

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 42 (1990)
Heft: 19

Rubrik: Medien

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Nonne als Werberahmenprogramm

Zur ZDF-Serie «Wie gut, dass es Maria gibt»

PETER KURATH

Nun kommt sie also auf Touren, die «geistliche» Welle in den deutschen Fernsehprogrammen von ARD und ZDF! Nachdem die deutschen Fernsehmacher im Herbst 1985 mit Staunen erlebt hatten, wie die Figur des Paters Ralph de Bricassard der amerikanischen Miniserie «Die Dornenvögel» die halbe Nation in ihren Bann zog, war es nur noch eine Frage der Zeit, bis neben Kommissaren, Ärzten, Förstern, Fabrikanten, Hoteliers, Reportern und anderen auch Pfarrer in die Schlacht um die Zuschauergunst geschickt werden sollten.

Vom evangelischen Gemeindepfarrer...

Den Reigen eröffnete im letzten Quartal des Jahres 1988 die ARD mit der 13teiligen Serie «Oh Gott, Herr Pfarrer» (ZOOM 2/89). Ein Jahr später zog das ZDF mit der ersten 13teiligen Staffel von «Mit Leib und Seele» (ZOOM 17/89) nach. Und nun, wieder ein Jahr später, startet das ZDF mit der Serie «Wie gut, dass es Maria gibt» – mit Thekla Carola Wied als Nonne.

Damit aber nicht genug: Vom 13. Oktober 1990 an wird Günter Strack als Pfarrer Dr. Dr. Adam Kempfert in einer zweiten Staf-

fel mit dreizehn weiteren Folgen von «Mit Leib und Seele» vom ZDF auf den Bildschirm geschickt. Und auch die ARD wartet schon bald an dreizehn Abenden mit einem acht Millionen teuren Nachfolgeprojekt zu «Oh Gott, Herr Pfarrer» auf. Mit Irene Clarin heisst es dann: «Grüss Gott, Frau Pfarrer.»

... zur katholischen Ordensschwester

Für «Schwester Maria», die Protagonistin in «Wie gut, dass es Maria gibt», warb das ZDF schon vor mehr als einem Jahr in einem Hochglanzprospekt.

Darin stand unter anderem zu lesen: «Schwester Maria, genannt Doktor Nonne, weil promovierte Naturwissenschaftlerin, ehemals Lehrerin in Rom, grossstadterfahren, rasante Autofahrerin, exzellente Köchin (Spezialität: Italiens Küche), des Tischtennis-, Skat- und Fussballspiele mächtig, weniger begabt beim Fensterputzen, Stickern, Nähen und Ähnlichem ...»

Mit dieser Öffentlichkeitskampagne wollte das ZDF nicht etwa für den Beruf der Ordensschwester Reklame machen. Nein, sie war für die Wirtschaft gedacht. Genauer: Es sollten Werbekunden angelockt werden, indem ihnen ein attraktives Werberahmenprogramm am Vorabend in Aussicht gestellt wurde. «Schwester Maria» musste also zunächst einmal als Werbekundenfängerin herhalten.



(Einschalt-)Quotenfrau im Vorabendprogramm

Und nun geht es darum, mit «Schwester Maria» das Publikum für die Werbung ans Fernsehen zu binden. Denn: Je höher die Einschaltquoten, desto attraktiver die Werbung – und Werbung bringt Geld in die ZDF-Fernsehkassen! Bei der Rechnung mit der Nonne geht es in Wirklichkeit (wieder einmal) vor allem um das «liebe» Geld. Zur Taktik gehört auch, dass das ZDF, wie mittlerweile üblich geworden, diese Vorabendserie mit einem eineinhalbstündigen Pilotfilm im Abendprogramm startete. Niemand soll verpassen, dass Thekla Carola Wied als TV-Nonne der Nation zum segens- und hilfreichen Mittelpunkt einer armen Berliner Gemeinde wird und in dieser Rolle verständlich zu Hochform aufläuft.

Unterbrochen wird das Spiel der eiskalt kalkulierenden Routiniers Otto Meissner (Produktion), Justus Pfaue (Buch), Robert Herzet (Regie) und Claus Beling (Redaktion) «nur» von einem Werbeblock. Das nennt man «Unterbrecherwerbung». Diese beim kommerziellen Fernsehen längst gängige Form der Werbung zu praktizieren, hat in-

zwischen das auch durch Gebühren finanzierte öffentlich-rechtliche Fernsehen jede Hemmung verloren. Waschpulver, Schokolade, Autos, Versicherungen, «Butter aus Holland» – was auch immer – will schliesslich an den Mann, die Frau und die Kinder gebracht werden, bevor es mit «Teil 2» einer Folge um 18.20 Uhr wieder in jenen Niederungen sozialer Alltagskonflikte weitergeht, denen sich «Schwester Maria» mit Mut und Pfiff entgegenstellt und die halt auf jenem Nährboden aus Herz, Schmerz, Nächstenliebe und sanfter Ironie gedeihen, der so attraktiv wirkt.

In einem fiktiven Brief, den das ZDF erst kürzlich in einer (neuen) Hochglanzbroschüre veröffentlicht hat, schreibt «uns» die erfundene TV-Nonne, worum es in der Serie geht. «Ich bin nämlich nicht nur für religiöse Belange zuständig», heisst es da. Und: «Nein, die Probleme in meiner kleinen Berliner Gemeinde verlangen oft einen schnellen Kopf, ein grosses Herz und eine sichere Hand. Als eine Nonne für alle Fälle, für zerrüttete Ehen und Bilanzen, gestrauchelte Existzenzen, kaputte Kirchglocken und ausgeflippte Pilger, um nur einiges zu verraten, habe ich es oft nicht leicht, meine eigentlichen seelsorgerischen Pflichten zu erfüllen.»

Wirklich, der «Nonne Doktor» bleibt da gar keine andere Wahl, als nach dem Willen der TV-Gewaltigen zur «Mordschwester» zu avancieren. ■■■

Wie gut, dass es Maria gibt

13teilige Serie des Zweiten Deutschen Fernsehens (1990); Buch: Justus Pfaue; Regie: Rob Herzet; Produktion: Otto Meissner.

1. Folge: Donnerstag, 27. September, 17.45 Uhr, ZDF. Die weiteren Folgen jeweils am Donnerstag um 17.45 Uhr.

KURZ NOTIERT**Zwanzig Jahre Kellerkino Bern**

Am 3. November 1990 feiert das Berner Kellerkino sein zwanzigjähriges Jubiläum. Aus diesem Anlass zeigt das Kino im Monat Oktober Filme von Theo Angelopoulos mit einer Einführung des Filmkritikers Walter Ruggle (am 9. Oktober, 20.00 Uhr). Am 3. und 4. November wird das Publikum mit Pralinés der Kellerkino-Frauen und einem Gratisprogramm überrascht. Bereits angekündigt ist ein Filmzyklus zum Thema AIDS im Monat Dezember.

Internationale Freiburger Tage des Ökologischen Films

ök. Zum siebtenmal finden vom 1.–4. November 1990 in Freiburg i. Br. die Internationalen Tage des Ökologischen Films statt, eines der wichtigen internationalen Ereignisse im Bereich Ökologie und Medien. Auf dem Festival wird ein internationales Film- und Videoprogramm zu ökologischen Themen gezeigt. Neben dieser aktuellen Filmschau gibt es auf der «Ökomedia '90» in diesem Jahr die Schwerpunkte «Ökologie in Ost und West – Umwelt in und aus deutsch-deutscher Sicht» und «Natur- und Umweltfilm für und mit Kindern».

Eine international besetzte Jury wird mindestens sechs Preise vergeben, darunter den Förderpreis der Stadt Freiburg und einen Sonderpreis des Bundes-Umweltministeriums. Informationen: Ökomedia Institut, Münchhofstr. 12a, D-7800 Freiburg, Tel. 0049761/309 39.

Über die Schwierigkeit, zu Wort zu kommen

«Doppelpunkt» von Radio DRS in Gefahr?

LOTHAR
RAMSTEDT

«Doppelpunkt» ist einer der letzten grossflächigen Wortsendungen von Radio DRS und betreibt «Zeichensetzung» aus der Gegenwart (beispielsweise zum Stichwort Ozon) und Aufarbeitung historischer Altlasten (beispielsweise zum Thema «Schweiz im Zweiten Weltkrieg»). Sie analysiert den Zeitgeist, ortet die politische Grosswetterlage und Konflikte des veröffentlichten und nicht öffentlichen Lebens und versucht, das schwindende soziale Bewusstsein zu erreichen.

«Doppelpunkt» dauert 90 Minuten, wird sonntags ab zwanzig Uhr auf DRS 1 ausgestrahlt und zehn Tage später, mittwochs ab zehn Uhr auf DRS 2 wiederholt. Soweit so gut – bis zum Jahresende, dann werden die Radioaktivitäten von «Doppelpunkt» 1991 auf die Schwund-Stufe gesetzt. Obwohl unsere Gesellschaft mit wachsender Immunschwäche zu kämpfen hat, ist es nicht mehr chic, kritisch zu sein: Vieles geht drunter und drüber, das meiste drunter. Doch Steuerungsschwächen, Vollzugskrisen und Defekte in Staat, Politik, Wirtschaft, Kultur und Individual-Leben bieten Stoff in Hülle und Fülle. Unerhörtes und Un-

hörbares hörbar zu machen ist somit die Aufgabe von «Doppelpunkt», in einer Medienzivilisation, wo der Rezipient «über-benachrichtigt, aber unter-informiert» wird.

Gegen Informations-Abstumpfung will «Doppelpunkt» den Kopf des Hörers für das Dringliche freihalten, vielleicht das Gewissen erreichen. Gefahrenwitterung ist mehr als Information. Publizistisches Ziel ist es, verstreute Wahrnehmungsfelder zu bündeln und sie übersichtlich zu machen. So entsteht in den Köpfen eine neue, nicht am Faktischen klebende Sicht der Dinge, die Gegenwart korrigieren und in die Zukunft weisen kann.

Bierseliges Radio DRS

In der Schweizer Medienlandschaft stellt diese Sendung eine Ausnahme dar. Sie ist ein schwaches Überbleibsel jener Risikosendungen mit Publikumsbeteiligung, die nach dem Strukturplan 1984 aus dem Programm gestrichen wurden: «Gruppenbild mit Echo», «Forum», «Gegensätze» und «Passepartout». Doch heute ist «Wortlastigkeit» ein Schimpfwort der Medien-Hierarchen und zum Gespenst im Hause SRG geworden. Denn die kommerzielle Konkurrenz bietet schon am Morgen lockere Feier-

abendstimmung auf ihren Programmen an. Die SRG antwortet spätestens seit 1984 damit, indem sie das unsichere Parkett intelligenter Rede mit wortfreien Musikbegleitprogrammen zu deckt.

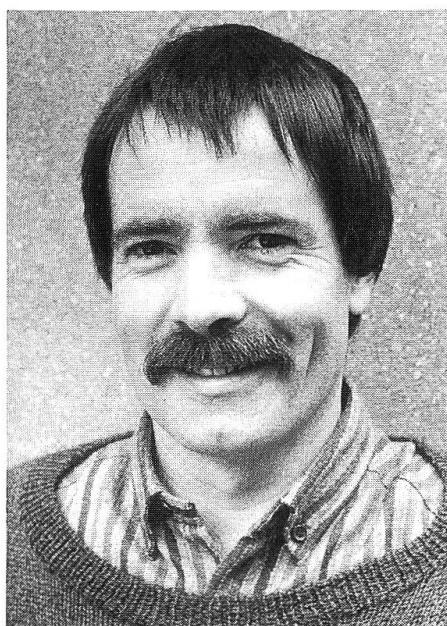
Heinrich Hitz, verantwortlicher Redaktor von «Doppelpunkt» meint dazu: «Meiner Ansicht nach wird das Programm DRS 1 im nächsten Jahr so etwas wie ein Bierzelt und wir sind einer der Tische, die sich weigern, mitzuschunkeln. Dabei ist die Bierseligkeit des Radios am Sonntagabend im «Fernsehschatten» längst vorbei: Unterhaltungsbedürftige suchen ihren Kurt Felix auf zwanzig Satellitenkanälen, aber greifen bestimmt nicht auf Radio DRS 1 zurück. Unsere Arbeit misst man an dem, was Roger Schawinski macht aber nicht an dem, was er nicht kann und wir besser können. Damit vernachlässigt die SRG ihre eigene Stärke.»

Eine Meinungsumfrage von 1986 bei 2500 Hörern hat ergeben, dass «Doppelpunkt» gut aufgenommen wird: Über 80 Prozent der Hörer sind mit der Sendlänge zufrieden; eine Minderheit meinte, die Sendung sei zu kurz; nur drei Prozent fanden sie zu lang.

Doch die SRG-Chefs haben offenbar andere Effizienzerwartungen ans Radio als Kommunikator und Rezipient: Ab 1. Januar 1991 wird von oben ein neuer Strukturplan vorgelegt, der auch Konsequenzen für «Doppelpunkt» mit sich zieht. Die Sendung wird von 90 Minuten auf 55 Minuten gekürzt und in ein ungünstiges Programm-

Umfeld gestellt. Wessen Fassungsvermögen entscheidet, dass man nicht länger als 55 Minuten zuhören kann?

Nicht nur die Hörer werden zu den leidtragenden zählen, es werden auch massiv Stellen abgebaut. Das Niveau wird sinken und das Restpersonal überlastet sein. Heinrich Hitz: «Die Radiomitarbeiter sind überfordert mit Sparübungen und der Reorganisation der Programmstruktur, beides wird gleichzeitig durchgepeitscht».



«Doppelpunkt» – Hitz: Setzt ein Gegengewicht zur Boulevardisierung von Radio DRS 1.

Der Personalverband der SRG-Mitarbeiter verlangte von der Generaldirektion, eine externe Untersuchungskommission über die Finanzlage der SRG einzusetzen. Heinrich Hitz: «Als Radiojournalist in der SRG hat man das Gefühl, trotz des nachhaltigen Wirkens von Radiodirektor Andreas Blum, bei der Generaldirektion keinen Anwalt für die Anliegen des Mediums Radio zu haben. Dort findet Medienarbeit nur noch fürs Fernsehen statt.»

Denn eigentlich können sich

die meisten Mitarbeiter die schlechte Finanzlage nicht erklären. So arbeitet die Redaktion «Doppelpunkt» vergleichsweise kostengünstig und braucht rund eine halbe Million Franken pro Jahr. Pro Sendung sind 10–15 Tage Produktionszeit nötig.

«Doppelpunkt» geht seit dem 13. April 1980 über den Äther. Der Strukturplan 1984 brachte neu die durchmoderierte Form des Autorenbeitrags und «Bumerang», die Hörer-Feedback-Sendung. Darin kann die Hörerschaft die Sendung bewerten, leider nur 15 Minuten. Meist monoton werden 18 bis 23 Hörerbriefe zitiert. Diese beeindrucken aber oft durch Kompetenz und Vielfalt und zeugen vom Bedürfnis und der Fähigkeit, Ideen, Fakten, Gefühle und Gedanken problemorientiert öffentlich zu machen. Doch «Bumerang» erhält keine zusätzlichen Mittel und ist eine Goodwill-Leistung des «Doppelpunkt»-Teams. Ist Hörerbeteiligung nur eine Geldfrage? Als Muster eines «herrschaftsfreien öffentlichen Diskurses» könnten Hörergruppen auch einmal eigene Beiträge zusammenstellen!

Wer Klartext spricht riskiert eine Beschwerde

Wer Zusammenhänge herstellt, muss werten, doch wenn Journalisten werten, riskieren sie ihren Arbeitsplatz. Die Zerstückelung von Nachrichten auf ihren Reizwert hin ersetzt die Zensur. Die raffinierteste Form der Meinungsgängelung geht übers Geld. Medienschaffende der SRG haben einen Brief von der Direktion erhalten, der im Hinblick auf die Abstimmung vom 22./23. September über den Energieartikel an die «redaktionelle Verantwortung» appelliert. Politiker liessen durchblicken, den Beschluss der Rundfunkgebührenerhöhung erst nach der

Abstimmung zu fassen, um das Wohlwollen der SRG-Journalisten abzuwarten.

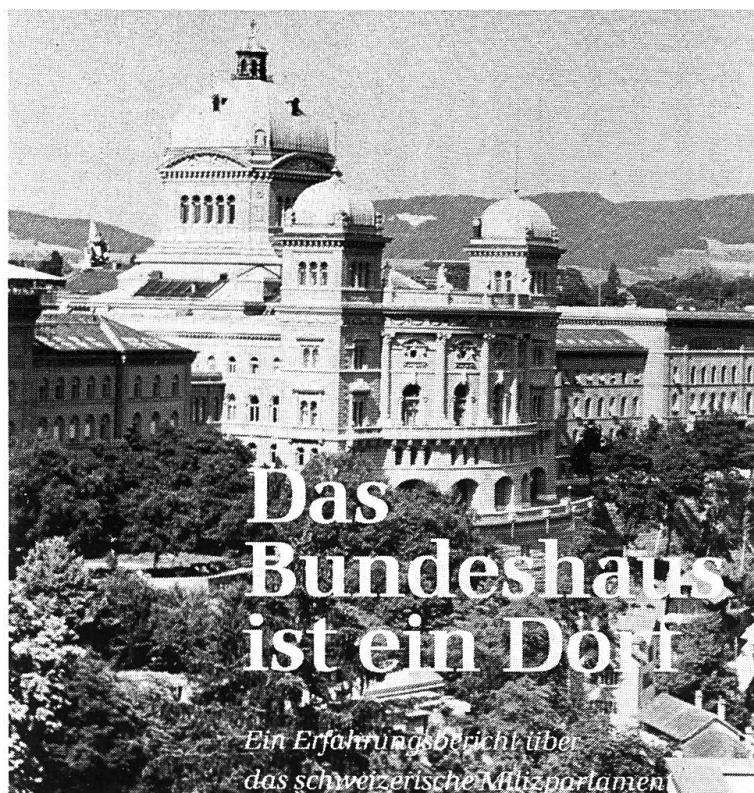
Disziplinierung erfolgt auch durch Konzessionsverletzungs-klagen. «Doppelpunkt» wurde bisher immer freigesprochen. Hitz dazu: «Jede Klage bedeutet Folgearbeiten, die umfangreicher als die Vorbereitung einer Sendung sind. Formuliere ich unverbindlich, merken nur diejenigen, was gemeint ist, die es ohnehin wissen; sage ich es klar und deutlich, riskiere ich zwei Wochen tote Arbeit». Für Gendarstellungen wäre eigentlich die Hörersendung «Bumerang» da.

Reizthemen sind: Flüchtlingsfragen, Asylpolitik, Befreiungstheologie, Agrarpolitik, Umweltpolitik und das Verhältnis der Schweiz zu Hitlerdeutschland.

Neben Berufsnörglern, die Medienschalte betreiben, findet «Doppelpunkt» ein vorwiegend positives Presse-Echo. Gegenstimmen sind vor allem das Aargauer Tagblatt, Badener Tagblatt, Freiämter Woche und die Schweizer Zeit. Sie erinnern «Doppelpunkt»-Journalisten an den «Integrations-Auftrag» des Landessenders und fürchten anwaltschaftlichen Journalismus. So schrieb beispielsweise das Aargauer Tagblatt 1986 über eine machtkritische Sendung, die vom Radiodirektor Blum abgesetzt wurde: «Sind die Gelder aus den Gebühren und Werbeeinnahmen des Fernsehens dazu da, in einer Agitationsreihe des Radios verbraucht zu werden?»

Fernsehen und Video fördern eine Gesellschaft, die auf der Flucht vor sich selbst ist. Man kann nur hoffen, dass «Doppelpunkt» nicht zu einer Dutzend-Talkshow verkommt und sich infantilen Harmoniebedürfnissen unterwirft. Sorge ums Ganze, sollte eine lebensbejahendes Element der Publizistik sein, keine Sterbehilfe für die Demokratie. ■■■

AZ
3000 Bern 1



Eine informative Broschüre zu einem wichtigen Thema, das vielen von uns zuwenig bekannt ist:

Dr. Hans Georg Lüchinger

Das Bundeshaus ist ein Dorf

Ein Erfahrungsbericht über das schweizerische Milizparlament

Aus persönlicher Erfahrung während rund 20 Jahren vermittelt alt Nationalrat Lüchinger ein realistisches Bild und eine praxisnahe Schilderung der Funktionsweise der Schweizerischen Bundesversammlung mit ihren zwei Kammern.

112 Seiten
mehrere Abbildungen und
graphische Darstellungen
broschiert
Fr. 19.50

Im Buchhandel erhältlich



Verlag Stämpfli & Cie AG Bern
Postfach, 3001 Bern