⁰

Somit lässt sich hier bereits der erste markante Unterschied zu den Seitenblicken erkennen. Als privater Sender kann sich Heinzl mehr erlauben und stellt seine Fragen so, wie er sie für interessant und gewitzt hält.

9.2.3 Die Auswahl der Themen

„Verschiedenartig. Eine Sendung wie unsere macht Eventberichterstattung, das heißt, wenn Events sind, die einen Society Aspekt haben, dann nehmen wir sie wahr.“¹¹¹ Weiters ist es für Heinzl wichtig sich in der Szene zu bewegen und so die neuesten Gerüchte zu erfahren „...“und das dritte sind dann so Partys, Premieren, alles was so anfällt.“¹¹²

Das ist auch für Reumann als Redakteur der Seitenblicke ein ausschlaggebender Punkt, die richtigen Leute zu kennen, um auch an Informationen zu kommen.

„Wir bekommen ca. 150 Einladungen pro Woche, die schon aussortiert werden nach Relevanz. Wir sind ein kleines Land und so viel passiert bei uns nicht. Aber es gibt Buchpräsentationen von Fachliteratur, das ist für uns nur dann bedingt interessant, wenn das zum Beispiel ein Landwirtschaftsbuch ist, wo der ehemalige Landwirtschaftsminister und jetzige Vizekanzler die Veranstaltung

¹¹⁰ Dominic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

¹¹¹ Dominic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

¹¹² Dominic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

besucht. Dann könnte das interessant sein, wenn der Pröll grad im Gespräch ist, dann gehen wir hin, weil wir bekommen im Unterschied zu Politjournalisten ganz andere Interviews.“¹¹³

Es gibt eigene Redakteure und Redakteurinnen für unterschiedliche Sparten. Dies hat durchaus seine Vorteile, so kann Heinzl sicher sein, dass der/die RedakteurIn in seinem/ihrem Metier genug Vorwissen hat, um gute Fragen zu formulieren.

9.2.4 Die Recherche

Nach der Auswahl des jeweiligen Themas sollte nun versucht werden, so viel Information als möglich über die Veranstaltung und auch die erwarteten Prominenten herauszufinden. Nur so kann effizient gearbeitet werden.

„Da wird nix vorgegeben an Fragen, außer es brennt uns was auf der Zunge und es irgendeinen Aufreger gibt, dann bekommt jeder Redakteur diese Frage mit, damit er die in jedem Fall stellt. Also wenn zum Beispiel ein neues Magazin, wie das Life Magazin der Krone präsentiert wird und die machen das in der PSK Zentrale plus an jenem Abend, wo bekannt wird, dass 300 Postämter schließen, dann thematisier ich das dort mit der Prominenz, wie es ihnen geht, dass 300 Postämter schließen und sie feiern in der PSK Zentrale. Wohl wissend, dass die Post ja nicht mehr der Besitzer der PSK ist. Aber natürlich greifen wir das auf und thematisieren das dort.“¹¹⁴

Nachdem die Hi Society Teams nun auf den Veranstaltungen waren und sich unter die Prominenz gemischt haben, wird das Filmmaterial bearbeitet.

9.2.5 Der Hi Society Beitrag

„Es gibt bei uns zwei Disponenten, die erstellen die Wochenpläne, checken, welche Promis kommen hin, die machen nur die

¹¹³ Dominic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

¹¹⁴ Dominic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

Verwaltung. Dann hab ich acht Redakteure, die machen jeden Tag drei Minuten Beiträge, jeder muss drei Minuten täglich liefern. Und dann hab ich Kameraleute.“¹¹⁵ Neben den Kamerteams gibt es eigene Personen, sogenannte Cutter, die die Beiträge mit dem/r RedakteurIn schneiden. Vorher wird das Bildmaterial von eigener SichterInnen angesehen und die wichtigsten Interviewfakten notiert. „,...“ damit der Redakteur am nächsten Tag quasi eine fertige Schnittliste hat, wo eingetragen ist, wer, wann, wo, was gesagt hat.“¹¹⁶

Die Arbeitsaufteilung verrät doch eine gewissen Ordnung und genaue Einteilung, die sich durchaus auch in der Gestaltung der Beiträge widerspiegeln. Die freche Art Heinzls durchzieht die Sendung wie ein roter Faden.

„Eine andere Sendung hat einen Chefredakteur, ich bin quasi alles in einem, Sprecher, Chefredakteur, Schlussredakteur. Die Redakteure kommen dann mit ihren fertigen Geschichten und dann vertone ich sie. Ich spreche den Text und bessere während des Lesens aus. Dadurch ersparen wir uns wahnsinnig viel Zeit, „,...“ weil ich es mir nicht leisten konnte mit dem Mini Budget damals, hat sich das halt so ergeben.“¹¹⁷

Schon allein der Aufbau und die Machart lassen einen Unterschied zu den Seitenblicken erkennen. Dieser soll aber etwas später genauer unter die Lupe genommen werden. Was oder besser gesagt wer jedoch gleich ist, das sind die Prominenten oder die, die gerne welche wären.

9.3 Figuren von Hi Society

Auch Hi Society hat signifikante Personen hervorgebracht, ohne die, die Welt der Prominenten nur halb so amüsant wären.

¹¹⁵ Dominic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

¹¹⁶ Dominic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

¹¹⁷ Domnic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

„Es gibt hundert Darsteller. Diese hundert Darsteller variieren im Laufe eines Monats.“¹¹⁸ Heinzl kennt die Gewohnheiten der Prominenten. Oftmals werden einige Monate lang nicht gefilmt, da sie Veranstaltungen meiden und andererseits existieren solche, die sich auf jeder Veranstaltung zeigen.

„Und da gibt es halt verschiedene Darsteller. Es gibt die A, B, C Prominenten. Die A Prominenz ist jene, die sich recht rar macht, die B Prominenz taucht viel öfter auf und die C Prominenz, dazu zähl ich auch einen Schiller, die braucht man so quasi wie in einem Kasperltheater. Da gibt es den Kasperl, das ist zum Beispiel der Lugner, dann gibt's den Tinitfax, das ist die Schiller und dann gibt es das Krokodil, das bin ich. In diesem Kasperltheater brauchst halt verschiedene Figuren. Die Schiller ist halt im Moment so ein bissal das Salz in der Suppe, weil du brauchst ja einen Buh Mann, auf den man los gehen kann, über den sich die Leute ärgern, die machen die Suppe erst fett.“¹¹⁹

Speziell Richard Lugner hat sich momentan ATV verschrieben. Nach seiner Entdeckung durch die Seitenblicke, hat er die Interessenslücke bei ATV mit Dokumentationen über sein Leben und zahlreichen Auftritten bei Hi Society gefüllt.

Wichtig ist jedoch zu erwähnen, dass vor allem ältere Prominente nicht oft vorkommen, da das Interesse der Hi Society Zuschauer eher in aktuellen Personen, Skandalen und Informationen liegt. Doch wie viel Information wird tatsächlich weitergegeben? Hi Society kommt es zu Gute keinen öffentlich-rechtlichen Auftrag erfüllen zu müssen und somit keine Grenzen zu haben. Ist Hi Society somit erst recht eine reine Boulevardisierung? Oder einfach nur eine grenzenlose Form der Seitenblicke?

¹¹⁸ Dominic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

¹¹⁹ Dominic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

9.4 Boulevardisierungsmerkmale von Hi Society

Auch Hi Society soll, wie die Seitenblicke im Kapitel zuvor, nach Heinz Pürer¹²⁰, mit einigen Boulevardisierungsmerkmalen verglichen werden.

... hinsichtlich der Aufmachung

- *Reichhaltige, reizstarke und emotionalisierende Visualisierung*

Bereits das Logo ist bunt und modern. Die Farben sind grell und nicht zu übersehen, auch der Hintergrund des Studios, in dem Heinz moderiert, ist dem Logo und dem Stil der Sendung angepasst.

- *Dynamische Visualisierung (schnelle Schnitte etc.)*

Die Schnitte zwischen den einzelnen Bildern geschehen schnell und auch die Kameraführung ist rasch und belebt.

- *Dynamische Akustik (Musikunterlegung, Soundeffekte etc.)*

Jeder Beitrag ist mit Musik unterlegt. Je nach Art der Veranstaltung wird der Musikstil ausgewählt.

- *Reichhaltige O-Töne*

Bei einer Sendung mit 30 Minuten gibt es selbstverständlich genug Interviews und Sätze von Prominenten, die man in den Beiträgen verwendet.

- *Kurze Beiträge*

Die Beiträge liegen mit ungefähr je fünf - sieben Minuten noch an der Grenze eines „kurzen Beitrags“. Manchmal wirkt eine Veranstaltung jedoch schon zu lange.

... hinsichtlich der Sprache

- *Simplifizierungen; Verständlichkeit (kurze Sätze, einfacher Satzbau)*

Natürlich wird vereinfacht und auch darauf geachtet, dass die Sätze verständlich und nicht zu lang sind.

¹²⁰ Pürer, 2003

- *emotionalisierende Ausdrucksweisen (reizstarkes Vokabular, Appelle etc.)*

Die Anmoderationen von Dominic Heinzl sind stets gewitzt formuliert und die Worte werden spielerisch verwendet, um so einen amüsanten Zwischentext zu erhalten.

- *Einsatz von direkten Zitaten*

Da die Beiträge neben den Texten von Heinzl hauptsächlich Interviews enthalten, sind direkte Zitate selbstverständlich vorhanden.

... hinsichtlich der Inhalte/Themenebene

- *Bevorzugung von „Sex and Crime“-Themen*

Genau nach dieser Art von Themen ist der Hi Society Redakteur auf der Suche. Sex and Crime, das interessiert den ATV Zuseher.

- *Konzentration auf Geschehen mit Prominenten*

Prominente sind in Hülle und Fülle gegeben und ihr Privatleben, in dem sie auch gerne feiern wird zur Schau gestellt.

- *Vernachlässigung von Themen aus den Bereichen Politik und Wirtschaft*

Es wird versucht aktuelle Themen so einzubauen, dass sie den Interviewpartner teilweise überraschen und eine eher amüsante, als ernst zu nehmende, Antwort zu erwarten ist.

- *hoher Stellenwert des Sports*

Dieser Stellenwert ist nicht gegeben, da versucht wird ein breit gefächertes Themengebiet abzudecken.

- *Bevorzugung von lokalem an Stelle von internationalem Geschehen*

Das Lokale steht natürlich an erster Stelle, es wird trotz allem auch über den Tellerrand geblickt, vor allem bei Großveranstaltungen wie den Oscars.

...hinsichtlich einzelner Inhaltsaspekte in den Beiträgen

• *Ethnozentrismus*

Es kann beiderseits durchaus zu solchem Verhalten kommen. Einerseits durch die Prominenten, die sich durch manche Aussagen für etwas besseres halten, andererseits in manchen Situation auch durch den Redakteur, der die Fragen zu persönlich bzw. unhöflich stellt und sich somit über die Prominenten platziert.

• *Personalisierung*

Da das Private der Prominenten nach außen hin gezeigt wird, besteht definitiv eine Personalisierung.

• *Bezüge zu Prominenten*

Hi Society lebt von den Prominenten und ihren Partys, somit ist es ein Wechselspiel, Hi Society wird zu den Veranstaltungen eingeladen, wenn sie die Prominenten vor die Kamera bringen und berühmt werden lassen.

• *Überraschung*

Speziell bei der Art der Fragestellung kann es durchaus zu Überraschungen wie Versprecher und zum Entlüften von Geheimnissen kommen.

• *Negativismus*

Negativismus wird ab und zu speziell durch die manchmal zynischen Fragen aufgeworfen. Dies macht die Sendung aber signifikant, schließlich muss kein öffentlich rechtlicher Auftrag erfüllt werden.

• *Spekulationen statt Faktizität*

Da die Prominenten in den meisten Fällen das sagen, was sie gerade denken, ob gut oder schlecht für sie, sind Spekulationen meist ausgeschlossen. Nur in der Moderation von Dominic Heinzl, kann es durchaus ab und an zu einigen Spekulationen kommen, wie zum Beispiel hinsichtlich der neuesten Botox Anwendungen so mancher Damen.

... hinsichtlich diskursiver Strategien

• *Simplifizierung*

Die Beiträge werden so gestaltet, dass die breite Masse den Beitrag verstehen kann und unterhaltend findet.

• *Persönliches als Erklärungsrahmen*

Es werden ganz klar auch Bezüge zwischen öffentlichen Themen und dem Alltag hergestellt. In vielen Situationen erkennt das Publikum auch, dass die Prominenten ebenfalls nur Menschen sind.

• *Vorgabe der Interessensidentität zwischen Medium und Zuseher*

Natürlich wird versucht, das Interesse des Publikums durch die Beiträge ab zu decken, sonst gäbe es keine Zuseherzahlen mehr.

• *Herausstellen des „gewöhnlichen Menschen“ bei Politiker*

Auch bei Politikern und Politikerinnen ist es der Fall, dass sie durch ihre Auftritte und Antworten banaler wirken als sie es in ihrem Politstatus tun.

• *Abgrenzung und Ausgrenzung von „den Anderen“*

In manchen Fällen kann es durchaus zu einer Ausgrenzung kommen, denn schließlich feiert die Prominenz mit Champagner und Kaviar und der/die ZuseherIn sitzt vor dem Fernsehgerät und kann nur so an den Veranstaltungen teil nehmen.

Als Fazit kann an dieser Stelle gesagt werden, dass auch die ATV Sendung Hi Society einer Boulevardisierung bei ihrer Fortschreitung hilft. Wie schon bei den Seitenblicken darf dies aber nicht allzu negativ gesehen werden. Denn immerhin ist auch diese Sendung ein Quotenflugschiff. Dominic Heinzl ist mit seiner Sendung der „Frontman“ von ATV. Keine Informationssendung oder Real Soap hat eine derart große Medien- und Publikumsresonanz. Heinzl polarisiert und das kommt ATV und auch der gesamten Boulevardisierung zu Gute.

Nach dem Aufzeigen der zwei bekannteste Gesellschaftssendungen in Österreich, sollen ihre unterschiedlichen Berichterstattungen am Beispiel des Opernballs verglichen werden.

10 Der Opernball

Die ersten Ballfeste schlossen zwischen 1814 und 1815 an den Wiener Kongress an. Verschiedene Ballfeste fanden später in unterschiedlichen Rahmen statt, bis sich die zuständigen Veranstalter für die Redoutensäle der kaiserlichen Hofburg entschieden.

1877 wurde vom Kaiser die Erlaubnis zum Abhalten einer „Soirée“¹²¹ in dem Opernhaus gegeben.

Nach dem Untergang der Monarchie wurde in der erste Republik bereits am 21. Jänner 1921 die erste Opernredoute abgehalten und 1935 fand der erste „Wiener Opernball“ statt.

Bereits nach dem zweiten Weltkrieg und dem Wiederaufbau wurde 1955 die festliche Wiedereröffnung des Opernhauses gefeiert. Bis heute ist der Opernball ein internationales Ereignis zu dem Prominente und Gäste aus aller Welt nach Wien reisen.¹²²

10.1 Seitenblicke

Auch die Seitenblicke sind seit ihrer Entstehung 1987 beim Opernball gern gesehene Gäste der Prominenz, denn so können sie neben dem zur-Schau-stellen ihrer Kleider, auch noch einige private Details über ihr Leben vor der Kamera preisgeben.

10.1.1 Vorbereitung

Eine richtige Vorbereitung gibt es nicht. Wie bei gewöhnlichen Beiträgen wird die Prominentenliste überprüft, die jede interessante oder weniger interessante Personen in sich birgt und ein retournierter Redakteur wie Robert Reumann macht sich das 22igste Mal auf zum Opernball.

¹²¹ franz. für Abendgesellschaft

¹²² Vgl. Geschichte des Opernballs, 2009

„ „...“ich weiß, wenn ich aus dem Opernball rausgeh, dass ich mit großer Wahrscheinlichkeit beim nächsten Opernball wieder durch diese Türe gehe. Und ich weiß auch, welche Leute ich wieder treffe, weil ich schon dreißig Mal beim Opernball war.“¹²³

Somit besteht natürlich auch die Gefahr der Routine und Gewohnheit. Der Redakteur geht nicht mehr mit demselben Elan wie beim ersten Mal an die Geschichte. Dies läuft Gefahr dann auch in den Beiträgen aufzufallen.

„Ich weiß nicht, ob es immer dasselbe ist. Ich versuche immer neue Leute zu finden und es gelingt mir auch jedes Jahr. „...“ du hast früher ein eminentes Gerangel auf der Feststiege gehabt, das auch immer lustig war, weil mitunter viel Aggression und Boshaftigkeit und Ungeduld darinnen gelegen sind.“¹²⁴

Natürlich wird trotzdem versucht immer wieder neue und verschiedene Prominente vor die Kamera zu bekommen. Von Zeit zu Zeit, wie auch dieses Jahr, kann es auch schwierig werden. Denn durch die Finanzkrise blieben einige Prominente auch zu Hause.

„Es ist natürlich auch immer wieder eine Wiederholung von Klischees, nur es ist relativ schwer, eine Veranstaltung zu der 5000 Leute, die Mehrzahl zahlt, hin zu gehen und die runter zu machen, ist auch, ja, da kann man sagen es gefällt einem nicht, dann muss ich ja nicht darüber berichten. Es ist schon eine Wiederholung von Klischees wie sich Österreich gerne sieht und bespiegelt, da muss man sich schon auch einen Gesprächspartner dazu suchen.“¹²⁵

Natürlich dient der Opernball auch für ein Stelldichein der A bis C Prominenz. Gesehen und gesehen werden, ist das Motto. PolitikerInnen und der Bundespräsident sind vor Ort, Frauen tragen prachtvolle Kleider, es wird verbeugt und handgeküsst, nur am Opernball gelten diese Klischees als erwünscht.

¹²³ Robert Reumann- Interview 4, 06.03.2009

¹²⁴ Robert Reumann- Interview 4, 06.03.2009

¹²⁵ Robert Reumann- Interview 4, 06.03.2009

Für Reumann sind 6 Minuten Opernball Berichterstattung weitaus genug, da es seiner Meinung nach mitunter schwierig werden könnte, so viele unterschiedliche Interviewpartner zu finden.¹²⁶ Dies lässt erkennen, dass eine Art Ermüdung in der Berichterstattung des Opernballs zu berichten herrscht.

„...“ ja jetzt war der Kummer statt dem Elmayer, ziehen 170 Paare ein und tanzen und Sänger singen und die Bundesregierung freut sich, dann gehen alle essen und trinken und heuer haben halt einige gespart. Also weil ja diesmal wenig Banker waren, hab ich die einigen Wenigen gesucht und das ist ja auch aufgegangen. Aber den Opernball neu zu erfinden....“¹²⁷

Um Reumanns Gedanken weiter zu führen, den Opernball neu zu erfinden, wäre als Gesellschaftsreporter nicht möglich.

10.1.2 Aufbau des Beitrags

Bereits vor dem Tag des Opernballs und auch danach, brachten die Seitenblicke Berichterstattung über das gesamte Ensemble des Balles: angefangen von den Moderatoren, der Generalprobe bis zur After Show.

- Die Kommentatoren bereiten sich vor
Karl Hohenlohe und Christoph Wagner-Trenkwitz über ihre Recherchearbeit vor dem Ball.
- Die Generalprobe
24 Stunden vor dem Ball wird noch fleißig geübt, die Opernstars singen sich ein und die Eröffnungsschritte werden wiederholt.
- Exklusiv zeigen die "Seitenblicke" die Ball- Eröffnung mit Kommentaren von Thomas Schäfer-Elmayer.
- Die Ballmusik ist verklungen

¹²⁶ Vgl. Robert Reumann- Interview 4, 06.03.2009

¹²⁷ Robert Reumann- Interview 4, 06.03.2009

Am Tag danach berichten die Seitenblicke über den Ball der Bälle und die zurückgebliebenen Eindrücke.¹²⁸

Der Beitrag dauert insgesamt sechs Minuten und besteht aus drei Kurzbeiträgen zu jeweils zwei Minuten. Das erste Bild ist die Oper mit dem roten Teppich und den Prominenten, die sich in das prachtvolle Gebäude tummeln. Interviewt werden neben Stefan Ruzowitzky auch Bundeskanzler Werner Faymann und eine immer öfter in den Seitenblicken erscheinende Geigenvirtuosin Lidia Bach. Robert Reumann befragt sie zum Thema „Sind Promis glücklich prominent zu sein“. Die Antworten wirken etwas kurz und es scheint, der eine oder andere nicht genau zu wissen, was er antworten sollte. Der zweite Kurzbeitrag, gestaltet von Redakteurin Alice Rath, hat durchaus Pepp und auch das Thema „Gesehen und gesehen werden“, die Kleidung ist das Wichtigste, wird von den Prominenten gerne angenommen. Neben der altbekannten Birgit Sarata werden Sandra Pires, Christina Reiler und Markus Rogan, Elke Winkens und Arthur Worseg Ex-Freundin Isabella Meus interviewt. Richard Lugner darf natürlich nicht fehlen, wenn auch nur mit einem kurzen Satz. Der dritte kurze Beitrag widmet sich der Balleröffnung, kommentiert von Thomas Schäfer-Elmayer, Ioan Holender und einem weniger bekannten Opernsänger.

Die beiden Redakteure suchten auch nach Bankdirektoren und wurden fündig, einige gaben ein paar Sätze zum Besten. Der Beitrag endete mit einem Ballresümee von Ballmutter Desireé Treichl-Stürkh.

10.1.3 Reichweite

Genauere Zahlen über die Berichterstattung 2009 der Seitenblicke direkt vom Opernball sind zusammengefasst mit der restlichen ORF Reichweite mit über 1,3 Millionen Zuschauern.¹²⁹ Weiters wichtig zu

¹²⁸ Vgl. Programm.ORF.at, 2009

¹²⁹ Vgl. Medienforschung, 2009

erwähnen ist, dass „...“die österreichischen Fernsehzuschauer ihre Seitenblicke-Gesellschaft [lieben]. Das zeigt die Reichweitenentwicklung der ORF-Sendung. Knapp vor dem größten gesellschaftlichen Ereignis des Jahres, dem Wiener Opernball, erzielten die Seitenblicke die höchste Reichweite seit zehn Jahren. Am 15. Februar 2009, waren im Schnitt 1,114 Millionen Zuschauer (39 Prozent Marktanteil) via ORF 2 bei den "Seitenblicken" dabei.“¹³⁰

10.2 Hi Society

Auch Hi Society versucht eine moderate Opernballberichterstattung zu gestalten, Jahr für Jahr. Die GestalterInnen versuchen Witz und Charme in die Fragen einzubauen, um so das jährlich stattfindende Event etwas amüsanter zu gestalten.

10.2.1 Vorbereitung des Redakteurs

Für Dominic Heinzl gibt es wie bei normalen Beiträgen auch beim Opernball keine direkte Vorbereitung. „Und vor allem ist mir wichtig, das ist das Credo meiner Sendung, komm zurück und erzähle mir eine Geschichte. Das Fernsehpublikum ist deine Freundesrunde, du musst denen was erzählen. Und eine Geschichte hat, wie wir wissen, einen Anfang, einen Höhepunkt und eine Schlusspointe. Beim Opernball war es genauso, nur dass die Geschichte ein bisschen länger wurde, also ein 15 Minuten Beitrag.“¹³¹

Wie so ein Beitrag aussieht, soll kurz analysiert werden.

10.2.2 Aufbau der Sendung

Wie jedes Jahr berichtet auch Dominic Heinzl speziell über die schönen Gäste Lugners vor dem Opernball und auch auf dem Opernball pickte er sich jene Gäste heraus, die einige amüsante und interessante Antworten von sich preisgaben.

¹³⁰ Vgl. Oe24.at, 2009

¹³¹ Dominic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

Der Beitrag dauert ungefähr zehn Minuten. Er beginnt mit Gastkommentator Michael Jeannée, der den Star des Tages, den Opernball, dessen Aufbau und die ORF Berichterstattung darüber bemängelt und den Opernball sarkastisch bemitleidet.

Dominic Heinzl steigt, auf der Feststiege stehend, in den Beitrag ein und hält eine Kronen Zeitung in den Händen, deren Schlagzeile bereits über den Opernball berichtet, obwohl dieser erst stattfindet.

Das erste Interview findet mit Ioan Holender statt, bei dem sich Heinzl gewitzt über dessen Orden erkundigt. Ein weiteres Thema sind die Künstler, die beim diesjährigen Opernball rar waren. Für Heinzl ein gefundenes Fressen, bezeichnet er Birgit Sarata als Lebenskünstlerin und Herbert Haupt als Überlebenskünstler. Das nächste Interview findet mit Christina Reiler und Markus Rogan statt. Natürlich darf auch Richard Lugner mit seinem Stargast nicht fehlen, es geht vom Gedrängel über zur Eröffnung. Die Eröffnung lässt Heinzl von Elmayer kritisieren und Fiona Grasser schwärmt von ihrem Sohn, der den Ball eröffnete.

Auch Edgar Kummer kann Heinzl nicht entkommen und so spielt er das Spiel „Kennen Sie den Mann“ mit den Opernballbesuchern. Zuletzt wird neben dem Bundespräsidenten, der nur in seiner Loge verweilt, Josef Prölls Humor mit der Karikatur „Dick und Doof“ sind „Pröll und Faymann“ getestet.

10.2.3 Reichweite

Besonders bemerkenswert die Reichweite für den Opernball 2008. Dies zeigt wiederum, dass die Zuseher durch die Art der Berichterstattung gewitzt und amüsant sogar den Opernball für interessant halten.

„Absolute Rekordreichweiten konnten am 1. Februar 2008 verzeichnet werden – Dominic Heinzls Berichterstattung vom Opernball 2008 in „Hi Society“ erreichte die Rekorddurchschnittsreichweite von 195.000 Zusehern und Spitzenwerte von bis zu

278.000 Zuschauern. Das bedeutet einen Marktanteil von 11,2 % in der werberelevanten Zielgruppe der 12-49-Jährigen.¹³²

10.3 Kritische Betrachtung

Eine grundsätzliche Unterscheidung muss stets unter der Annahme passieren, dass die Seitenblicke ein öffentlich-rechtliches Produkt sind und hinter Hi Society ein privater Sender steht. Es kann durchaus auch durch die Wahl der Interviewpartner erkannt werden, welchen Beitrag man gerade sieht.

Die Seitenblicke haben in den drei Opernballbeiträgen etwas zu viele Interviews integriert, somit wirken die Aussagen der Prominenten meist zu kurz. Das Publikum würde gern einige Personen länger sprechen hören. Andererseits ist die Wahl der Interviewpartner mit Opernsängern und Bankdirektoren wiederum nicht der alltägliche Prominente. Es wird klar versucht einen Seitenblick zu schaffen und auch ein aktuelles Thema, die Finanzkrise, einzubauen. Der Redakteur versuchte dem öffentlich-rechtlichen Auftrag gerecht zu werden. Trotz allem kann einer Boulevardisierung am roten Teppich nicht ausgewichen werden. Doch speziell bei solch einem großen Event, spielt es im ORF keine Rolle.

Der Hi Society Beitrag war im Gegenzug etwas länger und beinhaltete auch mehr Themen. Die Interviews waren von der Anzahl gut gewählt. Es hatte den Anschein als führe Ioan Holender wie ein roter Faden durch den Beitrag.

Was jedoch speziell Dominic Heinzl ausmacht ist die gute Interaktion zwischen den Prominenten und seiner Person. Er hatte merklich Spaß mit Rogan und Reiler zu scherzen und Edgar Kummer vor der Kamera zum Lachen zu bringen. Man merkte den Seitenblicken etwas mehr Distanziertheit und Zurückhaltung an, auch im Interview mit Markus Rogan.

¹³² Die ATV- History, 2009

Wer in den Seitenblicken kaum vorkommt ist Richard Lugner, als ATV „Darsteller“ wurde er vom Sender auch vereinnahmt und so kam auch Heinzl nicht um einige Fragen und Bilder herum.

Nachdem nun beide Sendungen auch anhand eines Beispiels erläutert und analysiert wurden, soll nun eine allgemeine Gegenüberstellung dargebracht werden. Vor allem die Fragen der Boulevardisierung und die Präsenz von Prominenten soll verglichen werden.

11 Ein Vergleich: Hi Society - Seitenblicke

Nach genauer Analyse beider Gesellschaftssendungen, können durchaus Unterschiede festgestellt werden, bedingt auch durch die Art der Fernsehanstalt, kann nun ein Vergleich gezogen werden.

Der grundlegende Unterschied der Sendungen ist zunächst die Personalisierung in Hi Society. Dominic Heinzl ist die Person, die das Publikum mit Hi Society verbindet. Bei den Seitenblicken sind die RedakteurInnen hinter der Kamera und nur für die Gestaltung der Sendung zuständig, nicht aber der rote Faden.

„Ich kann nachher etwas abschwächen oder verstärken. „...“ Seitenblicke kommen ja auch ohne Moderation aus, damit ist auch die Bindung zum Zuschauer nicht so da. Und man lässt es einfach durchlaufen, grad war der Sport, gleich kommt der Film und dazwischen Seitenblicke, schauen wir es uns halt an.“¹³³

Ein großer Unterschied ist auch die Sendezeit. Während die Seitenblicke nur vier Minuten zur Verfügung haben, begnügt sich Heinzl mit fast einer halben Stunde. Dies schadet oft der Qualität, denn bei vier Minuten kann eine prominente Person nicht viel sagen, wenn es noch sechs andere InterviewpartnerInnen gibt.

„Der Schlüssel für die Seitenblicke ist mehr Zeit. Den Redakteur gibt es nicht, der in der Kürze eine Ironie oder Qualität entwickeln kann.

¹³³ Dominic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

Beim Heinzl sind die Beiträge viel zu lang, das ist fad! Er hat auch so Events, man kennt kein Schwein dort, er hat zu viel Zeit und wir zu wenig.“¹³⁴

Auch Heinzl sieht den Umstand der geringen Zeit ähnlich:

„Seitenblicke senden Videoclips. Die sind benachteiligt, weil sie eine kurze Sendezeit haben. „...“Ich muss jeden Tag 25 Minuten machen in diesem kleinen Land. Wenn man mich fragt, wen würdest du wollen von den Seitenblicke, würde ich sagen niemand. Das sind ganz andere Menschen, die haben ganz andere Zugangsweisen.“¹³⁵

Mit Zugangsweisen sind unter anderem auch die Fragestellungen und Herangehensweisen an Geschichten gemeint. Während die Seitenblicke die Grenzen des öffentlich-rechtlichen Formats nicht überschreiten dürfen, das bedeutet höflich und taktvoll zu fragen, muss sich Dominic Heinzl kein Blatt vor den Mund nehmen und so entstehen sarkastisch, gute Geschichten, die die Seitenblicke ebenfalls erzielen könnten, wenn nicht im ORF gesendet würde.

„Erstens der Heinzl ist bissig, der Heinzl ist frech, der Heinzl sucht sich Geschichten, die echte Geschichten sind oder macht sich Geschichten.“¹³⁶ Für Rottenberg ist klar erkennbar, wenn ein anderer Redakteur als Heinzl bei einem Event den Prominenten Fragen zu stellen versucht. „Der Dominic ist ein Profi, er ist zwar ein Gfrast, es gibt natürlich, die die er schont, weil er die braucht. Nur ATV tut nicht so, als wäre es öffentlich-rechtlich, als wäre es zu allen gleich nett.“¹³⁷ Harte Worte von Rottenberg, der den Seitenblicken klar vorwirft, dem ORF unterworfen zu sein.

Auch für Podgorski ist Heinzl der „bessere“ Society-Reporter. „Aber vom Prinzip her ist der Heinzl besser, weil er die Leute pflanzt. Er macht's nicht elegant, also ich würde das lieber feiner machen. Aber

¹³⁴ Thaddäus Podgorski- Interview 3, 05.03.2009

¹³⁵ Dominic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

¹³⁶ Thomas Rottenberg- Interview 1, 05.02.2009

¹³⁷ Thomas Rottenberg- Interview 1, 05.02.2009

das ist ja auch ein anderer Sender.“¹³⁸ Podgorski ist mittlerweile zwar kein Fan der Seitenblicke mehr, ist aber derselben Meinung wie Rottenberg: für ihn gibt es trotz allem noch positive Nebeneffekte der Seitenblicke. Er hat Recht, wenn er sagt, dass in keiner anderen ORF Sendung so viel Kultur vorkommt wie in den Seitenblicken. Denn schließlich sind die Seitenblicke fast jeden Abend auf einer Veranstaltung für einen guten Zweck, einem Geburtstag, einer Galerieeröffnung. „Also bei Kultur am Montag können sie eine Stunde machen über die Burgtheater Premiere. Zwei Minuten in den Seitenblicken ist mehr geschehen. Was immer sie machen, hat dort einen gewaltigen Widerhall.“¹³⁹

Heinzl bezeichnet die Beiträge der Seitenblicke als kurze „Clips“. Er lässt sich zwar mit den Seitenblicken oft vergleichen, sieht in den beiden Sendungen aber trotz allem zwei komplett unterschiedliche Formate.¹⁴⁰ Unterschiedlich aufgebaut, konzipiert und gestaltet. Doch eines verbindet sie, die Jagd nach Prominenten oder solche die es gerne sein wollen. Beide Boulevardisieren ihren Sender, bei ATV sehen Kritiker weniger Negatives als beim ORF. Schließlich gibt es hier mehr Gesetze und Regeln zu befolgen. Und wenn auch viele Stimmen negativ über die Gesellschaftsberichterstattung und die Boulevardisierung sprechen, so hat sie über die Jahre hinweg doch sowohl beim ORF als auch bei ATV eine positive Wirkung gezeigt: das Publikum ist präsent und genießt die Unterhaltung, der/die eine die galante Variante, der/die andere die etwas bissigere Methode.

¹³⁸ Thaddäus Podgorski- Interview 4, 05.03.2009

¹³⁹ Thaddäus Podgorski- Interview 4, 05.03.2009

¹⁴⁰ Vgl. Dominic Heinzl- Interview 5, 06.03.2009

12 Kritisches Fazit

Nach einer ausführlichen Analyse der Seitenblicke und nach gezogenen Vergleichen mit anderen Gesellschaftsformaten, kann nun ein Fazit über die ORF Sendung erstellt werden.

Nach detaillierter Ausarbeitung anhand der Boulevardisierungsmerkmale lässt sich eine klare Richtung zur Boulevardisierung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen erkennen. Auch wenn einige Merkmale nicht detailliert zutreffen, so gibt es genug Tendenzen, die es bestätigen. Doch auch andere Sendungen wie Hi Society oder das Magazin Seitenblicke enthalten diese Tendenzen und es wird für selbstverständlich hingenommen. Bei den Seitenblicken gibt es nach über 20 Jahren noch immer Gegner der Sendung. Wurden 1987 die Schwierigkeiten, die die Einführung mit sich brachte, gut überstanden, so scheinen die negativen Stimmen trotz allem nicht ruhen zu wollen. Es ist selbstverständlich, dass ein öffentlich-rechtlicher Sender Kriterien zu erfüllen hat, so auch den Public Value, vor allem da der ORF diesen als sein Aushängeschild sieht. Nach genauer Recherche, kann aber festgestellt werden, dass im gesamten Public Value Bericht 2009 die Seitenblicke nicht auftauchen, obwohl die Sendung in den Kategorien, wie Gesellschaft, Unterhaltung und auch im internationalen Teil mit dem Seitenblicke Spezial Europa, einzuordnen wäre. Eigentlich müsste das für die Sendung keine Rechtfertigung für die Ausstrahlung bedeuten. Wird sie scheinbar nicht im Sinne des Publikums gesendet. Es könnte angenommen werden, der ORF stehe nicht hinter seinem Produkt und sähe es selbst als nicht informative und niveaulose Unterhaltung.

Doch zeigen die Quoten, dass die Art der Unterhaltung zumindest von den älteren Zusehergruppen angenommen wird. Zuschauerzahlen von über einer Million sind heutzutage selten, Hi Society jubelt bei 140.000 Zusehern. Das junge Publikum hingegen sträubt

sich gegen die Seitenblicke und im Moment scheint keine Lösung der Programmänderung in Sicht zu sein.

Wie bereits erwähnt schreitet die Boulevardisierung unaufhörlich fort. Verhilft sie dem ORF aber gleichzeitig zumindest in dem Bereich der Gesellschaftsberichterstattung etwas mit der Konkurrenz mit zu halten, steht der Rest des Programms schließlich derzeit im Fegefeuer der Öffentlichkeit.

Selbst, wenn eine Boulevardisierung stattfinden mag, so bedeutet das nichts vollkommen Schlechtes für einen Sender wie den ORF. Denn im heutigen Medienzeitalter sind die Prominenten und ihr Leben fixer Bestandteil des Fernsehens. Das Fernsehen kreiert die Prominenten, durch die Kameras werden Selbstdarsteller zur Unterhaltung für das Publikum, auch wenn es fraglich ist, inwieweit das private Leben nach außen gekehrt werden sollte. Doch es wird niemand gezwungen, Partys werden extra für die Medien veranstaltet, Prominente mit gutem Essen und glamourösen Flair zum Kommen gelockt. Viele lassen sich nicht zweimal bitten, erscheinen auf jedem Fest, einige wenige, die echten Prominenten, wie sie Standard-Journalist Thomas Rottenberg nennt, meiden jene Feste. Schlussendlich stellt sich trotzdem die Frage, wie weit die Boulevardisierung gehen wird, ob die österreichischen Medien in einigen Jahren bereits auf dem Niveau von Englands Boulevardpresse sein werden, um sich weiter zu entwickeln oder versucht wird, die Linie beizubehalten und sich von negativen Stimmen nicht beeinflussen, sondern eher inspirieren zu lassen. Denn auch ein Format wie die Seitenblicke kann unterhalten, wenn es auch schwierig ist unter dem stets wachenden Auge des mächtigen ORF.

13 Quellenverzeichnis

13.1 Literatur

- Der kleine Brockhaus. Band 1. F.A Brockhaus, Wiesbaden 1961.
- Der kleine Brockhaus. Band 2. F.A Brockhaus, Wiesbaden 1962.
- Cashmore, Ellis: Celebrity Culture. Routledge, Abingdon 2006.
- Kepplinger, Hans Mathias: Ereignismanagement. Wirklichkeit und Massenmedien. Edition Interform, Zürich 1992.
- Kurt Koszyk. Karl Hugo Pruys: Dtv-Wörterbuch zur Publizistik. Deutscher Taschenbuchverlag, München 1976.
- Meyrowitz, Joshua: Die Fernseh- Gesellschaft 1: Überall und nirgends dabei. In Psychologie Heute. Beltz/ Weinheim und Basel 1990.
- Meyrowitz, Joshua: Die Fernseh- Gesellschaft 2: Wie Medien unsere Welt verändern. In Psychologie Heute. Beltz/ Weinheim und Basel 1990.
- Neissl, Julia, Siegert Gabriele, Rudi Renger: Cash und Content: populärer Journalismus und mediale Selbstthematization als Phänomene eines ökonomisierten Mediensystems; eine Standortbestimmung am Beispiel ausgewählter österreichischer Medien. Reinhard Fischer Verlag, München 2001.

- Neissl, Julia. Renger, Rudi: Zwischen Sein und Schein, Populärjournalistische Tendenzen in österreichischen Medien. In Medien Journal 1, 2/2001.
- Peters, Birgit: Prominenz. Eine soziologische Analyse ihrer Entstehung und Wirkung, Westdeutscher Verlag, Opladen 1996.
- Podgorski, Thaddäus; Pammer, Otto "u.a.": Seitenblicke, Das Buch zum Fernseh- Hit, Pammer Film Produktions GesmbH & Co, Wien 1994.
- Podgorski, Thaddäus: Die große Illusion, Bibliographile Edition, Wien 2005.
- Pürer, Heinz: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, UVK Verlag, Konstanz 2003.
- Wippersberg, Julia: Prominenz. Entstehung, Erklärungen, Erwartungen, UVK Verlag, Konstanz 2007.

13.2 Zeitungen

- Die Stunde der Wahrheit. Artikel in: Die Presse 28.09.1987. S.12
- Fernsehprogramm in: Kurier 28.09.1987. S.12
- Wie super wird die neue „ZIB“? in: Kronen Zeitung 28.09.1987
- W.U.: Wenig Aufregung übers neue Programm. Artikel in: Kronen Zeitung 29.09.1987
- Focus: Das neue Programm. TV- Kritik in: Kronen Zeitung 30.09.1987
- Finanzminister gegen Seitenblicke. Artikel in: Kronen Zeitung 30.09.1987
- F.M.: Kurzer Seitenblick auf die Lage der Nation. Artikel in: Die Presse 30.09.1987.

- Pistor, Gerhart: Sanfter Start mit neuem Schema. Artikel in: Kurier 30.09.1987. S.15
- Focus: Seitenblicke. TV- Kritik in: Kronen Zeitung 02.10.1987
- Bischofberger, Conny: Ist das jetzt das bessere Programm? Interview in: Kurier 04.10.1987.S.4
- M.Ernst: Blutauffrischung mit „neuen Besen“ für „Seitenblicke“, Artikel in: Kurier 19.11.1996
- Reiter, Barbara: Schick, Schicker, Schickeria. Artikel in: Kurier, Freizeit vom 13.09.2008
- Jarolin, Peter “u.a.“: „Seitenblicke Auftritte. Jeder liebt doch Klatsch und Tratsch, Artikel in: Kurier, Kultur vom 21.10.2007

13.3 Internet

1. Bundesgesetz über den österreichischen Rundfunk, <http://www.rtr.at/de/rf/ORF-G>, 23.03.2009
2. Die ATV History, Februar 2009, http://atv.at/binaries/asset/download_assets/110329/file, 09.03.2009
3. Fidler Harald: Vienna Calling 5/2003, www.tagesspiegel.de/medien-news/Medien;art290,2088785, 05.03.2009
4. Franke, Verena; Baumgartner, Bernhard: ATV Chef greift ORF an: „Mehr RTL als bei RTL“, 12.03.2009 www.wienerzeitung.at/DesktopDefault.aspx?TabID=3956&Alias=wzo&cob=40214 12.03.2009
5. Geschichte des Opernballs, 2009, <http://www.staatsoper.at/Content.Node2/home/opernball/191.php>, 06.03.2009

6. Medienforschung: ORF- Fernsehen im Februar 2009,
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?fernsehen/fernsehen_monatsanalyse0902.htm, 06.03.2009
7. Oe24.at: Rekordreichweite für „Seitenblicke“, 16.02.2009,
http://www.oe24.at/media/Rekordreichweite_fuer_Seitenblicke_432657.ece, 06.03.2009
8. Peyerl, Markus; Barth, Anja: Sind Betreuer im Society Zoo:
Interview Seitenblicke Chefredakteur Andreas Wollinger, 16.12.2008,
<http://www.chilli.cc/index.php?id=84-1-219>, 25.02.2009
9. Programm.Orf.at: Der Wiener Opernball 2009 im ORF, 06.03.2009
10. Seitenblicke Europa: <http://tv.orf.at/seitenblicke/137845/story>,
04.03.2009
11. Public Value Test für ORF Angebote?, 25.09.2007,
<http://lehofer.at/blog/2007/09/public-value-test-fr-orf-angebote.html>,
23.02.2009
12. Reinisch, Katharina: Das Seitenblicke Magazin feiert sein erstes
Jahr, 23.02.2006, www.leisurecommunication.at/downloads/SBM_Rel_Geburtstag.pdf,
05.03.2009
13. wien.orf.at: 20 Jahre in die Society gelinst, 27.10.2008,
<http://wien.orf.at/stories/229872/>, 06.03.2009

13.4 Interviews

1. Thomas Rottenberg- Redakteur „Der Standard“
2. Alexander Hofer- Chefredakteur Seitenblicke
3. Thaddäus Podgorski- ehem. Generintendant ORF
4. Robert Reumann- Redakteur Seitenblicke
5. Dominic Heinzl- ATV Frontman

14 Anhang

14.1 Interview 1

Name: Thomas Rottenberg

Beruf: Society Redakteur

Wo: Der Standard; 1010 Wien

Datum: 05.02.2009

Erzählen Sie über sich und der Society!

Thomas Rottenberg Redakteur- beim Standard seit mittlerweile acht Jahren und ich mach´ bei uns das kleine Eckerl dass bei uns unter Society läuft, d.h. Boulevard, Rottenbergs Boulevard. Wir versuchen das Phänomen der Scheinwichtigkeit ein bisschen so mit Hand über den Kopf an zugehen. Erstens, weil wir davon ausgehen, dass die Leute, die wirklich wichtig sind, was besseres zu tun haben, als sich in solchen Society Formaten wieder finden zu lassen, weil die müssen arbeiten, und haben was besseres zu tun als sich permanent neben Lugner, Schiller und Co abbilden zu lassen. Und wir haben das auch ganz bewusst wieder zurück gefahren, weil in der kleinen österreichischen Society Szene der Planet Lugner einfach die Macht übernommen hat und deswegen „gute“ Leute überhaupt nicht mehr weggehen. Also es gibt namhafte Menschen, Schauspieler, Wirtschaftsmenschen, die sagen, wenn auf einem Event die Schiller auftaucht, dann kommen sie nicht, weil sie es als rufschädigend betrachten neben denen gesehen zu werden. Das Problem an der Sache ist, dass da die Medien daran sehr Schuld sind. Die Standard Leser schreiben mir Leserbriefe, wo drinnen steht, ich will in meiner Qualitätszeitung nicht lesen, dass der Herr Lugner dies und jenes gemacht hat. Und ich bleib jetzt beim Lugner, obwohl der eh schon ein echt Prominenter ist in Wirklichkeit und dann schau ich ab und zu nach und stelle fest und schreib dann zurück „Sehr geehrter Herr Kommerzialrat, Herr Doktor“ also sind immer Akademiker „Danke für ihr Mail“ wie man halt so schreibt, und

ich finde das schön dass sie den Standard so aufmerksam lesen, aber diese Geschichte, die sie bei uns nicht lesen wollen, haben sie auch nicht bei uns gelesen, das war eine exklusiv Geschichte im Seitenblicke Magazin. Das heißt die Leser vom Standard sind in diesem Bereich verlogener als die Leser der Krone. In der Krone ist irgendwie der Zugang, da glitzerts, da schau ma hin, das ist geil, weil es glitzert. Im Standard aber auch im Falter ist der Zugang der, unsere Leser sind intellektuell und die bilden sich ein, damit nichts zu tun haben zu wollen, aber trotzdem schauen sie sehr, sehr gern hin. Der Satz ist vom Heinzl: „Um weg zu schauen, muss man auch hin geschaut haben.“ Man braucht den Herrn Lugner, man braucht die Frau Schiller, obwohl alles sagen, sie schauen die Seitenblicke nicht und die Seitenblicke sind ein Genre, das ist etwas, was sie nicht wahrnehmen wollen. Also die Ablehnung von diesem gesamten niedrigen Ding in der Presse ist so groß, aber die Leute wissen ganz genau was wo steht. Jeder blättert in News, was da für Gesichter sind. Das Problem, dass wir mit der ganzen Szenerie haben, es gibt echte Prominenten (Gottschalk), aber an die kommt man nicht ran, aber dann gibt's dann halt den niedrigen Mitläufer Adel, die halt dann im Marchfelderhof antanzen. Und Zeitungen wie Österreich und Heute, die bilden seitenweise Promis, es gibt aber nicht genug davon in Österreich, es ist ein Reisebus voll Leute, die von einem VW Bus von Journalisten begleitet werden, und es gibt zwei Fotografen, die in all diesen Zeitungen die Society betreuen. Also der Andreas Tischler ist ein brauchbarer Fotograf, der einfach eifrig ist, der ist jeden Abend irgendwo und fotografiert immer die gleichen Leute. Der Andi ist ein netter Kerl und der sagt ja auch dasselbe, es sind irgendwie 30 Leute und die Zeitungen brauchen, du kannst eine Doris Golpaschin nicht vier Mal mit demselben Typen abbilden, das heißt du brauchst immer die Kombi von wem andern, das heißt die Fotografen gruppieren irgendwelche Leute, wer lässt so was mit sich machen? Die Leute, die unbedingt in den Medien sein wollen, die lassen sich wirklich immer und überall wohin stellen. Wer lässt so was nicht mit sich

machen? Jemand der was Besseres zu tun hat? Das führt dazu, dass es einen Carry Grant, also wen, den es nicht gibt, der tatsächlich ein Top Promi wäre, sogar wenn der im Marchfelderhof wäre, der lässt sich nicht mit den Leuten ablichten, die permanent überall sind, wo jeder fragt, was machen die eigentlich. Martin Kaiser zum Beispiel, die immer und überall ist, was macht die? Warum ist die prominent? Die ist deswegen prominent, weil sie überall ist. Warum ist sie überall? Weil sie in den Zeitungen als Prominente dargestellt wird. Das heißt es gibt die C Promi Schiene, das sind einfach Menschen, die sind angenehm für die Journalisten, weil sie immer bereit sind, was zu sagen, zu jedem Thema eine Meinung haben, sich immer fotografieren lassen mit jedem und in jeder Situation, die lassen sich Spaghetti auf den Kopf legen, Scheiß egal, Hauptsache sie kommen vor.

Es gibt einen Typen, der heißt Syriell Radlherr, der gilt als Model. Ist bei Österreichs nächstes Topmodel als Juror aufgetreten. Der ist prominent, das ist eine klassische Wiener Promi Geschichte. Es gab mal Tonight TV auf Pro Sieben und die Sabine Mord und ihr Redakteur hatten das Problem, dass man die Geschichten zum Teil auch kaufen kann, zahlen Unternehmen, dass im Fernsehen eine Geschichte unter den anderen Promi Geschichten ist, zahlen eine Stange Geld, damit ein Beitrag kommt über den Empfang, den die Firma so und so macht. Das Problem ist, das sind stinklangweilige Veranstaltungen, da sind auch stink langweilige Menschen, weil da stehen lauter Männer bei Stehtischen und alle haben einen Anzug an und du kennst niemanden von ihnen. Promi heißt, man muss die Leute kennen. Was machst du? Du brauchst ein Gesicht, das auffällt. Du schwenkst mit der Kamera, du hast einen dunkelhäutigen Typen, der so einen kleinen Klobrillen Bart hat, Glatze, durchtrainiert, 1,90 m groß und der steht da und ist der Tontechniker der Veranstaltung. Er ist aber der einzige der nicht langweilig ausschaut. Bei der dritten Veranstaltung hast du immer den Typen, der fällt halt auf Grund seines Aussehens auf, dann interviewst du ihn irgendwann, du

kannst nicht hinschreiben Event Tontechniker, das ist scheiße. Dann fragst du ihn, was machst du eigentlich? Syriel sagt, er ist Gitarrelehrer, ist auch nicht wirklich sexy! Dann schreibst hin, was du bei jedem hin schreibst, früher sagte man Werber oder Grafiker, heute ist jedes Mädchen Model, weil dann steht auch immer drunter, mit der Beauty so und so. Die kann ausschauen wie der letzte Putzjetzen, da steht immer drunter Beauty und Model funktioniert auch immer. Syriel wurde immer wieder wochenlang auf solchen Events interviewt, weil keiner da war, war er plötzlich Model. Plötzlich hatte Syriel eine eigene Homepage, wo man ihn als Model beworben hat und wurde tatsächlich von Shoppingcentern in Tulln oder sonst wo für kleine Modeschauen gebucht, war also tatsächlich Model. Damit man allerdings aber als Model seine Aufträge bekommt, ist es so, dass Syriel auch im Fernsehen dann wieder vorkommen musste. Da gab es Veranstaltungen, da fragt mich der Türsteher und fragt mich „Du Thomas da oben ist einer, der sagt er gehört zu Pro Sieben.“ Ich schau rauf, das Team von Pro Sieben hat schon unten in der Disco gedreht und draußen steht Syriel und kam hin, war nicht eingeladen und stand nicht auf der Liste und sagte „Ich bin da wegen der Interviews“ Das heißt, er kam schon ungefragt zu der Veranstaltung, wo er gewusst hat, dass die drehen, ging runter und sagt „Ich hab jetzt nur 10 min Zeit, denn ich muss noch auf zwei andere Veranstaltungen.“ Also der hat das ganz bewusst als Tool verwendet, um seine eigene Popularität zu machen, der hat dann Redakteure angerufen, und gesagt „Kannst mich einmal die Woche vorkommen lassen?“ Weil das ist wichtig für seine Bookings. Der war vorher nicht Model und er macht im Prinzip genau das Gleiche wie Richard Lugner, nur halt auf einem niedrigeren Level. Das Interessante ist, er kommt damit durch. Du wirst damit prominent. Du kannst damit prominent werden, dass du genau so etwas tust. Ich hab vor Jahren mal für den Falter, da gab es nur die Seitenblicke und sonst gar nichts, eine Geschichte gemacht über wie funktionieren die Seitenblicke und die damalige Chefin sagt mir in Ö gibt

es drei Promis Klaus Maria Brandauer, Niki Lauda und der dritte ist leider im Ausland. Brandauer ist eine Zicke, Lauda kann man nicht permanent zeigen. Du hast allerdings in den Seitenblicken 2 ½ min, die du füllen musst jeden Tag sind lang. Auftritt Jeanine Schiller, weil die ist immer und überall, die schaut komisch aus und hinter der Kamera geht dreimal jemand mit einem grünen Hut vorbei und beim vierten Mal interviewst ihn, dann bist du prominent in Österreich. Und da alle Zeitungen ihre Society Ressorts ausgebaut haben, hast du zwei Seiten Society zu füllen. Du hast zwei leere Seiten, alle füllen es mit irgendwem. Das heißt du hast die so genannten Vip“perlen“. Ich nenne es immer VIP Darsteller, weil die sind halt permanent vorhanden. Das ist so wie eine Kulisse, bei dem Event so und so, immer an denselben Orten, immer dieselben Leute. Dann gibt es noch ein anderes Phänomen, da das auch schon zu wenig wird, dass sich die Journalisten gegenseitig vorkommen lassen. Früher war das Zeichen dafür, dass die Veranstaltung scheiße ist, weil du bist dort, weil der Gastgeber sagt alles leiwand, aber du brauchst wen, der dir durch einen OT, der sagt „Na so leiwand war es eigentlich nicht“. Der Rottenberg ist immer wieder dran gekommen, beim Falter kannst gut ätzen. Dieses Prinzip des Kaisers neue Kleider ist ja auch in Wirklichkeit sind sie alle ganz nackt. Es ist niemand mehr auf Veranstaltungen, es sind dort PR Leute und Journalisten. Eine Andrea Buday, die ein Promi ist mittlerweile, was ist die gewesen, die war bei Heute und Täglich alles. Die hat halt komische Hüte auf. Mittlerweile lässt sie sich von allen Medien als Promi feiern. Und hat auch dadurch, dass sie im Echo Verlag die Society Chefin ist, steuert die auch, wer von den Journalisten auf den anderen Society Seiten vorkommt. Also wenn dann Lisa Trompisch, die Society Redakteurin von Heute, 29. Geburtstag feiert, und eine Party macht, ist es das Geschenk von Andrea Buday, dass sie einen Fotografen vorbei schickt, und auf diesem Foto ist drauf, Lisa Trompisch plus eine PR Agentin, die zufälligerweise Soravia heißt, also auch eine Verbindung zu Heute und zur Kronen Zeitung, noch

irgendeine PR Dame und Doris Golpaschin und Adriana Zartl. Man beschenkt sich gegenseitig mit Popularität. Bringst du mich in deine Zeitung, bring ich dich in meiner Zeitung. Und es fragt ja auch keiner mehr nach, es stehen immer die Namen da und Top Promi oder Medien Beauty oder sonst irgendwas. Es fragt keiner was du tust.

Andreas Unterberger, jetzt Chef der Wiener Zeitung, hat das in einem Interview einmal sehr treffend gesagt, die so genannte Wiener Society, ist eine Gruppe von 150 Menschen, deren großes Vergnügen darin besteht, ihren privaten Terminkalender öffentlich zu machen. Mehr ist es nicht. Nur es funktioniert.

„...“ Die Seitenblicke, das ist eine riesige PR Plattform. Früher gab es schon noch so private Feste, wo man eingeladen war, die gibt es ja nicht mehr. Jetzt ist jede Veranstaltung in den Seitenblicken eine Produktpräsentation oder eine Werbeveranstaltung. Und es gab einmal den Versuch Bildmaterial aus den Seitenblicken in die ZIB zu transportieren. Mit Karl Heinz Grasser, der mit Sanierern, die dann ein Werk geschlossen haben, wo 5000 Leute arbeitslos wurden, Golf gespielt hat. Wenn du in der ZIB das bringst, Grasser spielt mit schicken Leuten Golf, drunter steht „ Und während sie Golf gespielt haben, wurde Business gemacht und das Werk soundso wurde verkauft und Leute wurden arbeitslos“- klingt gar nicht gut. Dasselbe Bildmaterial mit selben Leuten „Bei der Charity Veranstaltung in Ebreichsdorf traf Finanzminister Karl Heinz Grasser die Top Manager des Konzern so und so und sie hatten noch Zeit während des Turniers über Business zu reden“- SUPER, es glänzt, es sind reiche Menschen, da ist der Luxus, und der Vorteil bei den Seitenblicken ist, es fragt niemand nach Content. Also, jeder Politiker weiß, dass der Lugner Recht hat. Du gehst mit deinem Gesicht in das Medium hinein, es wird dein Gesicht gesehen, die Botschaft ist dein Gesicht und was dahinter passiert, ist vollkommen wurscht, es geht nur darum, dass es glitzert und dass die Party geil ist. Eine Waffenschau könntest problemlos in den SB bringen. Ein Politiker, der sich bei der ZIB bei einer Waffenschau interviewen lässt, der kann nur verlieren.

Und du lernst als Politiker auch in Media Trainings, „erkenne den Seitenblicke Redakteur vor dem ZIB Redakteur“, na weil die Fragen sind andere. Es passt dort nicht ins Thema. Willst du über Menschenrecht diskutieren in den Seitenblicken? Klar, wenn es eine Menschenrechts Charity Gala ist, toll, 1000 Rosen. Aber wie oft wird in den Seitenblicken bei Charitys wirklich gesagt, worum es geht? Andererseits für die Veranstalter ist es trotzdem gut, weil sie sind trotzdem präsent und irgendwer interessiert sich vielleicht auch fürs Thema. Nur es interessiert niemanden, das Thema.

(...) Das heißt du kannst den größten Schmutz verkaufen, sobald du es schaffst, in der Society Fuß zu fassen, hast du es geschafft und wirst nicht danach gefragt. Die Leute schauen es sich alle an.

Passen die Seitenblicke zum ORF?

Zum ORF passt kaum was, was die machen. Der ORF hat seinen öffentlich-rechtlichen Auftrag so was von verschissen. Also die Seitenblicke sind, wenn sie auch wirklich ein Panoptikum wären, wo man auch wirklich mit der Freche, die der Heinzl oft hat, auch hingehet, würden sie rein passen. Aber so gekauft wie die Beiträge in den meisten Society Formaten sind, könnten sie auch im ORF sein. Aber ich weiß halt schon, was da an Einladungen und Gegeneinladungen läuft.

Das ist nicht Journalismus was da passiert, das ist versteckte PR. Wenn der ORF seinen öffentlich-rechtlichen Auftrag sonst ernst nehme, könnte man die Seitenblicke verkraften. So sind die Seitenblicke einfach irgendwie ein Quotenflugschiff von etwas was es genau ist, nämlich der ORF.

Wie siehst du den Vergleich zu Hi Society und Dominic Heinzl?

Erstens der Heinzl ist bissig, der Heinzl ist frech, der Heinzl sucht sich Geschichten, die echte Geschichten sind oder macht sich Geschichten. Der Heinzl ist immer vorbereitet. Du merkst bei den Dominic Heinzl Beiträgen einfach, wenn ein anderer Redakteur dort war, einfach an der Qualität der Frage. Der Dominic ist ein Profi, er ist zwar ein Gfrast, es gibt natürlich Leute, die er schont, weil die

braucht er. Nur ATV tut nicht so, als wäre es öffentlich-rechtlich, als wäre es zu allen gleich nett. Der Heinzl hat das, was wir ansatzweise früher auch gemacht haben, er ist böse. Die Seitenblicke sind Bauchpinsler, da wird nie wirklich irgendwie zu gebissen, sondern ab und zu tut man so, als würd man ein bissl kläffen, aber mehr passiert nicht und das liegt einfach daran, das die Seitenblicke Redakteure genau das Problem des ORF haben, die halten sich alle für wichtig. (..) Nur bei den Seitenblicken, die sind so was von selbstzufrieden, dass das Produkt einfach stinkt vor Langeweile.

Sind die Seitenblicke veraltet, ist die Zielgruppe zu alt?

Den ORF schalten Leute ein, weil er da ist. Seitenblicke ist ein selbstzufriedener Haufen von Leuten, die sich halt gern einladen lassen. Natürlich gibt es die Vorgaben des Auftraggebers was zu passieren hat und was nicht. Das Problem ist einfach, dass sich der ORF keine Gedanken drüber macht, dass das ganze Produkt ranzig riecht. Andererseits die Seitenblicke Redakteure verdienen gutes Geld, warum sollen sie Platz machen für Jüngere. Wenn drei junge Leute auf einmal Beiträge in den Seitenblicke machen würden, dann müssten sich die Alten fragen lassen, warum macht ihr eigentlich so einen Schaß? Da gibt es immer Diskussionen der Heinzl soll die Seitenblicke übernehmen. Natürlich sollte er das, aber wenn ich bei den Seitenblicke Redakteur bin seit 25 Jahren und mich nicht in Frage stellen lassen muss, warum soll ich das denn wollen? Der ORF drückt den Markt zusammen, der ORF dominiert den österreichischen Medienmarkt, warum soll das irgendetwas geändert werden, aus ORF Sicht.

Was wäre, wenn Heinzl zu den Seitenblicken wechseln würde?

Wenn jemand ein Produkt übernimmt, macht er das nur, wenn er gewisse Durchgriffsrechte hat. Wenn der Dominic da hin ginge, würde sich massiv was ändern. Nur das Problem ist, der Dominic hat seine Kolumne im News, also der Oliver Voigt von News kommt immer als positiver Held vor bei ihm. Das ist natürlich auch nicht sauber, aber das ist Kommerzsender.

Haben die Seitenblicke im ORF den richtigen Platz (public value)?

Ja, die Leute wollen es sehen. Es interessiert die Leute. Ich seh es ja bei uns auch. Alle immer Scheiß Society blabla, aber die Geschichte mit dem Lugner hat 30000 Zugriffe auf der standard.at Seite, obwohl es irgendwie siebte Priorität ganz unten ist. Eine Geschichte Obama's Umweltstrategie, hat so wichtig sie ist, 560 Zugriffe. D.h. die Leute wollen das sehen und der ORF hat schon noch die Aufgabe, den Leuten das zu bieten was sie wollen. Es ist schon die Aufgabe eines öffentlich rechtlichen Rundfunks dieses Phänomen ab zu decken. Man könnte es auch so machen, dass es dem Auftrag des Rundfunks entspricht, dass ein bisschen zu hinterfragen und nicht nur „oh ihr seid so großartig“. Nicht so affirmativ wie es passiert. Die machen Polaroids, das kann ein jeder, sogar puls tv. Polaroids machen und sagen „pfau ihr seid reich, ihr seid leiwand, juhu lasst uns teilhaben und lasst das Volk sehen was passiert“ Die Leute wollten immer zuschauen, was passiert.

(..) Die Leute wollen diesen Glitzer sehen, um von ihrem eigenen Elend abgelenkt zu sein, warum sie sich nicht fragen, warum sind die reich und ich nicht, ist eine andere Frage. Sie finden es toll den reichen beim Feiern zuschauen zu dürfen. Das ist ein Faktum. Dann lass sie auch zuschauen. Aber als öffentlich rechtliches Unternehmen, hast du den Auftrag auch zu sagen, warum sind die reich.

Wie sieht die Zukunft der Seitenblicke aus? Konkurrenz wird stärker oder?

Ja, aber du brauchst das Konzept der Seitenblicke, brauchst du nicht gravierend zu ändern. Du musst jedes Projekt immer laufend adaptieren, aber die Seitenblicke neu zu erfinden, wird der ORF nicht tun, warum sollte er es tun. Das Produkt funktioniert. Inhaltlich schaut man natürlich, was wächst da heran, aber das Problem ist eher, was willst du in Österreich großartig machen? Das ist ein kleines Land, alles spielt in Wien, da hast einmal die Salzburger Festspiele und einmal Kitzbühel.

Wieso bist du beim Standard in dem Sektor?

Weil dieses Phänomen „Des Kaisers neue Kleider“ noch immer fasziniert. Das Problem, das Qualitätsmedien haben, ist den Zugang zu Boulevard zu finden. Weil unsere Leser dieses „iih“ haben. Vorher hab ich beim Falter diese Seite entworfen und da ist es dasselbe, der Falter Leser geht in den Keller lachen. Die Welt ist böse, aber trotzdem fahren sie alle Auto. Du musst die Leute an der Nase nehmen, ihnen ein bisschen vor simulieren, dass du auch meinst, „es is alles scheiße“, du musst aber erklären, warum es pfui ist. Ist auch affirmativ. Du bestätigst das Weltbild, dass sie von der Society haben und gibst ihnen aber trotzdem Society Berichterstattung. Das hat ein paar Jahre super funktioniert, aber im Augenblick läuft es sich tot. Darum reduzieren wir es auch. Es ist mir langweilig, den Leuten wird es nicht langweilig, weil es wird noch mehr und noch mehr. Aber die Protagonisten werden immer langweiliger, drum überlegen wir eh wie wir das verändern können.

(..) Du gleichst dich immer dem Universum an, in dem du lebst. Andererseits du brauchst schon den professionellen Zugang dazu.

(..) Schau der Mensch stammt von der Elster ab, wo es glitzert, da schaut er hin. Und er sagt „Pfui das glitzert, das stinkt so komisch“, aber stinkt es wirklich? Dann schaut man noch mal hin.

14.2 Interview 2

Name: Alexander Hofer

Beruf: Chefredakteur Seitenblicke

Wo: Interspot Films

Datum: 17.02.2009

Wie werden die Themen ausgesucht?

Die Themen werden ausgesucht, das ist ein journalistisches Kriterium, wie in allen Redaktionen auch, somit auch in unserer, nach einer Relevanzskala. Natürlich, was ist interessant, was ist lustig, was ist unterhaltsam, was ist aktuell, was ist gerade Gesprächsthema und aus diesen für alle journalistischen Bereiche im Printbereich wie im Radio oder Internet, eben auch für unsere Redaktion geltend, nach diesen Kriterien wird ausgesucht. Da gibt es einen großen Wust an Einladungen, die uns immer wieder zukommen und aus denen wird ausgesucht. Unter Bedachtnahme mancher Kriterien, die in Sitzungen erhoben werden und da kommt es letztlich dann zu Entscheidungen.

Wie ist eine Sendung aufgebaut?

Der Aufbau einer Sendung ist rasch erklärt, dadurch, dass wir eine relativ kurze Sendung sind mit 4min30 bis über 6 min etwa aber zu einer besonders zuseherträglichen Zeit um 20.05 Uhr in ORF 2, schauen wir das wir zumindest drei Beiträge auf Sendung haben und da stellt sich immer heraus, dass, wenn ein so gern zitierter bunter „Blumenstrauß“ gebunden wird für die werten Zuseher und Zuseherinnen, dann ist der Erfolg auch am größten und besten messbar. Das heißt Unterschiedliches, eine Ausstellungseröffnung gepaart mit einem jungen Star, der auf Promotiontour im Land ist und sich vorstellt und interessant wird in den nächsten Monaten, Jahren und vielleicht irgendeine skurrile Geschichte, die wir am Rand mitgenommen haben. Also beim Aufbau der Sendung muss darauf geachtet werden, dass es ein abwechslungsreiches Skaleidoskop der wichtigsten außergewöhnlichsten Ereignissen der letzten Zeit ist.

Wie wird es ausgewählt, wann Redakteure im Bild sein dürfen?

Grundsätzlich hat die Sendung Seitenblicke eine ganz eigene und signifikante Dramaturgie, nämlich die, dass wir nämlich kein Studio, keinen Moderator, sondern, dass die Beiträge selbst tragend gestaltet werden. Das heißt im Off Text beschreibt der Redakteur die

Örtlichkeit und das was in den nächsten Minuten folgt. Das ist einzigartig, in ganz Europa gibt es kaum, also mir zumindest bekannt, keine Sendung, die diese eigenwillige Dramaturgie hat. Und da spielt auch der Redakteur bewusst eine untergeordnete Rolle. Das heißt es steht nicht der Gestalter, der Moderator wie bei anderen Gesellschaftsmagazinen im Vordergrund, sondern ausschließlich unsere Stars, unsere Prominenten, die Gäste einer Veranstaltung. Und daraus ergibt sich eine Dramaturgie die sie mehr als 20 Jahren gibt und der Redakteur quasi derjenige ist, der Fragen stellt und aus den Antworten dann ein Potpourris zusammen stellt, das dann diese eigenwillige, positiv gesagt, Struktur der Seitenblicke und des Seitenblicke Beitrags ergibt.

Sätze sollen ja auch kurz sein?

Naja, letztlich aber mit Bedachtnahme auf die Sendezeit. Natürlich sind wir und die Kolleginnen und Kollegen, die unterwegs allabendlich und allnächtlich, immer auf der Suche nach guten Pointen und je pointierter ein Satz gesagt ist, je griffiger, lustiger, ausdrucks-sagereicher ist, desto eher findet er natürlich den Weg in die Sendung und in den Beitrag.

Allgemein zu Medienresonanz: Rottenberg nennt die Seitenblicke „seichtes Fernsehen“, kann es Seitenblicke schaden, wenn Leute so negativ dagegen reden oder bleibt es Flugschiff des ORF?

Grundsätzlich ist jede Sendung, die im Gespräch ist, auch wenn es immer wieder negative Kritiken in Zeitungen gibt, eine gute, insofern als sie wahrgenommen und da bei den Seitenblicken ist es meiner persönlichen Auffassung nach wichtig, dass Votum des Publikums heran zu ziehen, weniger stark die Auseinandersetzung mit den Zeitungskollegen, warum, weil das direkte Konkurrenz ist. Und dass die Konkurrenz das Produkt des ORF nicht in den Himmel lobt, liegt in der Natur der Sache, das ist klar, das ist auch nicht außergewöhnlich, solange das Publikum in großen Scharen, großes Interesse an der Sendung zeigt, gilt es dass der Weg der Richtige ist.

Welche Figuren der Seitenblicke sind die Signifikantesten?

Das ist eine Sache der Wahrnehmung. Manche meinen, dass wir die Hälfte unseres Lebens im Marchfelderhof mit Lugner und Schiller verbringen, das ist ein Irrtum. Lässt sich relativ leicht auch am Ende eines Jahres in einer Bilanz festhalten und festmachen, dass das ein Irrglaube ist. Es ist wohl richtig, dass die Seitenblicke also die Fernsehgesellschaftsberichterstattung, da zählen die Seitenblicke ja zu den Gründern, dieses Fernsehformats vor 20 oder mehr als 20 Jahren, maßgebend dazu beigetragen haben, Leute wie schillernde Gesellschaftsleute wie den Richard Lugner wie eine Jeanine Schiller, wie andere auch bekannt zu machen. Die hat vorher niemand gekannt. Der Herr Lugner war ein Baumeister, die Frau Schiller, war die Frau eines Kindermodengeschäftsinhabers, das die sich dann letztlich auch der Seitenblicke bedient haben, um einerseits für ihre Geschäftstätigkeit Werbung zu machen, dass die da Auftrittsmöglichkeiten gefunden haben, hat natürlich einerseits auch damit zu tun, dass sie Werbung für ihre Betriebe machen wollten andererseits sind sie auch Figuren, die positives und negatives in der Zuseheraktion auslösen. Es gib ja nicht nur Freunde des Herrn Lugners und der Frau Schiller, ganz im Gegenteil, aber die Seitenblicke nur auf diese Personen oder auf eine gewisse Schicht von Personen zu reduzieren ist auf jedenfalls falsch, wenn man sich die Bilanz des letzten Jahres zum Beispiel ansieht, wird man mehr Künstler, Theaterintendanten, Wirtschaftstreibende und andere Leute, die tatsächlich etwas auch in ihrer Bio vorzuweisen haben, finden, als eher oberflächliche Damen und Herren des Gesellschaftslebens.

Also ist das eine Sache der Wahrnehmung schillernde Figuren bei uns sind sicher der Staatsoperndirektor Holender, der auch nie um eine Pointe, um eine Gemeinheit, um eine Geschichte, die sitzt und passt, verlegen ist. Dazu zählen natürlich auch, die mittlerweile in die Jahre gekommenen großen Künstler wie die Schenks, die Lohners, die Hörbigers zum Beispiel. Ja und dann gibt es eine Palette, wir nennen es gerne Streichelzoo, von Damen und Herren, die man

einfach gerne sieht und die viel unterwegs sind und auf die man automatisch bei Festlichkeiten trifft, ob die jedes Mal einen besonders bedeutungsschwangeren Satz von sich geben, natürlich nicht, wie jeder von uns, aber die gehören quasi zum Klientel des Gesellschaftslebens dazu, wobei man sich bei manchen natürlich die Frage stellen kann, was machen die sonst.

Und wieso machst du den Job? Was begeistert dich dran?

Naja erstens bin ich in der tiefsten Seele meines Herzens ORF Mitarbeiter. Das mach ich ja auch schon seit 17 Jahren. Ich bin verwurzelt und verwachsen mit diesem Haus. Das ist ein Teil meines beruflichen Lebens, das mich mit 19 Jahren im Studio NÖ begonnen habe, mich durch den aktuellen Dienst geführt hat und dann schon langsam Richtung Magazine und Unterhaltung. Und nach meiner Tätigkeit bei Willkommen Österreich, hat man mir die Leitung der Redaktion zugetraut. Und die Freude daran ist, aus Kleinigkeiten im Vergleich zur schweren Nachrichten- Informationsschiene Geschichten zu erzählen. Interessante Leute auch zu Wort kommen lassen, die in den Seitenblicken eher ihr Privates nach vor kehren. Deswegen ist es ja auch so nett, manche Leute in der ZIB zu sehen in ihrem Job und wir zeigen eine weniger offizielle Seite, eine mehr private Seite, eine sympathische Seite, der Leute und versuchen anhand dieser, dass gesellschaftliche Leben greifbar zu machen. Das ist eine tolle Sache.

Findest du, dass es zu ORF passt? Private wird öffentlich gemacht!

Ich wüsste nicht, was da daran nicht öffentlich rechtlich sein soll. Das stößt auf Interesse, jeden Tag an den Quoten zu messen. Wir sind aber ein Magazin, ein kleines, kurzes, das eine gewissen Kodex einhält. Nämlich den Kodex des guten Geschmacks. Das würden Kritiker als fad und wenig angriffig bezeichnen. Ich glaube, dass gerade die vergangenen Jahre unter Beweis gestellt haben, dass ein anständiger und höflicher Umgang mit unserer Klientel uns in Zukunft mehr hilft als bodenlose Angriffigkeiten.

Was glaubst du, hat sich verändert an den Beiträgen? Dynamischer?

Ich habe bei meinem Amtsantritt vor fast mehr als 1 ½ Jahren den Versuch unternommen, und ich glaub schon, dass man das merkt, einen etwas journalistischeren Zugang bei manchen Themen zu forcieren. Journalismus und Unterhaltung schließen sich nicht aus. Ich glaube, dass es manchmal ganz gut ist, etwas tagesaktueller die Leute zu befragen. Ich glaube, dass wir auch aufgerufen sind, sehr, sehr Geschehnis orientiert auch die Leute hinein zu binden. Wir sind keine Enklave, die unabhängig von zeit und rundherum Programm machen, wir sind eines davon. Und Gesprächsthemen, die es in der Gesellschaft gibt, die sollten bei uns auch Erwähnung finden. Das hat sich sicherlich geändert. Das was sich auch geändert haben wird, ist die Beitragslänge. Vor Jahren haben wir noch Zeit gehabt. Jetzt muss man schauen das Wichtigste aus Veranstaltungen, aus Ereignissen heraus zu holen und trotzdem die Vielfalt der Angebote in irgendeiner Form wahrnehmen zu können.

Wird Charity durch die Seitenblicke gefördert?

Ich geh soweit zu sagen, dass ohne der Gesellschaftsformate und im Fernsbereich der Seitenblicke seit 1987 Charity überhaupt keine Chance gehabt hätte erfolgreich zu werden. Erst die Reflexion durch das Medium fernsehen von Charity Events hat den Boom ausgelöst. Also kein Mensch hätte es geschafft zu Hilfsorganisationen, Festlichkeiten oder Geldsammelaktionen Prominente Leute zu bekommen, wenn sich nicht die Seitenblicke angesagt hätten. Das ist ein Spiel, eine Balance, die nach wie vor funktioniert. Es wird von Zeit zu Zeit inflationär. Das ist schon richtig und deswegen liegt es auch bei der Redaktion sehr genau aus zu suchen, welchen Angeboten man nachgeht, welche Angebote man annimmt und welche Veranstaltung man besucht. Aber Charity ohne Gesellschaftsberichterstattung gäbe es in der Form ganz sicher nicht.

Beachtet man, dass nicht immer selben Leute dort sind, die man interviewen kann oder glaubst du ist die Society relativ klein und es gibt nicht so viel Auswahl?

Das ist unbestritten richtig, Österreich ist ein kleines Land. Und du triffst auf vielen Veranstaltungen die gleichen Leute. Absolut. Trotzdem passiert es immer wieder und das ist das spannende daran. Trotzdem findet man immer wieder und da muss man sehr, sehr genau schauen, interessante Leute, die man einmal vor den Vorhang stellen sollte, die man erkennen sollte und quasi neu und frisch vor die Kamera bringen sollte und nicht ewig die gleichen Gesichter zeigen. Das ist eine schwierige Aufgabe. Da bedarf es auch eines großen Einsatzes, aber klar ist auch, dass bei großen Veranstaltungen, die wir natürlich besuchen, eine gewissen Klientel immer zu Gast sein wird, das hat mit der Größe des Landes zu tun, das hat mit der Veranstaltung zu tun. Das hat mit Wien letztlich zu tun, große Events finden halt in der Bundeshauptstadt statt. Deutschland tut sich da leichter. Über Amerika will ich gar nicht anfangen, aber auch wir schauen bewusst über den rot weiß roten Tellerrand zu überschreiten und zu überblicken, weil unser Einsatzgebiet ja auch nicht an der Grenze endet. Und wir bestrebt sind auch europäisch, abgesehen von den Oscars, die ein Fixpunkt sind, zu schauen, was sich am europäischen Gesellschaftsparkett tut und so auch Informationen dem österreichischen Publikum zukommen zu lassen.

Was sagst du zu „Manche Leute kommen nicht, weil der und der dort ist“?

Hört man immer wieder. Genau genommen gibt es ganz wenige Fälle, wo es einerseits Schade ist, weil jemand nicht kommt, weil ein anderer da ist oder es sind Befindlichkeiten, die Teil der Berichterstattung sein können, aber sich zumeist in einem relevanten Niveau von ein bis 0 abspielen, dass das in Wahrheit kein Thema ist. Mir sind jetzt aber auch keine großen Namen bekannt, die Veranstaltung abgesagt hätten, weil jemand, der ihnen nicht zu Gesicht steht, die Veranstaltung besucht. Im Kleinen gibt es das natürlich, aber das beeinträchtigt die Berichterstattung sicherlich nicht.

Wie sieht die Zielgruppe der Seitenblicke aus?

Unsere Zielgruppe ist in Wahrheit oder das große Ziel ist es so viele Menschen wie möglich zu erreichen und mit unserem unterhaltenden Format zu begeistern. Medientechnisch bedeutet das 12+ ewig hinauf. Das die Zielgruppe des ORF 2 Programms tendenziell etwas älter ist als ORF 1 ist auch klar. Die ZIB hat einen Schnitt von 60+ und wir bewegen uns auch in der Richtung. Bestrebungen gibt es natürlich auch mit einem Programmangebot jüngere Leute dafür zu begeistern und auch Angebote zu liefern. Mit Beiträgen, die jetzt per se auf den ersten Blick nicht in die Seitenblicke passen, aber durchaus Platz finden.

Aber wenn jetzt eint Konzert zwischen Helmut Lotti und Semino Rossi ist, da schaut es sich das ja nicht an oder?

Das ist ein Prozess. Man muss einfach länger Zeit Programm anbieten, dass sich auch jüngeres Publikum in den Beiträgen wieder findet. Das geht nicht von einen Tag auf den anderen. Sondern das muss sich entwickeln. Du stößt dann an Grenzen, wenn du dich mit der täglichen Sendezeit auseinander setzt. Also, große Experimente werden in 5 min nicht möglich sein. Dazu ist das „Muss“ Angebot an Geschichten zu groß. „Muss“ Angeboten an relevanten Geschichten, sonst können wir dort den Anspruch sofort abgeben, da die Nummer 1 sein zu wollen. Dass dann ein wenig Platzmangel herrscht, für Dinge, die uns grundsätzlich am Herzen liegen, sich aber zeitlich nicht ausgehen, ist auch klar. Ich glaub nur, dass es früher oder später auch im ORF wieder ein Jugendmagazin, eine Jugendleiste geben muss, das sich der Trends annimmt, der junge affinen Stars und Prominenz annimmt. Die bei uns einfach nicht Platz finden können, das ist unbestritten.

14.3 Interview 3

Name: Thaddäus Podgorski

Beruf: ehemaliger Generalintendant ORF

Wo: Cafe Gutruf; 1010 Wien

Datum: 05.03.2009

Erzählen Sie über die Anfänge der Seitenblicke!

Ich war Generalintendant und habe eine Reform der Zeit im Bild gemacht und da haben wir für die zweite Zeit im Bild nicht die Quote gehabt, die wir wollten. Und da hab ich mir überlegt, was man tun könnten eine Lokomotive für die zweite ZIB, für die Leute, die auf alle Fälle bleiben. Gut, der Hardcore der Zeit im Bild bleibt auf jeden Fall, aber die andern waren bei andern Sendern, die dann irgendeinen Film gespielt haben. Und es hat eine Sendung gegeben auf Ö3, die hat geheißen Ö3 dabei, die hat der Dominic Heinzl gemacht, und der hat halt Prominente interviewt, nicht sehr gut, aber es war, wie soll ich sagen, es war interessant. Und ich habe gewusst von verschiedenen Leuten, nicht auch zuletzt von meiner Frau, dass da gewisse G'schichtn über die Gesellschaft ein Interesse besteht und habe also versucht eine Sendung zu kreieren, die so eine Adabei Sendung ist, aber nicht Tratsch im eigentlichen Sinn, sondern die so Dinge wahrnimmt, die sonst nicht wahrgenommen werden in der aktuellen Berichterstattung. Und das wollte ich zuerst haben beim aktuellen Dienst, da war der Kunz der Chefredakteur, aber der Informationsintendant, der hat sich gewehrt mit Händen und Füßen, das sei unseriös und so weiter. Und ich hab gesagt, was ist daran unseriös? Es interessiert die Leute. Na und die Politiker, ich kann mich erinnern, damals war der ÖVP Generalsekretär der Withalm und der hat Geburtstag gefeiert und da haben wir grad so eine Pilot Sendung rennen gehabt und das war noch beim aktuellen Dienst. Dann hab ich gesagt, fragts den halt rein persönliche Sachen, was er für Geschenke bekommen hat und wie er zu Hause dann Geburtstag

feiert. Die Antwort war nein usw. und ich hab gemeint, wieso kann man das nicht? Also das war nicht durchführbar. Ich hab dann versucht diese Sendung dem Marboe anzuhängen. Der hat sich auch gewehrt mit Händen und Füßen und dann hab ich gesagt, wir werden das jetzt doch irgendwie umdrehen. Ich hab als Generalintendant keinen Einfluss gehabt aufs Programm damals. Ich konnte nur betteln drum. Und dann haben wir mit der Pammer Film, ich hab einen Titel erfunden. Seitenblicke wär ganz gut, weil es so signalisiert, es ist zwar unwichtig, aber vielleicht amüsant. Und dann haben wir ein halbes Jahr lang nur Probesendungen gemacht und es wollte auch keiner produzieren, weil alle geglaubt haben, ja das wird eingehen. Und der Otto Pammer hat das dann von sich aus finanziert, der ORF hat schon was mitgezahlt, aber das Risiko hat er getragen und dann haben wir angefangen damit. Dann ist ein Aufschrei durch die ganze Öffentlichkeit gegangen. Die Zeitungen waren schon deshalb böse, weil das ihr Geschäft ist. Die haben sie aufgeregt, also heuchlerisch, jeder schon eine Klatschspalte gehabt damals, nur wenn wir das machen! Wir haben gar keinen Klatsch, ich wollte das gar nicht. Und das ist soweit gegangen, dass man meine Absetzung gefordert hat als Generalintendant, weil das öffentlich-rechtliche Fernsehen, das Heilige wird entwürdigt. Auf jeden Fall hat es aber den Effekt gehabt, dass die Zeit im Bild 2 zweimal so viele Zuschauer gehabt hat, weil die sind dann geblieben, uns Seitenblicke hat immer mehr und mehr Zuschauer gekriegt und dann hab ich das Bundesländer Fernsehen erfunden, da hat auch jeder gesagt, da wird keiner zuschauen. Also sicherheitshalber haben wir die Seitenblicke in den Hauptabend verlegt und da haben wir dann gehabt: Bundesländer, Zeit im Bild, Sport und Seitenblicke. Und das war aber dann der Überhit, also bis heute sind das die letzten Quotenreserven, was mich sehr freut. Wenn etwas überleben wird im Fernsehen, dann werden es die Seitenblicke sein.

Wie war allgemein die Medienresonanz? Beispiele?

Furchtbar! Es war dann nahe daran, dass die G'schicht eingestellt wird. Es war unbeschreiblich, ein Krieg. Profil Titelseite gegen die Seitenblicke, Kronen Zeitung. Und ich hab dann einen genialen Schachzug gemacht, der Chefredakteur, der seriöseste überhaupt im Fernsehen war der Franz Kreuzer, war dann Informationsintendant und wurde dann Gesundheitsminister und nach einer Regierungsumbildung war er dann nimma Gesundheitsminister und ich hab den Kreuzer gefragt, ob er nicht Lust habe, die Seitenblicke zu übernehmen. Und ich hab ihn überredet dazu. Ich hab gesagt, das klingt trivial, aber das sind die schwersten Sachen. Und er war dann die Rettung der Seitenblicke, weil jetzt konnte niemand mehr was sagen. Weil ein ehemaliger Intendant, ein Chefredakteur, ein Wissenschaftler, ein Schriftsteller hatte das jetzt übernommen. Und damit habe ich die Diskussionen mehr oder weniger abgestellt gehabt und dann ist es gegangen.

Wie hat sich die Seitenblicke Signation von damals bis heute geändert?

Das is schirch heute. Die erste war viel besser, die hat der Erich Sokol gemacht, unser Art Director. Heute ist es stilistisch graulich. Man muss es ja nicht so machen, wie es der Sokol gemacht hat, man kanns auch moderner machen, aber so wie es jetzt ist, ist es armselig. Es ist kein Witz dabei. Beim Sokol war das ein Modellauge, aus Glas. Das hat gut ausgeschaut mit den Adern, graulich, schön! Aber jetzt ist das so stilisiert. Jetzt ist es zu lang, damals waren alle Signations zu lang. Man kann es aber nicht kürzen, sondern man müsste es neu machen. Aber fad, ja, die Seitenblicke selber sind fad jetzt. Früher waren sie besser. Bei einer Kuratoriumssitzung ist wiederum die Scheiße hochgeflogen und der Chef ÖVP Fraktion der Herr Steinbauer, hat sich am meisten geriert über die Seitenblicke und gegen mich, und zu dieser Zeit war gerade die Waldheim Geschichte, wo der Waldheim Bundespräsident war und über den überhaupt nichts berichtet wurde. Nach dieser Sitzung ist der Steinbauer gekommen und hat gesagt, ob man nicht was

veranlassen könne, dass der der Waldheim in die Seitenblicke kommt. Sag ich: Do schau her, jetzt auf einmal? Ich mache nichts, ich denke nicht daran zu intervenieren. Zwei Tage später sehe ich die Seiteblicke, ist eine Party bei der Birgit Sarata. Und geht hinten der Waldheim vorbei, aber wie ein Gespenst. Und der Reporter fragt: Ja Sie machen eine große Party! Ja sehr schön, so viele Leute! Und es ist ja auch der Herr Bundespräsident da? Ja, schauen Sie, er wird ja sonst nirgends eingeladen. Und das war auf Sendung, jetzt hat der Steinbauer geglaubt, ich hab das absichtlich gemacht. Also, es waren große Troubles!

Wie ist Unterschied der Beiträge von damals und heute?

Also damals, das war auch meine Vorgabe, musste man immer und das wird ja teilweise jetzt noch versucht, aber einen Sinn in einer Geschichte suchen, ein Thema. Also sagen wir, das Thema, die G'schicht zu G'schicht. Also wenn das jetzt irgendeine Bankgeschichte ist, dass man da die Prominenten fragt über ihre Beziehung zum Geld, das ist einmal die Voraussetzung. Und die zweite Geschichte ist, dass dabei was Witziges heraus kommt. Nicht nur, dass man hingeh, das Mikro hin hält und am Schluss abschneidet.

Es fehlt heutzutage die Ironie. Ich hab von Anfang an gesagt, ich bin nicht dafür, dass man die Leute zu Sau macht, weil erstens kommt dann niemand mehr und zweitens ist das ja auch nicht unser Vorhaben, die Leute zur Sau zu machen. Da haben wir gar keinen Titel dafür. Eine gewisse Ironie, nur das ist natürlich das schwerste! Und es ist auch zu wenig Zeit vorhanden. Es ist zu wenig Produktionszeit und Sendezeit vorhanden. Und es sind nicht die Leute vorhanden, die das könnten. Die müsste man sicher heran holen und aufbauen und die die es könnten, denen ist das dann eigentlich auch zu wenig, eine halbe Minute und da wissen sie nicht, ob es gespielt wird. Dann wird das geschoben. Wenn man das gut machen will, ist das ja nicht einfach.

Wie sah der Aufbau der Beiträge früher aus?

Na heute ist das ja kein Aufbau. Das ist alles die Folge davon, dass es so kurz ist und das ist schade. Wenn es nach mir ginge, dann hätten die Seitenblicke, so wo sie jetzt sind, eine Anreißer Funktion und hätten dann später am Abend 20 Minuten am Tag. Material ist da. Und wegen dem um 20 Uhr will man sich nicht hinsetzen und sich was Witziges einfallen lassen und dann hat man was und dann wird's einem abgeschnitten oder abgedreht.

Der Bogen in dieser Thematik ist weit gespannt. Es kommt ja nur darauf an, wer es macht und wie man es macht. Am Thema liegt es nie, man kann jedes Thema machen, es kommt nur darauf an wie. Und nur die Spießbürger sagen, das kann man nicht machen, Natürlich kann man, nur auf das wie kommt es an. Alles was zum Leben gehört kann man reflektieren. Natürlich, wenn Trottel Politik machen, ist das auch nicht öffentlich rechtlich.

Passen die Seitenblicke zum ORF?

Also ganz wichtig und da müssen viel mehr und besser gemacht sein und es müsste viel mehr Ironie drinnen sein und wenn man jemanden hätte, wär's auch sicher gut, wenn man es ein bisschen personalisiert. Also beim Hohenlohe damals hat man schon gewusst, also das ist ein Hohenlohe Beitrag.

Ich wollte ursprünglich, dass es nicht so ein Adabei wird so wie der Roman Schließer, das man sagt, bei dem, weil ich auch nicht wollte, dass einer so viel Macht besitzt, dass er die Gesellschaft tyrannisieren kann.

Wer sind signifikante Figuren der Seitenblicke?

Der Anteil war zum Beispiel war von der ersten Stunde an Stammgast. Wir mussten ja froh sein, dass wir die Leute gehabt haben, weil das Übliche war ja Pfui, Seitenblicke, da gehen wir nicht hin! Erika Pluhar hat gesagt, da wird sie nie zu sehen sein. Ist sie auch nicht, das rechne ich ihr hoch an. Das war die Einzige! Aber zum Beispiel der Heller, Frau Sacher, Frau Gürtler und jetzt drängt sie sich. Jetzt drängen sich alle, die zuerst gesagt haben Pfui,

drängen sich, dass sie hinein kommen! Weil sie wissen, was das für eine Wirkung hat. Weiß nicht, ob ihr Image gut wird, aber auf jeden Fall werden sie bekannt! Die Popularität wird multipliziert! Das ist ja unglaublich, was da nieder geht. Also damals war ma froh, dass wir ein paar gehabt haben, das waren eh wie heute auch noch, die Waltraud Haas.

Zum Beispiel der Heinzl ist ja auch furchtbar, aber er ist natürlich auch deshalb interessant, weil er ein Gfrast ist. Aber vom Prinzip her ist der Heinzl besser, weil er die Leute pflanzt. Er macht's nicht elegant, also ich würde das lieber feiner machen. Aber das ist ja auch ein anderer Sender. Aber als Nebeneffekt der Seitenblicke zum Beispiel, es gibt keine Sendung im ORF, wo so effizient Kulturthemen präsentiert werden. Also bei Kultur am Montag können sie eine Stunde machen über die Burgtheater Premiere. Zwei Minuten in den Seitenblicken ist mehr geschehen. Was immer sie machen, hat dort einen gewaltigen Widerhall.

Leben Charity Veranstaltungen von den Seitenblicken?

Wo sollte man denn berichten? In welchem Programm? Es hat eine Aufmerksamkeit, die Seitenblicke, die sonst nicht gegeben ist.

Damals als der Klingohr dem Pammer die Seitenblicke abgeluchst hat, da war ich der Meinung, man müsse einen kompletten Relaunch machen. Also komplett reformiert.

Sind die Seitenblicke eine PR Plattform?

Das ist eine große Gefahr, dass man gegen Bezahlung dort hinget. Ich hab ja nix dagegen, wenn sich jemand was wirklich Spaßiges einfallen lässt, dass die Seitenblicke sowieso hinkommen. Aber mittlerweile glaube ich, zahlen die Leute schon dafür. Aber ich kann das nicht beweisen, aber ich glaube schon. Es ist fad. Mir sind die Seitenblicke fad.

Sind Promis gleich Promis, die vorkommen?

Es gibt welche, die sind nur durch die Seitenblicke berühmt geworden, also der Lugner, die Schiller. Die kennt man nur dadurch, dass sie dauernd in den Seitenblicken und beim Heinzl sind.

Und dann gibt's noch die Sarata mit ihrem Begleiter, der Schwule, der Staud, der Marmeladenkönig. Die haben überhaupt nichts zu bieten.

Wie hat sich Opernball verändert?

Gesamte Berichterstattung ist schlecht, die Moderatoren sind schlecht. Der Opernball ist auch irgendwie ungeeignet, der ist nämlich kein Event mehr.

Was ist der Schlüssel für Seitenblicke?

Der Schlüssel für die Seitenblicke ist mehr Zeit. Den Redakteur gibt es nicht, der in der Kürze eine Ironie oder Qualität entwickeln kann. Beim Heinzl sind die Beiträge viel zu lang, das ist fad! Der hat auch so Events, man kennt kein Schwein dort. Der hat zu viel Zeit und wir zu wenig.

Wenn Zeit da wäre und man das so machen könnte, wie ich mir das vorstelle, da müsst ma ein Seminar machen, ein Casting machen, würde sich auszahlen. Das Alter spielt keine Rolle, wenn ein junger schon so gut ist, herrlich. Aber wenn ein älterer, der schon ausgelernt ist, eine satirische Sicht auf die Welt hat, das ist schon erfrischend.

14.4 Interview 4

Name: Robert Reumann

Beruf: Redakteur Seitenblicke

Wo: Interspot Films

Datum: 06.03.2009

Wie recherchiert ein Redakteur?

Im Umfeld der Gesellschaftsberichterstattung, mein ich, dass generell nicht wahnsinnig viel recherchiert wird. Also recherchieren, darfst natürlich nicht vergessen, dass ich relativ lang unterwegs bin und viele Menschen kenn und mir viele Menschen etwas erzählen. Wenn du überhaupt über einen Menschen nichts weißt und du weißt,

dass du ihn treffen wirst, gehst du wie alle anderen, entweder sprichst du mit jemandem von dem du weißt, dass er den kennt oder do googlest ihn in Wikipedia. Aber, ich meine, bei mir ist es, was es das österreichische Umfeld betrifft, kenn ich die meisten Leute und da fällt mir auch immer was ein. Das ist aber dann kein Verdienst, aber wenn du lange genug dabei bist, halte ich es aber für wahrscheinlich, dass es günstiger wäre eine gewisse Allgemeinbildung zu haben und ein paar Sachen zu wissen, also nicht nur Hitparaden oder Modeillustrierte, da bin ich sicherlich schwach, aber wenn du ganz einfach, auch nur einige wichtige Zeitungen verfolgst, fallweise ein Buch liest und hie und da auch ein Kulturmagazin siehst, wird das sicherlich nicht schaden. Weil es dann natürlich irgendwie einfacher mit Opernsänger, Komponisten, Schauspieler, die also nicht gerade in einer Soap Opera spielen zu reden. Also ich meine, ich weiß, dass vor vielen Jahren, da hab ich in vielen Büchern nachgeschlagen, in Rock Lexika, ich komm ja von Ö3, da hat man sich ja irgendetwas angelesen, aber heute wird das durch das Internet sicher viel vereinfacht, aber wir sind ja nicht in dem Sinne, ich meine, ein unvestigativer Sport, das hängt wahrscheinlich auch mit der Einstellung in Österreich zur Gesellschaftsberichterstattung zusammen. Die ich eigentlich richtig finde, dass also, man kann durchaus mit Menschen, es sollte Unterhaltung sein, ich glaube nicht, dass die Gesellschaftsberichterstattung den Weg gehen sollte, den sie im angloamerikanischen Raum schon hat, das auch schon zum Aufdeckungsjournalismus mutiert. Das heißt nicht, dass ich für gut heiße, wenn irgendein bekannter Star Kinder verzaht. Dann bin ich durchaus der Meinung, dass man das zu einem Thema machen sollte oder ihm sagen sollte, ob er alle Tassen im Schrank hat. Aber in Wirklichkeit geht es ja, da gibt es ja Menschen, die, ich bin mir nicht sicher, ob alle die berühmt werden wollen, wissen, was es auch wirklich bedeutet, wenn sie einmal berühmt sind. Aber die Gesellschaftsberichterstattung ist sicher nicht, speziell in unserem

Land, mit Superstars gesegnet, und da gibt es natürlich manche, die nichts sehnlicher Wünschen, denn bekannt zu werden, und sich da auf jeden Fall unter die Tuchent schauen lassen. Wen interessiert es, wem nutzt es? Ich kann es dir nicht sagen, aber recherchieren, ja, es ist ganz gut, wenn man was weiß, aber, wenn du länger lebst, weißt du eh mehr, wenn du nicht alles vergessen hast.

Wie überlegst du dir die Fragen?

Ich kann dir nur das von gestern sagen, eigentlich überleg ich mir nicht viel, manchmal beim Auto fahren hin, aber man darf ja auch nicht vergessen, dass ich doch eine gewisse Routine hab, ich bin seit dem ersten Beitrag dabei und war schon davor tätig im elektronischen Medium, im Radio jahrelang. Das ist dann wahrscheinlich auch eine gewisse Routine. Nur manchmal, man überlegt sich eher etwas, man darf nur nicht vergessen, das Leben hat ja nicht nur die vier Jahreszeiten, und wir erleben sie und sie wiederholen sich im Prinzip und es wiederholt sich auf das gesellschaftliche Leben in einem Land. Und das mit behänder Geschwindigkeit immer rasanter. Das heißt also, ich weiß, wenn ich aus dem Opernball rausgeh, dass ich mit großer Wahrscheinlichkeit beim nächsten Opernball wieder durch diese Türe gehe. Und ich weiß auch, welche Leute ich wieder treffe, weil ich schon dreißig Mal beim Opernball war. Das heißt also, du hast natürlich die Fragen, ich versuche, es gibt zwei Ebenen, wenn ich gehe in eine Theaterpremiere, da schau ich mir natürlich das Stück an, um zu schauen, ob jemand den Text vergessen hat oder von der Leiter gefallen ist oder sonst irgendetwas, worauf man dann eher Bezug nehmen sollte, aber ich weiß, dann, dass Ehebruch, lustig, Schwesternliebe, damit liegen relativ Themen auf der Hand. Wenn es also Künstler gibt, ist es zwar nicht die beste Frage, aber beim Van Gogh, bei der Ausstellung, dann wirst du dich damit beschäftigen oder mit der Familie reden. Das meinte ich mit Allgemeinbildung. Und dann schaust du, was da passiert. Weil einen Notnagel gibt es immer, die Handlung des Stücks, etwas über den

Künstler oder die Familie. Ich mein Vorbereitung, für mich ist es ein Spiel, aus einer Situation heraus, da passiert ja irgendwas. Leute drängen sich beim Buffet, also ich versuche, darauf zu reagieren, dann hast du ja auch in Wirklichkeit, erklärst du den Leuten, die daheim sitzen, warum bist du dort, was ist dort los, eine Premiere, eine Geburtstagsfest, hat ein Schneider seine Knöpfe verloren. Gehst du zum Jang de Hoo und der schneidert gerade für eine dicke Frau, wirst du ihn vielleicht spontan fragen, ob es nicht kostengünstiger ist für schlanke Frauen zu schneidern! Das ergibt sich ja dann aus dem Spiel. Das ergibt sich dann im Gespräch, es ergibt sich aber auch viel Schwachsinn. Ich kann ja versuchen Spaß zu haben und dann ist es nichts, ich mein, ich weiß schon, wo ich hin will. Also du lotest aus, du machst irgendwie Spaß, ich versuch nicht verletzend zu sein, aber oft spür ich und schau ich und red ich mit denen, dann steigen die plötzlich drauf ein. Es ist ja anders als wenn du ein Thema vorgibst, wie „Hatte Romeo Recht, dass er sich vergiftete?“ oder so, aber manchmal denkst du dir nur, was machen wir jetzt? Und dann redest du halt mit jemandem und der erzählt halt irgendwas. Also es ist ein Spiel und es ist nicht immer vorge setzt.

Gibt es Unterschiede zu Beiträgen von früher?

Das ist eine Frage, die ich mir selber, also ich glaubte, in mir das Talent zu haben, dass Dinge, die mich interessieren, auch Menschen interessieren. Man kann sicher am Publikum vorbei fragen, aber manchmal scheint es so, dass man sein Publikum unterschätzt, dass Menschen viel differenziertere Interessen haben, viel mehr über jemanden wissen, viele überschätzt man aber auch, weil das normale Meet and Greet mit normalen Menschen und Stars musst du dir mal anschauen, da mag ein Teil Ängstlichkeit und das alles sein, aber es gibt ja sehr viele Menschen, die überhaupt keine Ahnung haben, was sie einen Fragen könnten. Man könnte auch sagen, dass unterschiedliche Einkommensklassen auch unterschiedliche Interessen bringt und allen recht getan ist etwas, was man nicht kann.

Ich glaube wir sind professioneller geworden, wir sind natürlich kürzer geworden, was uns nicht freut, aber das hat natürlich zu einer eigenen Ästhetik geführt, wir hatten früher durchaus mehr Zeit. Es wurde natürlich auch durch diese Beschleunigung, durch diese MTV Generation, die Sehweise verschnellert. Die Menschen sind heute auch in der Lage schneller zu sehen, junge Menschen schauen sie ja überhaupt nur schnelle Bilder an, aber auch nichts mehr lesen, aber die schauen sie dich Zeitungen durch, schauen sich die Bilder an, schauen sich kur die Bildunterschrift an usw.. Wir haben natürlich eine Publikumsbreite in der Altersschicht, wo du natürlich auch auf die Menschen, die manchmal noch was schauen wollen, Rücksicht nimmst und eigentlich ist es ja durchaus so, wenn man in einem solchen Medium arbeitet, dass man auch hie und da drauf kommt, dass es auch wirklich schöne Bilder gibt, die man anschauen sollte. Aber in dieser Zeit gibt es ein gewisses Diktat zur Schnelligkeit, zur Kürze, zur Prägnanz.

Wie war der erster Beitrag der Seitenblicke?

Das war relativ traditionell. Ich habe den Comissario der Mafia, dieser Fernsehserie, eine große italienische Serie und dieser Schauspieler ist nach Wien gekommen und ich bin mit ihm spazieren gegangen vom Sacher in die Kärntner Straße hinein und wir haben ein Interview gemacht über Wien und wie es so ist in dem Beruf eines Mafijägers zu stehen. Und es war eine recht einfache Geschichte, also ein Star, den man begleitet wie er durch Wien geht, könnte man heute auch machen.

Wie war die Resonanz von Publikum und Medien?

Am Anfang haben die Leute nur geschimpft so weit ich weiß. Ich glaube, dass die ÖVP sogar damals vehement die Einstellung des Generaldirektors gefordert haben. Und heute sind alle politischen Parteien froh, wenn sie da hinein kommen. So ändern sich die Zeiten.

Wie funktioniert die Opernballberichterstattung?

Ich weiß nicht, ob es immer dasselbe ist. Ich versuche immer neue Leute zu finden und es gelingt mir auch jedes Jahr. Letztes Jahr hab ich den Triché erwischt, den hat sonst niemand gehabt. Ich schau dann schon herum und schau dass ich Leute finde, aber heuer war es relativ schwach. Also ich versuche schon besondere Leute aufzutreiben, gleichzeitig ist man natürlich auch in einer gewissen Art und Weise verpflichtet, also in normalen Jahren, wenn der Herr Lugner einen besonderen Gast hat, dass man auch den kurz hat, aber ich würde nie das Schwergewicht darauf legen, außerdem haben wir die Sendezeit nicht. Da gab es sicher Stars auf die man sich länger konzentrieren konnte, ich bin mir nicht sicher, ob das fünfte Rad am Wagen der Desperate Housewives heuer so eine große Wahl war, aber das wiederholt sich auch wie alles. Du hast immer wieder andere prominente Eltern von Debütanten, du hast früher ein eminentes Gerangel auf der Feststiege gehabt, das auch immer lustig war, weil mitunter viel Aggression und Boshaftigkeit und Ungeduld darinnen gelegen sind. Also die Feststiege hab ich immer geliebt, weil da immer was los war. Und dann die Eröffnung. Es ist natürlich auch immer wieder eine Wiederholung von Klischees, nur es ist relativ schwer, eine Veranstaltung zu der 5000 Leute, die Mehrzahl zahlt, hin zu gehen und die runter zu machen, ist auch, ja, da kann man sagen es gefällt einem nicht, dann muss ich ja nicht darüber berichten. Es ist schon eine Wiederholung von Klischees wie sich Österreich gerne sieht und bespiegeln, da muss man sich schon auch einen Gesprächspartner dazu suchen. Wir haben heute 6 Minuten gehabt für den Opernball und ich glaube, wir haben die Sache ganz passabel gemacht, so weit es gegangen ist. Aber ich glaube mehr Zeit, ist mitunter auch schwierig, denn du musst die Zeit ja auch füllen und wenn du nur eine gewissen Anzahl an Personen hast, du kannst dich natürlich sicherlich mehr vertiefen. Aber ich wüsste gar nicht, welche Geschichten wir noch nicht gemacht haben am Opernball, vom Fundbüro über die Näherin, die zerrissene

Ballkleider näht, bis unter dem Dach, wo sie schmusen. Aber Prinzip, ja jetzt war der Kummer statt dem Ellmayr, ziehen 170 Paare ein und tanzen und Sänger singen und die Bundesregierung freut sich, dann gehen alle Essen und Trinken und heuer haben halt einige gespart. Also weil ja diesmal wenig Banker waren, hab ich die einigen wenigen gesucht und das ist ja auch aufgegangen. Aber den Opernball neu zu erfinden, ich bin mit Tanzlehrern hin gegangen und habe getestet die Prominenten wie sie tanzen. Also all diese Dinge wiederholen sich einfach. Aber wenn du hast 15 Minuten wird man eher sagen, machen wir wieder mal so eine Geschichte. Und wenn wir gerade mal so viel Zeit haben, ein paar der Leute reinzubringen, die dort auftreten, wird's schwieriger.

Welche Figuren der Seitenblicke gibt es?

Ich glaube das sind Vorurteile, es wird der Herr Lugner ja auch zu den Seitenblicken gezählt und ich glaube, dass ein Lugner mittlerweile ATV gehört. Ich glaube fast, dass ich einer der wenigen bin, die den Lugner interviewen. Lugner ist bei uns eine unbedeutende Größe und wird trotzdem den Seitenblicken zugerechnet. Er ist ein Programmträger von ATV. Und die Frau Schiller, das ist jetzt das 22igste Jahr Seitenblicke, das ich mache, ich habe sie zweimal interviewt. Ich weiß nicht, wie oft die eigentlich bei uns vorkommt. Es mag schon sein, dass junge Kollegen, die niemanden kennen, dann die Frau Schiller interviewen. Ich bin mir nicht ganz sicher, was die Frau Schiller geleistet hat, außer dass sie vier Kindermodengeschäfte geführt hat, aber da gibt es relativ viele Frauen, die man interviewen kann. Also ich meine, da ist die Birgit Sarata noch berechtigt, die ist eine Operettendiva, die hat ja wenigstens irgendeinen künstlerischen Beruf, aber ich frage mich, worauf die Prominenz der Frau Schiller fußt. Das ist ja eine Prominenz, die durch die Medien gegangen ist, die den Seitenblicke zu zuschieben ist falsch. Schau dir an, die ganzen Zeitungen, wo die Schiller immer auftritt. Also entweder hat jemand einen hohen Unterhaltungswert, dann kann er gering prominent sein oder er ist

sehr prominent, da kann er auch viel Blödsinn reden. Und sehr prominent ist sie auch nicht. Die kennt jeder, dann filmen sie die Leute halt auch.

Sind Promis wirklich Promis?

Es gibt ja die so genannte Seitenblicke Gesellschaft, das durchaus eine Berechtigung hat. Es sind natürlich auch viele Leute bekannter geworden durch die Seitenblicke, ob berechtigt oder unberechtigt, Vielleicht ist auch am Anfang die Frau Schiller dadurch bekannter geworden, die ist auch nur einige Kollegen wahrscheinlich öfter interviewt worden oder so. Aber es gibt ja relativ viele Menschen, die das sehr gut nutzen, um sich interessant zu machen. Wenn es einer gut macht. Der Lugner, der war sicher am Anfang bei uns, aber was treibt einen normalen Menschen an, sein Leben im Fernsehen erleben zu wollen. Existiert er nicht, wenn er nicht im Fernsehen ist? Ich frage mich das oft.

Fernab darf man eines nicht vergessen, die Gesellschaftsberichterstattung ist schon lange verkommen zu einem Tool für Werbung und Marketing. Es gibt Eventagenturen, es gibt Manager, es gibt Agenturen, die Events aufbauen auf Prominenten, um dann irgendetwas zu propagieren. Promis werden also prinzipiellerweise nur noch bewegt, um irgendetwas zu bewerben und wenn sie ein Event bewerben. Also diese Eventkultur und all das, da sind Agenturen, die planen, da werden Leute eingeladen, da kommst auf eine Liste und wenn ich mal in Wien herum gehe auf drei verschiedenen Festen, treffe ich immer dieselben Leute, weil die auch alle Einladungen bekommen haben und dann zusagen.

Mutiert die Gesellschaftsberichterstattung zu PR Plattform?

Ja. Sie wird. Sie ist es auch für Politiker. Sie ist es auch für soziale Anliegen, da bist du dann bei Licht ins Dunkel und ähnlichen Charity Veranstaltungen. Ein Theaterstücke, eine Opernpremiere, es ist ja alles PR. Es ist eine Buchpräsentation, da sagt man es ist Literatur, aber im Endeffekt kommt der Herr Kellmann und gibt ein Interview, weil er ein neues Buch hat. Man kann schon anderes auch bereden

mit ihm, aber in erster Linie, ist es PR für sein Buch, weil wenn er kein Buch schreibt, will er keine Interviews geben. Und wenn ein Hollywoodschauspieler sich nach Österreich verirrt, dann tut er das nur, weil er auf Promotion Tour für seinen neuen Film ist. Der Richard Gere hat mir einmal gesagt und er ist nicht der einzige, „Gezahlt werde ich nicht fürs Filme machen, sondern für die Interviews danach“. Es gibt Lokale, die den so genannten B und C Stars umsonst eine Geburtstagsfest machen, damit die Presse dann hinkommt und über das Fest berichtet. Es ist zum Weinen.

Gäbe es ohne die Seitenblicke keine Charity Veranstaltungen?

Ja, aber das ist doch entsetzlich. Damit wird der Druck ausgeübt, denn entweder gibt es das Bedürfnis nach Gut zu sein oder es gibt das Bedürfnis in einer Gesellschaftsberichterstattung auf zu scheinen.

Funktioniert Hi Society wegen den Seitenblicken?

Natürlich, ich kenne den Kerl ja recht lange, auch vom Radio noch. Wenn du von vornherein unterscheidest zwischen Seitenblicke und dem Heinzl, da darf man nicht vergessen, dass es Intendanten gab, die uns verboten haben, uns ins Bild zu stellen. Seitenblicke waren von Anfang an so gedacht, dass das keine Sendung werden sollte, in der irgendwer zum Star wird. Seitenblicke sollte möglichst anonym sein und dann aber gefällige und witzige Geschichten machen, aber wir durften uns nur im Ausland ins Bild stellen und auch nur deswegen, um zu beweisen, dass diese Geschichte nicht gekauft war, sondern das wirklich ein Reporter dort war. Es war also weitgehend, war Seitenblicke anonym, was auch gar nicht geschadet hat, weil zu viele Personen, die sich ins Fernsehen drängen, da gibt es durchaus die These, dass die nahezu anonyme Perspektive zumindest eine Zeit lang gut funktionierte. Heute scheint es so, dass die Medien immer mehr personalisiert werden. Natürlich hat der Heinzl, als er sein Format entwickelte, er hat gesehen, das ist ein anonymer Haufen, und erkannt, er hat sich hingestellt als Typ und die Menschen mögen natürlich, wenn sie einen Anchorman haben.

Weil sonst könnte man Nachrichten auch anonym machen, die Leute lieben es aber, wenn dort wer sitzt. Weil natürlich Mitarbeiter, die bekannt werden, dann Forderungen stellen, während, wenn du eine austauschbare Arbeitsameise bist, ist es zwar für deine Brüder und Schwester traurig, aber die andern merken nicht, dass du weg bist. Und da hat er natürlich konzeptionell das Richtige getan, er hat auch nicht die Auflagen des öffentlich rechtlichen Mediums. Also ich glaub schon, dass wir durchaus, dass sich gewisse Dinge nicht gehören und auch nicht gehen. Er hat da keine Regeln und Grenzen, es gibt von ihm schreckliche Entgleisungen. Seitenblicke wäre aber auch schlecht beraten ihn zu imitieren, nur wenn er jetzt Seitenblicke machen würde, es wäre ein Sturm der Entrüstung. Und die Leute, die es gewohnt sind, vom ORF in einer gewissen Art und Weise behandelt zu werden, was glaubst, was da los wäre. Das sind schon zwei Welten. Er berichtet zum Beispiel nie zu einer Opernpremiere. Die Seitenblicke sollten bei jeder dabei sein, auch wenn der Hollender den ORF nicht mag. Das ist das eigenartige Leben.

14.5 Interview 5

Name: Dominic Heinzl

Beruf: Redakteur, Gründer High Society ATV

Wo: Ristorante Novis, 1020 Wien

Datum: 06.03.2009

Wie werden Beiträge gemacht, Themen ausgewählt?

Verschiedenstartig. Eine Sendung wie unsere macht Eventberichterstattung, das heißt, wenn Events sind, die einen Society Aspekt haben, dann nehmen wir sie war. Das zweite ist, dass es immer wieder Society Tratsch gibt, also wer ist schwanger, wer ist mit wem zusammen, das erfährt man, wenn man sich in der Szene umgibt, wenn man sich mit der Materie beschäftigt. Wenn man sich nicht damit beschäftigt, wenn sie in einer Bank arbeiten oder einer Versicherung, kommen sie ja gar nicht auf die Idee, dass sie solche

Fragen stellen oder dass sie sich um so eine Materie kümmern. Wir tun das aber professionell, darum wissen wir vieles, das wir dann erzählen können. Das sind dann Themengeschichten, wie wir sie nennen und das dritte sind dann so Partys, Premieren, alles was so anfällt.

Nach welchen Kriterien wird ausgewählt, wo man schließlich hinfährt?

Wir bekommen ca. 150 Einladungen pro Woche, die schon aussortiert werden nach Relevanz. Wir sind ein kleines Land und so viel passiert bei uns nicht. Aber es gibt Buchpräsentationen von Fachliteratur, das ist für uns nur dann bedingt interessant, wenn das zum Beispiel ein Landwirtschaftsbuch ist, wo der ehemalige Landwirtschaftsminister und jetzige Vizekanzler dort die Veranstaltung besucht. Dann könnte das interessant sein, wenn der Pröll grad im Gespräch ist, dann gehen wir hin, weil bekommen im Unterschied zu Politjournalisten ganz andere Interviews. Oder jeder, der mit uns redet, weiß, dass wir etwas anderes wollen und so verhalten sie sich auch. Von den 150 werden dann 20-30 ausgesucht, wo sich dann alle meine Mitarbeiter eintragen und sagen, das würde ich gerne machen, ich habe für jeden Themenbereich, für alle verschiedensten Facetten der Society Berichterstattung hab ich Experten. Der eine ist mehr auf Mode, der andere ist mehr auf Trash, der nächste ist mehr auf Musik, jeder hat so seine persönlichen Präferenzen. Und die suchen sich da quasi ihre Lieblingsevents aus, da geht es natürlich nach Promi Dichte und da geht es natürlich auch um den Ort der Location. Ein Beispiel: Guido Tartarotti, einer der brilliantesten Schreiber dieses Landes, gibt eine Lesung seiner köstlichsten Kolumnen. Das ist gut und schön, wir würden das gerne featuren im Rahmen unserer Sendung, wo natürlich anderen Themen auch noch sind. Jetzt hab ich mit ihm gesprochen und hab gemeint, nur er auf dieser Bühne in diesem Kabarett Lokal mit schirchen Leuten vielleicht auch noch, das gibt uns zu wenig her. Aber du hast ja eine große Musiksammlung, du

bist ja Gitarrist, können wir auch einen Dreh machen, in deiner Wohnung, wo du uns die Plattensammlung zeigst, wo du was auf der Gitarre spielst, dann können wir auch so was wahrnehmen. Also man muss auch selber kreativ sein und sich was einfallen lassen.

Wie wird recherchiert?

Da wird nix vorgegeben an Fragen, außer es brennt uns was auf der Zunge. Und es irgendeinen Aufreger gibt, dann bekommt jeder Redakteur diese Frage mit, damit er die in jedem Fall stellt. Also wenn zum Beispiel ein neues Magazin, wie das Life Magazin der Krone präsentiert wird und die machen das in der PSK Zentrale plus an jenem Abend, wo bekannt wird, dass 300 Postämter schließen, dann thematisier ich das dort mit der Prominenz, wie es ihnen geht, dass 300 Postämter schließen und sie feiern in der PSK Zentrale. Wohl wissend, dass die Post ja nicht mehr der Besitzer der PSK ist. Aber natürlich greifen wir das auf und thematisieren das dort.

Wie wird das Material dann zum Beitrag?

Es gibt bei uns zwei Disponenten, die erstellen die Wochenpläne, checken, welche Promis kommen hin, die machen nur die Verwaltung. Dann hab ich acht Redakteure, die machen jeden Tag drei Minuten Beiträge, jeder muss drei Minuten täglich liefern. Und dann hab ich Kameraleute. Jeder Kameramann muss zwei Drehs machen in der Dauer von vier Stunden. Und dann zu jedem Kameramann gehört ein Tonassistent, dann hab ich Cutter, jeweils drei. Diese drei Cutter schneiden jeden Tag je sechs Minuten, die müssen also quasi zwei Beiträge schneiden mit zwei verschiedenen Redakteuren. Dann hab ich Sichterinnen, das sind Studentinnen, die sichten das ganze Drehmaterial, damit der Redakteur am nächsten Tag quasi eine fertige Schnittliste hat, wo eingetragen ist, wer, wann, wo, was gesagt hat.

Wie wird der Beitrag dann fertig gestellt?

Ein andere Sendung hat einen Chefredakteur, ich bin quasi alles in einem, Sprecher, Chefredakteur, Schlussredakteur. Die Redakteure kommen dann mit ihren fertigen Geschichten und dann vertone ich

sie. Ich spreche den Text und bessere während des Lesens aus. Dadurch ersparen wir uns wahnsinnig viel Zeit, weil wenn ich einen Sprecher organisieren müsste, drum mache ich alles selber, bin auch Schlussredakteur. Es hat sich so entwickelt. Es kommt auch gut an, mittlerweile hab ich auch eine Melodie in der Sprache, ich kann intonieren, ich Nuancen erkennen usw. Das hab ich auch durchs ständige Machen, weil es selbst Zweck war, weil ich es mir nicht leisten konnte mit dem Mini Budget damals, hat sich das halt so ergeben.

Was war der Gedanke dahinter? Hi Society verbindet man ja mit Dominic Heinzl!

Ja, weil ich vor 12 Jahren bei W 1 hieß der Vorgänger von ATV, die Chance bekommen habe, nach Ö3 ein tägliches 15-minütiges Society Magazin im Fernsehen zu machen. Ich wollte nicht mehr Ö3 machen und der damalige Chef Gerhard Seiler hat mir angeboten zu Seitenblicke zu gehen. Da habe ich gemeint, ich habe jetzt meine eigene Sendung bei Ö3 und soll beim Klingohr in der Interspot kleiner Angestellter sein? Das mache ich nicht. Und hab auf ein besseres Angebot gewartet, das kam dann, durch einen neuen Stadtsender, der grad gegründet wurde im Jahr 1997. Und durfte ich vom Start weg 15 Minuten Fernsehen machen. Ich habe noch nie Fernsehen gemacht, hab einen Kameramann gehabt, der ehemaliger Tonassistent bei Seitenblicke war und wir haben begonnen und so hat das auch ausgeschaut. Einer der nicht Fernsehen kann mit einem Tonassistenten, der Kameramann gespielt hat. Die Ergebnisse sind erschütternd und ich konnte quasi learning by doing machen. Trotzdem war in diesem Fernsehkanal meine Sendung, eine der erfolgreichsten, dadurch hab ich mehr Budget bekommen. Ich wurde vom neuen Sender ATV übernommen und es war immer ich. Die Sendung ist mit mir gewachsen, hat sich vergrößert, und ich habe alle Redakteure persönlich eingestellt. Alle wissen ich bin die Frontfigur und da gibt es auch keine Debatte und das ist so. Und es funktioniert und warum sollte man funktionierendes ändern?

Gibt es signifikante Figuren von Hi Society?

Es gibt hundert Darsteller. Diese hundert Darsteller variieren im Laufe eines Monats. Da gibt's welche, die haben einen Run, da gehen viel aus und dann sind sie wieder weg, weil sie sagen, sie wollen sich zurück lehnen, weil sie genug haben. Jeder, der in meiner Sendung auftaucht, will gefilmt werden, entweder, weil er halt gerne auf Partys geht oder weil er etwas zu bewerben hat. Das darf man nicht verkennen, eine Society Sendung, ist eine verkappte Werbesendung. Wir bewerben immer irgendwas, entweder eine neue Hautcreme, die Promis einladen, dass eine Promireporter kommt, ein Buch, das präsentiert wird, weil der Autor haben will, dass sein Buch bekannt wird. Das ist eine Industrie geworden. Viele bedienen sich der Society Magazine, um ein Produkt an den Mann zu bekommen. Society Magazine leben von Promis und die Industrie lebt von Promis, die gezielt das Produkt an den Mann bringen. Das ist eine Wechselwirkung. Und da gibt es halt verschiedene Darsteller. Es gibt die A, B, C Prominenten. Die A Prominenz ist jene, die sich recht rar macht, die B Prominenz tauch viel öfter auf und die C Prominenz, dazu zähl ich auch einen Schiller, die braucht man so quasi wie in einem Kasperltheater. Da gibt es den Kasperl, das ist zum Beispiel der Lugner, dann gibt's den Tinitfax, das ist die Schiller und dann gibt es das Krokodil, das bin ich. In diesem Kasperltheater brauchst halt verschiedene Figuren. Die Schiller ist halt im Moment so ein bissal das Salz in der Suppe, weil du brauchst ja einen Buh Mann, auf den man los gehen kann, über den sich die Leute ärgern, die machen die Suppe erst fett.

Sind Promis eigentlich richtige Promis in Österreich?

Du kannst sofort Promi werden. Wenn es jemand darauf anlegt Promi zu werden, wird er mit offenen Armen empfangen. Du musst dir nur bewusst sein, was du damit willst, weil die Medien stellen dich dann so dar, wie sie glauben, dass sie dich darstellen. Den wenigsten gelingt es so rüber zu kommen, wie sie wirklich sind.

Wie funktionieren die Berichterstattung vom Opernball und die Vorbereitung?

Gar nicht. Ich sage immer meinen Redakteuren man muss wissen um was es geht, man muss wissen wer erwartet wird, damit man sich einstellen kann drauf. Aber gehe nie mit einem fertigen Fragenkatalog wohin, sondern geh hin und lass dich überraschen. Und vor allem ist mir wichtig, das ist das Credo meiner Sendung, komm zurück und erzähle mir eine Geschichte. Das Fernsehpublikum ist deine Freundesrunde, du musst denen was erzählen. Und eine Geschichte hat, wie wir wissen, einen Anfang, einen Höhepunkt und eine Schlusspointe. Beim Opernball war es genauso, nur dass die Geschichte ein bisschen länger wurde, also ein 15 Minuten Beitrag. Es gibt halt auch Events, wo nicht so viel passiert und da muss man halt selber ein bisschen kreativ werden.

Was sagst du zu der Berichterstattung wie es die Seitenblicke machen?

Seitenblicke senden Videoclips. Die sind benachteiligt, weil sie eine kurze Sendezeit haben. Aber ich hab kein Mitleid mit ihnen, weil sie haben ein Mörderbudget, mit dem könnten wir ein Jahr Programm spielen, dafür ist der Output natürlich gering, auf der anderen Seite nutzen sie die Seitenblicke um rundherum Werbegelder im ORF zu akquirieren. Klar ist mein Vorteil, das Seitenblicke kurz ist und nicht viel transportieren kann. Ich muss jeden Tag 25 Minuten machen in diesem kleinen Land. Wenn man mich fragt, wen würdest du wollen von den Seitenblicke, würde ich sagen niemand. Das sind ganz andere Menschen, die haben ganz andere Zugangsweisen.

Könnte man die Seitenblicke auch anders, frischer gestalten?

Gib mir die Chance, lass mich 25 Minuten machen für den ORF, also der Wrabetz hat es mir schon angeboten, mir geht's bei ATV aber so gut und lieber die Nummer eins in einem kleinen Laden als die Nummer 17 in einem Großen. Ich hab auch nicht so den Wunsch zum ORF zu gehen. Ausserdem würd mir das auch das Publikum übel nehmen, die sehen mich lieber im sexy ATV als im boring ORF.

Profitiert Hi Society davon, dass Seitenblicke ein fades Image haben?

Der ORF sendet die Seitenblicke auf ORF 2 und das ist was ganz was eigenartiges. Der ORF 2 Zuseher ist ein besonderer Zuseher, das ist nämlich einer, der hat keine Fernsteuerung. Der dreht in der Früh den Fernseher auf und dreht ihn den ganzen Tag nicht mehr ab. Dann haben sie Seitenblicke genommen, weil sie den zweier gebraucht haben für ein Skirennen, haben Seitenblicke drei Wochen vorher beworben, an dem Tag wird Seitenblicke in ORF 1 ausgestrahlt, um die gleiche Zeit, aber halt im Einser. Kein einziger in ORF 2 hat rüber geschaltet. Weil Seitenblicke hatte an jenem Tag nicht 800.000 Zuseher, sondern nur 100.000. Es ärgern sich alle, Seitenblicke kann man sich nicht mehr anschauen, aber na gut, 800.000 schauen trotzdem jeden Tag.

Leben Charity Veranstaltungen von der Gesellschaftsberichterstattung?

Na ausschließlich. Alles ist nur mehr Charity, weil das nur als Ausrede dient, irgendeiner verdient immer dabei. Ein Teil wird gespendet und damit ist es eine Charity Veranstaltung. Ich persönlich kann mit diesem Begriff nicht mehr leben. Es gibt ausgewiesene Veranstaltungen, da sag ich, ist in Ordnung, wie zum Beispiel für die Krebshilfe, aber dann gibt es sehr viele, die schmücken sich mit dem Namen Charity Veranstaltung, sind es aber nicht wirklich. Ich bezweifle zum Beispiel auch, dass der Lifeball wirklich eine Charity Veranstaltung ist. Wenn ich Zeit hätte und ein Wirtschaftsjournalist wäre, würde ich schon gerne wissen, wo das ganze Geld hinkommt.

Wie wird Hi Society finanziert?

Durch Werbung.

Gibt es auch Angebote gegen Bezahlung zu Veranstaltung zu gehen?

Das geht gar nicht. Selbstverständlich gibt es das, aber das machen wir nicht. Ich lass mich nicht kaufen, das ist meine oberste Prämisse.

Man hat mir schon mehrmals angeboten, ich lade dich ein auf das und das. Wir müssen journalistisch bleiben, wir lassen uns nicht bestechen und auch wenn es „nur“ Society ist, aber wir müssen unbestechlich bleiben. Man darf sich nicht vereinnahmen lassen. Drum sag ich immer, ich bin nicht einer von der Promi Seite, ich bin einer von außen.

Der Unterschied zwischen Seitenblicke und uns ist der, der eklatante ist der, dass wir versuchen überall wo wir drehen eine Geschichte zu erzählen und die senden Clips. Oft denk ich mir, was war das jetzt, was ich da gesehen habe? Hauptsache es ist bunt und flimmert. Wir werden immer verglichen, aber im Prinzip sind wir zwei ganz unterschiedliche Sendungen. Meine unterscheidet sich schon mal durch die Moderation. Ich muss ja vorher auch etwas über den Beitrag sagen können. Ich kann nachher etwas abschwächen oder verstärken. Ich bin so der rote Faden, der durch die Sendung führt und damit auch die Kapazität, was der sagt, dem glauben wir das auch. Seitenblicke kommen ja auch ohne Moderation aus, damit ist auch die Bindung zum Zuschauer nicht so da. Und das lässt man einfach durchlaufen, grad war der Sport, gleich kommt der Film und dazwischen Seitenblicke, schauen wir es uns halt an.

14.6 Kontakt mit Seitenblicke Magazin

Gesendet am 11.03.2009 an redaktion@seitenblicke.at – keine Antwort erhalten

Sehr geehrte Damen und Herren!

Ich schreibe gerade meine Diplomarbeit über die Boulevardisierung im ORF am Beispiel der Seitenblicke. Möchte aber gerne alle Society Magazine (Fernsehen als auch Zeitschriften) kurz in meiner Arbeit erläutern.

Wäre es daher möglich mir einige Informationen über das Magazin

zukommen zu lassen und vielleicht auch die Antwort auf die Frage:
Wieso heißt die Zeitschrift Seitenblicke? Gab es da rechtlich keine
Probleme wegen der ORF Sendung, da sie ja privat finanziert wird
und nichts mit der Sendung selbst zu tun hat?

Ich danke Ihnen vielmals für Ihre Hilfe!

Mit freundlichen Grüßen

Melanie Wallner