

Gute Unterhaltung für ein breites Publikum : zur "Rose d'Or" 1971 in Montreux

Autor(en): **Wyrsch, Beat**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Zoom : illustrierte Halbmonatsschrift für Film, Radio und Fernsehen**

Band (Jahr): **23 (1971)**

Heft 11

PDF erstellt am: **08.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-962102>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Gute Unterhaltung für ein breites Publikum

Zur «Rose d'Or» 1971 in Montreux

Die kleinkarierte Fernsehunterhaltung im Stile der schweizerisch-deutschen Koproduktion «Professor Sound und die Pille» hat beim Fernsehpublikum nichts mehr zu bestellen. Das wurde am diesjährigen Wettbewerb um die Goldene Rose in Montreux augenfällig. Das Unterhaltungsstück, von der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) offiziell an den Wettbewerb entsandt, fiel kläglich durch. Dafür wurde der österreichische Beitrag «Lodynskis Flohmarkt Company» gleich mit drei Preisen bedacht. Zunächst wurde ihm die Goldene Rose und der Spezialpreis der Stadt Montreux für das lustigste Werk zugesprochen, und schliesslich durften die Österreicher auch noch den Preis der Presseleute nach Hause tragen. Sowohl unsere östlichen Nachbarn wie auch die britischen Fernsehleute, die mit «Monthy Python's Flying Circus» die silberne Trophäe erlangten, brauchten neue elektronische Techniken raffiniert und mit leichter Hand und wiesen damit der Fernsehunterhaltung neue Wege. Fernsehunterhaltung war auch das Thema eines Kolloquiums, an dem der britische TV-Unterhaltungspionier Michael Mills über seine Erfahrungen bei BBC sprach.

Reine Unterhaltung wieder gefragt

«Make them laugh» nannten die BBC-Leute denn auch ihr Gespräch in diesem Zusammenhang, wo sie versuchten, den Kontinentleuten klarzumachen, worin der Erfolg ihrer Unterhaltungssendungen besteht. Michael Mills zeigte den schwierigen Weg von der Musichall-Tradition bis zur heutigen Fernsehunterhaltung britischen Zuschnitts auf und leitete daraus einige Grundforderungen ab. Voraussetzung sei ein guter Star, der die Szene beherrscht, etwas von Situationskomik versteht und seine Gags auch an den Mann bringen kann; kurz, beste Musichall-Manier muss dem Mann vor der Kamera zur Verfügung stehen. Des weiteren habe jede Programmabteilung die beschwerliche Pflicht, sich ihre Autoren selber heranzubilden. In England kämen die meisten vom Theater oder vom Radio. 20 Jahre habe man benötigt, um ein gewisses Niveau zu erreichen, und viele Rückschläge in Kauf nehmen müssen. Ein Autor sollte auch einmal ein schlechtes Skript machen dürfen, ohne gleich den Laufpass zu bekommen.

Mills: «Nur Gott hat das Recht, Gelächter einzublenden»

Als dritten Punkt nannte Mills die Produktion vor Zuschauern, gewissermassen als Test und als natürliche Lachkulisse. Das verlange natürlich eine spezielle Aufnahmetechnik (viele Totalaufnahmen) und extra eingerichtete Studios mit Zuschauerrampen, die möglichst nahe ans Spielgeschehen reichen müssen. Hier

setzte harte Kritik von seiten der deutschen und österreichischen Fernsehleute ein. Barry Took, ebenfalls BBC London, kam Mills zu Hilfe. Das Aufzeichnen einer Sendung vor Publikum, ohne jedoch das Publikum ins Bild einzubeziehen, ist in der angelsächsischen Unterhaltung ein entscheidender Faktor. Took wies darauf hin, dass fast alle Stars im Theater gross geworden seien und auf Grund der spontanen Publikumsreaktion über sich hinauszuwachsen verstünden. Zudem fühlten sich Fernsehzuschauer zu Hause beim Ausbleiben der erwarteten Lachsalven hinters Licht geführt. Ein nachträgliches Einblenden ab Lachplatten jedoch hält man in England für unstatthaft. Ein weiterer sehr entscheidender Punkt betreffe die Sendart. Mit einer Sendung könne man sich noch keinen Erfolg erhoffen, erst die Sendefolge gehe ins Gedächtnis der Zuschauer und lasse ihn auch Misserfolge in Kauf nehmen. Dies wiederum erlaube den Fernsehleuten, die einzelne Sendung nicht über eine halbe Stunde auszudehnen. Der Fernsehzuschauer vermag nicht länger als 30 Minuten eine intensive, vor allem auf Situationskomik abzielende Unterhaltung aufzunehmen.

Mediengerechte Unterhaltung

Seit jeher wird die angelsächsische TV-Unterhaltung als eine der besten bewundert. Dort bildete sich eine Art lebendige Wechselbeziehung zwischen Musichall, Theater und Fernsehen heraus. Die Ausgangsbasis für unsere Fernsehleute ist dagegen eine ganz andere. Deutschland etwa kann sich im Grunde genommen auf keine Tradition stützen. Es ist deshalb nicht verwunderlich, wenn gerade die deutschen Anstalten versuchen, mit Hilfe fernsehspezifischer Mittel eine ganz neue Art von Unterhaltung aufzuziehen. In der Schweiz gäbe allenfalls das Kabarett einen gewissen Traditionshintergrund ab. Von den einst sehr erfolgreichen Bunten Abenden des Schweizer Radios führt jedenfalls kein Weg zu einer ähnlichen Erfolgsserie beim Fernsehen. Eine Wechselbeziehung zwischen den Medien kann bei uns nur sehr beschränkt stattfinden. Und trotzdem muss man gerade in den britischen Programmen feststellen, dass immer mehr gefilmte Sequenzen dem Studiopublikum eingespielt werden und eigentlich immer weniger «Theater» stattfindet. Mit anderen Worten. Das spezifisch Theatermässige muss immer mehr einer fernsehgemässeren Form weichen. Straft also die Praxis die BBC-Leute Lügen? Eine diesbezügliche Frage wurde ihnen auch in Montreux gestellt. Die Antwort kam zögernd. Es muss dies wohl als eine gewisse Ablöseerscheinung gesehen werden. Trotzdem kann diese Art von britischer Fernsehunterhaltung nicht einfach negiert werden. Dort lacht das Publikum wirklich (wobei der völlig andersgeartete «sense of humour» der Briten in Betracht gezogen werden muss). Dabei gibt es natürlich auch bei der BBC Unterhaltungssendungen, die sich kaum auf diese Tradition stützen und sich von ausschliesslich televisionären Überlegungen leiten lassen wie das BBC-Programm «Monthy Python's

Flying Circus», das an der diesjährigen «Goldenen Rose» in Montreux ausgezeichnet wurde.

Hier geht es um die Massenunterhaltung
Wesentlich bei dieser Betrachtung jedoch ist der Umstand, dass es bei den britischen Bemühungen durchwegs um Unterhaltungssendungen für das breite Fernsehpublikum geht und nicht um elitäre Minderheitenprogramme, als die man vergleichsweise die deutschen Sendungen ansehen muss. Sieht man nämlich in deutschen Landen von den Quiz- und Spielsendungen («Wünsch dir was», «Kullis Quiz usw.») ab, so sind es nur noch die intellektuellen Spielereien eines Bob Rooyens, die zählen. Die Sorgfalt, mit der die Engländer die grosse Unterhaltung pflegen und sich um deren Weitergedeihen bemühen, sollte gerade in unseren Breitengraden viel höher eingeschätzt werden. Fragen deutscher Fachleute in Montreux, warum keine gesellschaftskritische Unterhaltung geboten würde, zeigt, wie elitär man in Sachen Unterhaltung denkt. Solche neue Ansätze müssen sicher ausprobiert werden. Doch sollte man einsehen, dass man mit ebenso grosser Sorgfalt sich der Massenunterhaltung annehmen muss, um hier ein gewisses Niveau zu erreichen. «Glauben Sie nicht, dass uns bei unseren Programmen alles gefällt. Aber das grosse Publikum hat auch ein Recht auf Unterhaltung, und hier wollen wir etwas zu erreichen suchen», schloss Mills seine Ausführungen in Montreux. Gerade im Hinblick auf das kommende Kassettenfernsehen dürfte dieser Gedanke noch an Bedeutung gewinnen.
Beat Wyrsch

Lodynski – dessen Flohmarkt Company die «Goldene Rose von Montreux» gewann

