



VERBALER SCHLAGABTAUSCH BEI SABINE CHRISTIANSEN: Wolfgang Gerhardt (l.) und Joschka Fischer

Es geht in die nächste Runde

Die deutsche Talkshowlandschaft steht Kopf: Sabine Christiansen dankt ab, Günther Jauch übernimmt. Und das, wo die Presse gerade das Ende des Genres beschreibt. Talkshowformate im Wandel: wer sie macht, wer sie nutzt und wer sie wirklich braucht.

In den Monitoren der Kameras schwitzt unter der stehenden Hitze des Studios ein seltener Gast politischer Talkshows: Günter Verheugen. Der EU-Kommissar ist Gast der Sendung „Unter den Linden“, dem politischen Montagabend-Talk auf Deutschlands „Parlamentskanal“ Phoenix. Im Grunde sei das auch keine Talkshow, sondern „ein politisches Gespräch“, befindet der Moderator **Christoph Minhoff**. Vielleicht ist Verheugen ja deswegen Gast. Jeder Politiker wählt das Format, das zu ihm passt.

Auswahl gibt es reichlich: Nahezu jeder Sender im öffentlich-rechtlichen Programm wartet mit eigener Talkshow auf. Denn bei aller Kritik am Rededuell: Der Talk vermittelt Politik. Auch wenn sich die Ansätze beim Wie immer stärker unterscheiden.

Wo die Öffentlich-Rechtlichen das Format weiter ausdifferenzieren, haben

sich die Privaten weitestgehend zurückgezogen. Spartenkanäle wie N24 oder n-tv leisten sich noch talkende Runden – doch selten zur Prime-Time und selten mit hohen Einschaltquoten. Quotenqueen bleibt **Sabine Christiansen**. Seit 1998 versammelt sie jeden Sonntag Spitzenpolitiker zum verbalen Schlagabtausch. „Alles Palaver“, „Sendung mit der Maus“, „Queen Blabla“ – die ehemalige Moderatorin der Tagesthemen erntete oft Kritik. Ging es um schlechte Talkshows, ging es um sie. „Weil sie zu einem Synonym für Talkshows geworden ist“, erklärt Christiansen-Sprecher **Michael Ortmanns**.

Von der Talklady Nummer Eins zum TV-Liebling der Nation

Doch jetzt steigt Christiansen aus. Sie übergibt den Stab an **Günther Jauch**.

Ab Mitte 2007 wird er ihren Sendeplatz übernehmen. Von der Talklady Nummer Eins zum TV-Liebling der Nation. Der Wechsel ist eine Sensation. Keine Zeitung, die nicht mit Analysen, Vergleichen und Skandalen wegen des neuen „Privatmanns mit Spitzbubenflair“ im Öffentlich-Rechtlichen trumpt. Und die Meldungen überschlagen sich: **Wolfgang Klein**, Redaktionsleiter der Sendung, geht zur Konkurrenz, zu „Berlin Mitte“ – bereits im Januar. Dass es da einen Zusammenhang gibt, dementiert Ortmanns. Doch die Simultanität der Meldungen überrascht. Zumal die ARD den Wechsel von Jauch publiziert, obwohl es noch keine Verträge gibt. Ihr ökonomisches Kalkül in allen Ehren: Ganz überlegt scheint dies nicht.

Für Schlagzeilen sorgten Christiansen & Co. schon vor wenigen Wochen, als der „Spiegel“ an den sinkenden Einschalt-

Foto: NDR/TV2/IMarcel/Mettelsiefen

quoten eine Krise des ganzen Genres ablas. Die Große Koalition bringe mit ihrem Harmoniekurs den medialen Diskurs zum Erliegen. Verglichen aber mit den Spitzenquoten des Superwahljahrs 2005 relativiert sich der angestimmte Grabesgesang.

„Es ist eine Mode, auf Talkshows einzudreschen“, sagt **Frank Plasberg**, Moderator der Sendung „Hart aber fair“. Schenkt man den Kritikern Glauben, sind Talkshows schon seit Jahren passé. Bis heute aber haben sie sich gehalten – Krise hin oder her. Politiker können in den Sendeformaten ihre Botschaften platzieren. Und mehrere Millionen Zuschauer sind ihnen sicher. Was dann als Statement bei Christiansen, Plasberg oder Illner fällt, strukturiert den Dialog im Parlament. „Ersatzparlament“ hat **Wolfgang Thierse** die Talkshows genannt, Sabine Christiansen bestimme mehr die Agenda der Politik als der Bundestag, sagte **Friedrich Merz**. Und **Peer Steinbrück** forderte seine Kollegen gar auf, die Diskussionsrunden zu meiden.

Medienberater **Michael Spreng** zieht vor diesem Hintergrund ein Fazit für die aktuelle Situation: „Die Große Koalition hat die Agenda zurückerobert. Ich habe lange keine Zeit mehr erlebt, in der die Politiker dermaßen Herr ihrer eigenen Themen und Abläufe waren.“ Zum Bei-



SELTENER GAST: EU-Kommissar Günter Verheugen beim politischen Fernsehtalk „Unter den Linden“

Sache gebunden werden. Da wollen viele bewusst provozieren“, sagt Spreng. Doch die aktuelle politische Gemengelage lässt



„Es ist Mode, auf Talkshows einzudreschen“ **Frank Plasberg**

spiel bei der Gesundheitsreform: Den Fahrplan bestimme die Koalition. Diese, für Spreng positive, Entwicklung habe nur eine negative Folge: Die Talkshow veröde. „Es gibt keine Kontroversen, keine Spannungen mehr.“ Und ohne Streit gehe das entscheidende Spannungselement verloren.

Politiker versperren sich plötzlich der Politikvermittlung

Politische Talkshows sind Unterhaltungsformate. Einzig Regionalsender und Nachrichtenkanäle leisten sich den Diskurs im Bereich „Information“. Sowohl Christiansen als auch Illner zählen seit jeher zur Sparte „Unterhaltung“. Und wo Unterhaltung drauf steht, soll auch Unterhaltung drin sein: „Wo es um Quote geht, soll ein politisch interessiertes Publikum möglichst zahlreich an eine

Provokationen zerschellen. Die Großkoalitionäre geben sich zwangssolidarisch.

Politik wird harmonischer. Und nicht nur das: Sie zieht sich aus der Öffentlichkeit zurück. „Es gehört zum Regierungsstil von **Angela Merkel**, nichts nach draußen dringen zu lassen“, sagt **Jörg-Uwe Nieland**, Wissenschaftler der Forschungsgruppe Regieren. Michael Ortmanns stimmt zu, dass sich „bestimmte Protagonisten aus der ersten Reihe der Politikvermittlung versperren“. Zudem seien Schlüsselpositionen im Kabinett oft so besetzt, dass sie nicht in Talkshowformaten brillieren. Kein rüpelnder **Joschka Fischer**, kein eifernder **Wolfgang Clement** mehr. Die Konsequenz der personellen Misere: Die Shows laden andere Gäste ein. Wissenschaftler, Sportler, VIPs sollen wieder Zunder in die Runde bringen. „Politiker hören automatisch anders hin und müssen anderes antworten, wenn sie

Die Marktführer

Sabine Christiansen



80%
Politikeranteil

Moderatorin: Sabine Christiansen
Sender/Produzent: ARD/TV 21
Redaktionsleiter: Wolfgang Klein
Erstsendung: 4. Januar 1998
Zuschauer (ø): 4,36 Mio.
Nicht hart, dafür erfolgreich: das Topformat mit den meisten Stars und der höchsten Quote. Mitte 2007 ist Schluss. Christiansen geht ins Ausland. Ihre Produktionsfirma bleibt.

65%
Politikeranteil

Berlin Mitte



Moderatorin: Maybritt Illner
Sender/Produzent: ZDF
Redaktionsleiter: Klemens Mosmann
Erstsendung: 14. Oktober 1999
Zuschauer (ø): 2,6 Mio.

Berlin Mitte lebt von Maybritt Illner: charmant, schlagfertig – und preisgekrönt. Um die Runde weiter aufzulockern, bedient sich der Talk immer öfter kleiner Einspielfilme.

Hart aber fair



70%
Politikeranteil

Moderator: Frank Plasberg
Sender/Produzent: WDR/Ansager & Schnipselmann
Redaktionsleiter: Stefan Wirtz
Erstsendung: 31. Januar 2001
Zuschauer (ø): 1,3 Mio.

Zwischen Talk und Magazin: Plasberg konfrontiert Politiker mit Wirklichkeit – aufbereitet von der Redaktion. Sehr interaktiv – und immer live.

Fotos: Peer Schröder/hardcopy-press.de; WDR/Gärgen; ARD/Jim Rakete; ZDF/Pletschmann; WDR/Brill

Journalist Hajo Schumacher sagt, warum Talkshows wichtig sind. Bundestagsvizepräsident Wolfgang Thierse, warum man auch ohne sie ganz gut durchs Leben kommt.

Glotze bildet



Wenn Plasberg polarisiert, wenn Christiansen die Hilflosigkeit von George Bush herausfragt, wenn di Lorenzo die Arglosigkeits-Falle aufstellt, wenn Illner sich charmantzäh in den Gast verbeißt oder Strunz einfach nicht locker lässt, dann weiß der Zuschauer: Hier wird erstklassig getalkt. Der Gast ist gut, der Moderator in Form, das

Thema stimmt. Gelungene Talks gehören zu den Sternstunden des Fernsehens, zu Festen der Demokratie. Kein anderes Format kann dem Volk seine Vertreter näherbringen.

Warum sind politische Talkshows dann häufig so langweilig? Warum sitzen fünf alte Männer im Kreis, reden durcheinander und einigen sich am Ende darauf, dass es jetzt endlich eine Steuerreform geben müsse?

Das Problem ist der Zuschauer. Der belohnt Runden, in denen altbekannte Thesen-Senioren noch ältere Sprüche klopfen. Schwarzer, Späth, Geissler, das sind Quoten-Garanten. Weil sie bereitwillig erzählen, was man schon weiß. Sie erzeugen dieses heimelige Genauso-isses-Gefühl. Sie sorgen dafür, dass jede Runde frei bleibt von Überraschungen, von Außergewöhnlichem, von neuen Erkenntnissen, eben dem, was Talk ausmacht.

Neue Gäste haben wenig Chancen, mögen sie noch so gut sein. Hier schnappt die Talkfalle zu. Denn Bestehendes wird zementiert. Neue Gäste, neue Formate werden nicht mit unmittelbarem Quotenerfolg belohnt, sondern brauchen Anlauf. Profis wissen: Mit Beharrlichkeit kann man sich den Zuschauer erziehen. Das haben fast alle großen Talk-Formate bewiesen. TV-Bildungsbürger Günther Jauch als Christiansen-Nachfolger passt da bestens ins Bild. Fehlender Mut zur Erziehung, das ist nicht nur ein Pisa-Problem.

Hajo Schumacher



Besser lesen



Macht es überhaupt Sinn, Kritisches über politische Talkshows zu sagen? Ich fürchte nein. Solange sie die erwünschten Quoten bringen, prallt Kritik an ihnen ab, macht sich der Kritiker lächerlich. Wer möchte das schon. Und: Ich lehne politische Talkshows gar nicht völlig ab, nehme gar gelegentlich Einladungen an. Wer im Glashaushaus sitzt, soll schließlich nicht mit Steinen werfen.

Vor einiger Zeit hat das Feuilleton der „FAZ“ eine ganze Seite mit den Titeln der Talkshows eines Jahres gefüllt. Nach deren Lektüre müsste Deutschland sich in einem solch katastrophalen Zustand befinden, wie es schlimmer gar nicht vorstellbar ist. Dabei ist es in der wirklichen Welt fast überall dramatischer, elender, unsicherer als bei uns.

Die Fernsehkritikerin **Klaudia Brunst** schrieb einmal, politische Talkshows seien „redundant, simplifizierend, flüchtig und entpolitisiert“. Sie hat vermutlich recht. Man kann nämlich von diesen (nach den Nachrichten) meistgesehenen politischen Sendungen im deutschen Fernsehen Zeitvertreib erwarten – aber auch Information? Ihr Ziel ist Unterhaltung, das ist ganz und gar legitim. Und Politik wird in ihnen durchaus transportiert. Wie sollte ich das als Politiker kritisieren?

Aber es gilt eben: Die politische Talkshow ist der wohl augenfälligste Beleg dafür, dass Information und Unterhaltung nicht mehr klar unterscheidbar sind. Wen stört das schon. Dennoch halte ich fest: Der Zweck ist Unterhaltung, die sich des Gegenstands der Politik als Mittel bedient. Die Veranstaltung heißt schließlich gänzlich zurecht „Show“. Der witzige Kommentar, die flotte Bemerkung, der energischste Zwischenruf – das zählt, das ist die leichteste Weise der politischen Existenz.

In der wirklichen, alltäglichen Politik geht es grauer, mühseliger, langsamer, ernster und vor allem folgenreicher zu. Das eine ist die Show, das andere ist die Bundestagsdebatte mit abschließender Abstimmung, für die der Politiker vor seinen Wählern einzustehen hat. Demokratie ist langsam, muß langsam sein, wenn denn möglichst viele Interessen einbezogen werden sollen. Das Fernsehen ist schnell, die Show verlangt das Witzige, Flotte. Gegen das letztere ist nichts einzuwenden, wenn die Show nicht für Politik gehalten wird. Sie ist bestenfalls Darstellung von Politik um den Preis ihrer latenten Verfälschung, eben der Verwandlung von Information in Infotainment. Wenn man das weiß, kann man gelassen mit politischen Talkshows umgehen – und besser Zeitung lesen.

Wolfgang Thierse

nicht nur ‚unter sich‘ sind“, sagt **Klemens Mosmann**, Redaktionsleiter von „Berlin Mitte“. Mindestens zwei der fünf Stühle seien für „Nichtfunktionäre“ reserviert.

Es geht um Konfrontation mit dem Volk, Sprechblasen und Floskeln zu entkleiden – durch Gäste auf dem Podium, Umfragen im Publikum und immer öfter durch „Einspieler“. Kleine Filme bündeln die Meinung des Zuschauers, fangen Stimmungen ein oder konfrontieren Politiker mit früheren Aussagen. Sabine Christiansen leitet damit ihre Sendung ein, Maybrit Illner ergänzt mit ihnen die Diskussion. Der Pionier der kurzen Filme aber ist „Hart aber fair“ mit Frank Plasberg.

Die Sendung arbeitet von Anfang an mit diesem Stilelement. Um Themen „fühlbare“ zu machen, Modeworte zu erklären oder Argumentationen zu durchbrechen. Denn Politiker sind längst von Beratern auf Talkshows getrimmt.

„Zu 85 Prozent kann man mit gutem Handwerk eine Talkshow mitgestalten“, sagt Berater **Richard Schütze**. Mit Training und Coaching lassen sich persönlichen Marotten weitgehend in den Griff bekommen. So kratzt sich **Gerhard Schröder** immer dann an der Nase, wenn es besonders brenzlich werde. Solche Reflexe gelte es zu minimieren – ganz ausschalten könne man sie selten. Manchmal wirke das sogar sympathisch. Auch argumentativ stehen Berater den Politikern zur Seite. Westerwelle ist bekannt für seine rhetorischen Ausweichmanöver: „Interessante Frage, wir sollten aber vorab klären...“

Hinter den Kulissen

Zu jeder Talkshow gehört ein Produzent. Nicht immer ist das der Sender. Hinter den Kulissen regieren oft externe Firmen – gern auch für direkte Konkurrenten gleichzeitig. Platzhirsch ist Sabine Christiansens TV 21 mit Talkformaten für fünf Sender, darunter N24 und n-tv. Andere Moderatoren haben ebenfalls eigene Produktionsfirmen: Vincent TV (Sandra Maischberg), A&I (Johannes B. Kerner), Ansager & Schnipselmann (Frank Plasberg), I&U TV (Günther Jauch). Reine Talkshowspezialisten sind wenige. Viele produzieren auch Reportagen, Dokus, Magazine. Talk allein macht nicht satt.

Fotos: privat; Phoenix, N24, SWR/Pippriich

Spreng weiß, wie sich Politiker den Talkshows am besten offerieren: „Ein Politiker ist ein guter Talkshowgast, wenn er präzise auf den Punkt spricht.“ Ihm bleibt auch nichts anderes übrig. In einer Runde von fünf Personen erntet je-



„Der Journalismus kann nicht davon leben, dass er zwei Leute aufeinander hetzt und den Voyeurismus befriedigt“

Martin Priess

der einzelne eine Sprechzeit von wenigen Minuten, am Stück sind es mitunter nur Sekunden. Das ist die normale Fernsehaktung: Gerade Nachrichten verlangen kurze Statements der Politiker. In 30 Sekunden muss die These stehen. Für **Martin Priess** ist es genau dieses Zeitraster, das dem politischen Diskurs seine Tiefe raubt: „In 30 Sekunden können Politiker nichts anderes vermitteln, als vorgefertigte Parolen.“

Informieren, unterhalten und von alleine poltern

Priess ist für den Produzenten „Studio 52“ Redaktionsleiter des Phoenix-Talks „Unter den Linden“, dem „politischen Gespräch“, wie Christoph Minhoff es klassifiziert. In einer „diskursiven Gesprächsatmosphäre“ sollen Politiker ihre Argumente auf den Tisch legen. Immer nur zwei. Es ist der Konterpart zu dem Duell, das Streit provoziert, um Interesse zu wecken.

Das wissen Politiker zu schätzen, auch wenn sie im Vergleich zu Christiansen oder Illner mit Phoenix nur einen Bruchteil der Zuschauer (Wähler) erreichen. Hier geht es um Information statt Unterhaltung. „Der Journalismus kann nicht davon leben, dass er zwei Leute aufeinander hetzt und den Voyeurismus befriedigt“, sagt Priess. Wenn es von alleine poltert, ist das ein ungewollter Bonus. Ein Gast wie **Ludwig Stiegler** (SPD) zum Beispiel werde immer irgendwann politisch beleidigen. Und Stiegler ist nicht zuletzt deswegen ein gern gesehener Talkshowgast.

Die Spezialisten

Unter den Linden

90%
Politikeranteil



Moderatoren: Hartmann von der Tann (r.), Christoph Minhoff (l., im Wechsel)
Sender/Produzent: Phoenix/Studio 52
Redaktionsleiter: Martin Priess
Erstsendung: September 2001
Zuschauer (Ø): 170.000
Das politische Gespräch im Parlamentskanal: Ein Moderator bringt zwei Politiker in den Dialog. Ein Co-Moderator befragt das Publikum.

Was erlauben Strunz



90%
Politikeranteil

Moderator: Claus Strunz
Sender/Produzent: N24
Redaktionsleiter: Andrej Grabowski
Erstsendung: 22. März 2004
Zuschauer (Ø): 50.000
Der BamS-Chefeditor polarisiert in kleiner Runde.

Quergefragt



35%
Politikeranteil

Moderatoren: Anke Hlauschka, Christian Döring
Sender/Produzent: SWR/AVE
Redaktionsleiter: Jürgen Flettner
Erstsendung: Sommer 2002
Zuschauer (Ø): 500.000

Die Heimatshow: Quergefragt hat einen klaren Bezug zur Region. Doch auch Bundespolitiker sind zu Gast in der Runde.

Eine gute Figur machen

Praxistipps, mit denen jeder Politiker seinen Auftritt in einer Talkshow erfolgreich gestaltet:

Die Vorbereitung: das A und O

Analyse und Vorgespräch mit der Redaktion

Wie behandeln die Medien das Thema? Welchen Fragestil pflegt der Moderator? Wer sind die Gäste in der Talkrunde? Wo sitze ich (am besten neben dem Moderator)?

Definition der eigenen Position

Hauptbotschaft: Originelle Slogans und Schlagzeilen prägen („wordings“); Argumentationsstrategie entwickeln; prägnante Beispiele, plastische Vergleiche, lebendige Bilder vorbereiten; illustrierende Geschichten mitbringen; das Outfit mit dem Studio-Design abstimmen

Simulations-Training und Coaching

Sprache, Gestik, Mimik und Haltung schulen, aber authentisch bleiben (man ist öfter im Bild als man spricht)

Die Bewährung: Eine Talkshow hat – vergleichbar einem Eishockeyspiel – drei Drittel

Auftakt und Positionierung

Die vorbereitete Hauptbotschaft pointiert vortragen. Wichtig: die Applaus induzierende Schlussbemerkung („...denn uns geht es doch allen darum, dass unsere Kinder eine gute Ausbildung erhalten!“)

Profilierung

Mit Engagement die Diskussion mitgestalten; aus Schlammschlachten raushalten – Contenance und Souveränität bewahren; nicht den Moderator angreifen – aber um Fairness bitten; Fachbegriffe „übersetzen“, eigene Begriffe „besetzen“ und Bilder prägen; das Tempo variieren, sich nicht hetzen, konfrontieren und verhöhnen lassen; persönliche Anekdoten erzählen; nicht pauschal dementieren oder dramatisieren

Nachhaltig wirken

Als „Schlusswort“ rechtzeitig noch einmal die eigene Hauptbotschaft kernig präsentieren



Richard Schütze

ist Geschäftsführer, Medientrainer und Berater in der PR- und Politikberatungsagentur ipse Communication in Berlin www.ipse.de

Neben aller fachlichen Kompetenz: Die persönliche Note entscheidet. Wer neben der üblichen Parteilinie liegt, macht sich auch interessanter. Trainieren kann man dies aber nicht. So etwas muss man mitbringen. Redaktionen, so Schütze, seien schon gezielt an ihn herangetreten, ob er als Berater nicht jemanden kenne, der sich vor der Kamera gut positioniere. Allerdings: Dies betrifft eher Vertreter der Wirtschaft. Bei Köpfen der Politik bestimmt die Redaktion meist selbst, wer sich zu welchem Thema äußert.

Generalsekretäre zum Beispiel sind ideale Ansprechpartner für breite Themen. Dicht gefolgt von den Partei- und Fraktionsvorsitzenden. Detaillierte Fragen hingegen erörtern sie nicht, wie etwa die Kopfpauschale oder die Privatisierung der Bahn. FDP-Chef **Guido Westerwelle** ist da eine Ausnahme. Als pointierter Redner hat er sich themenübergreifend zum Stammgast in den Talkshows gemausert – doch heißt es jetzt in journalistischen Kreisen, er mache sich wieder rar. Auch, um anderen Parteimitgliedern zu mehr medialer Präsenz zu verhelfen.

Talkshows ebnen Parteikarrieren: Die mediale Präsenz des Politikers bietet Wählern eine Identifikationsfigur. Und auch parteiintern stärkt der Auftritt die Position. „Durch die Medien – speziell die politischen Talkshows – droht die

Parteiarbeit an Bedeutung zu verlieren“, sagt Politikwissenschaftler Nieland. **Jost Stollmann** oder **Karl Lauterbach** seien als Quereinsteiger von Null auf 100 gestartet – auch aufgrund ihrer in den Fernsehdiskussionen erworbenen Prominenz. Und der Thüringische Ministerpräsident **Dieter Althaus** wäre ohne Talkshows nicht denkbar, sagt Spreng. Weder die Bedeutung seines Bundeslandes, noch seine Rolle in der CDU rechtfertige seinen medialen Aufstieg. Die Parteien platzieren gezielt ihr Personal – sofern es eben geht.

Parteien lobbyieren für mehr Präsenz

Die Anfrage der Redaktion nach einem Gast läuft entweder direkt über die Büroleiter oder über die Pressestelle der Partei. Wichtig für die Zusage zur Show: Ist die Augenhöhe der Befragten gewahrt? Staatssekretär mit Minister: eine

unliebsame Kombination. Parteiinterne Querelen oder persönliche Animositäten: ein klares K.O.-Kriterium. Wenn der Termin nicht passt oder der Gast sich sträubt, bieten Pressestellen Alternativen. Den einmal gewonnenen Platz gibt keiner gern wieder her.

Hilfreich für die Gästerauswahl ist ein gut funktionierendes Netzwerk, weiß Michael Ortmanns. Der ehemalige Sprecher der Grünen in NRW hat einfach einen direkteren Draht. Das gleiche gilt für seine Kollegin, die von der FDP zu Christiansen wechselte, sowie einen Redakteur, der aus der Unionsfraktion kam.

Der direkte Draht läuft auch andersherum: Parteien lobbyieren für mehr Präsenz. So habe es gerade in den Anfangszeiten der Großen Koalition einen Wettbewerb unter der Opposition gegeben, wer wie oft präsent war und sein darf. Saß jemand von der FDP bei Christiansen, bekam Ortmanns nach der Sendung gleich zehn Kurzmitteilungen via SMS: „Schon wieder ein Liberaler, was



„ Durch die Medien – speziell Talkshows – droht die Parteiarbeit an Bedeutung zu verlieren “

Jörg-Uwe Nieland

macht ihr da bloß.“ Saß aber **Fritz Kuhn** in der Runde, gingen die Texte an seine Kollegin mit FDP-Kontakt.

„Sabine Christiansen“ lädt Gäste nicht ein, sondern aus, heißt es. Die Topquote und der eher seichte Talk lockte schon Gäste wie **George W. Bush** oder **Tony Blair** auf den Stuhl. Ein Format wie „Hart aber fair“ ist für Politiker dagegen eine Herausforderung. Der hohe Anteil der Einspielfilme und die Beteiligung des Publikums machen die Sendung unberechenbar. Und wie der Name schon sagt: Es geht hier etwas härter zu. „Die Politiker kommen zwar gerne“, sagt Plasberg, „weil sie wissen, dass wer gut ist, noch besser überkommt, wenn man ihn fordert.“ Die Absichtsbekundung sei aber etwas anderes als der tatsächliche Besuch. „Hart aber fair“ sage man nun einmal leichter ab – „es ist eben nicht das Erste“.

Dennoch: Plasberg (lange vor Jauch als Nachfolger Christiansens gehandelt)

Fotos: privat

fühlt sich wohl bei den Dritten, seine Sendung versteht er als bundesweit relevant. Der Besuch der Regierungsvertreter aus Berlin gibt ihm Recht. Und „Hart aber Fair“ hat mit einem zweiten Studio seit 2003 auch ein Standbein in der Hauptstadt – der kürzeren Wege halber. Doch auch jenseits von Berlin sind Talkshows relevant, gerade in den Regionen. Die zahlreichen Regionalformate beim Fernsehtalk bieten Landespolitikern ein Forum, das ihnen Nachrichten verwehren.

Politiker werden über die Personality-Show salonfähig

Das Angebot auf dem deutschen Talkshowmarkt ist ausdifferenziert. Auch große Unterhaltungsformate haben sich dem Thema angeschlossen. Kerner, Beckmann und Maischberger präsentieren den „Politiker als Person“. Da kommt **Edmund Stoiber** mit seiner Frau „Muschi“, **Helmut Kohl** erzählt aus seinem Leben, und statt Information geht es mehr um die Emotion der Politik. Dieses Format, sagt Nieland, ist für viele ein Einstiegstor: „**Gregor Gysi** und **Oskar Lafontaine** haben über diese Shows einen Re-Entry in die Politik bekommen. Sie haben sich als Person wieder ins Gedächtnis gerufen.“ Gerade Lafontaine hat nach den Querelen mit der SPD seine Chance auf einen Stuhl bei den Talks minimiert. **Wenn Lafontaine kommt, geht jeder Sozialdemokrat. Hier hilft nur Trumpfen durch die Personality.**

Nicht jedem Politiker aber liegt das. So zählt der ehemalige Ministerpräsi-

schätzt. Zudem habe Teufel einfach kein Showtalent, was sich in den wenigen Fällen bestätigte, wo er doch eine TV-Runde betrat. Argumentativ war er stark – für leichte Unterhaltung aber zu spröde.

Der Trend geht wieder zu einer deutlichen Trennung

Auch Personalityshows haben sich verändert. Wo es in den 90ern um das Skandalträchtige der Person ging, ist das Private heute längst Teil des Geschäfts und aus immer mehr Talkrunden nicht mehr wegzudenken. Michael Spreng findet daher den Wechsel Jauchs in die ARD nur konsequent: „Sein Wechsel markiert die immer größere Austauschbarkeit von Show und Politik, von Unterhaltung und Ernsthaftigkeit, von Oberfläche und Hintergrund.“

Doch die viel propagierte Amerikanisierung und Personalisierung der Politik hat sich im Talk schon leicht abgenutzt. „Der Zuschauer goutiert eine deutliche Trennung zwischen Information und Unterhaltung“, sagt Jörg-Uwe Nieland. Die öffentlich-rechtlichen Sender hätten es geschafft, die Trennung zwischen politischem Talk und Personality-Show wieder herzustellen. Anders die Privaten: Der „Talk der Woche“ mit **Bettina Rust** (neu gestartet und groß angekündigt als Sat1-Nachfolgerin von **Erich Böhmes** „Talk im Turm“) scheiterte kolossal mit bunter Mischung statt klarem Konzept.

Manchmal ist es besser, sich zu reduzieren. Und am besten, sagt Michael Spreng, gefalle ihm ohnehin das Zwiegespräch. **Gero von Böhm** und **Günter Gauf** hätten in ihren Gesprächen noch etwas Neues generiert. „Sie können über das Zwiegespräch mehr herausbekommen als über die Scheininszenierung der Talkshows.“

Wenn sich die großen Runden in bekannten Floskeln ergehen, bekommen neue Formate eine Chance. „Hart aber fair“ hat das bewiesen – und gilt als Vorreiter einer neuen Klasse von Talkshows. „Wo es an Härte fehlt, kann eine Sendung wie ‚Hart aber fair‘ die Talkshowmüdigkeit überwinden“, sagt Nieland. Das Talkshowkarussell dreht sich weiter. Und die Politik fährt bereitwillig mit.

Mirjam Stegherr, Till Schröder

„ Jauchs Wechsel markiert die immer größere Austauschbarkeit von Show und Politik “ Michael Spreng

dent Baden-Württembergs **Erwin Teufel** zu den mit Abstand seltensten Gästen in Sesseln der Personality- oder Talkshowformate. Wie es aus CDU-Kreisen heißt, hat er bewusst die Sendungen gemieden und darauf beharrt, lieber Akten zu lesen und „etwas für’s Volk“ zu tun. Gemessen, so Teufel, werde er an seiner Bilanz, nicht an seinen Worten.

Das Image des bodenständigen Politikers hat die ländliche Bevölkerung ge-

Die Grenzgänger



Menschen bei Maischberger

Moderatorin: Sandra Maischberger
Sender/Produzent: ARD/Vincent TV/Pro
Redaktionsleiter: Theo Lange
Erstsendung: September 2003
Zuschauer (Ø): 1,5 Mio.

15%
Politikeranteil

In gesellschaftspolitischer Runde versucht die viel gelobte Journalistin Menschen miteinander in ein Gespräch zu verwickeln.

Johannes B. Kerner



3%
Politikeranteil

Moderator: Johannes B. Kerner
Sender/Produzent: ZDF/A&I
Redaktionsleiter: Markus Heidemanns
Erstsendung: Januar 1998
Zuschauer (Ø): 2 Mio.

Wer zu Kerner kommt, kommt als Person. Hier geht es nicht um die Sache. Der Gast soll sich wohlfühlen. Dafür arbeiten stolze 30 Redakteure. „Gut, dass wir drüber gesprochen haben.“

Presseclub



0%
Politikeranteil

Moderatoren: Fritz Pleitgen, Monika Piel, Peter Voß (im Wechsel)
Sender/Produzent: ARD/WDR
Redaktionsleiter: Michael Hirz
Erstsendung: Dezember 1987
Zuschauer (Ø): 1,4 Mio.

Politiker sind im Presseclub nur alle paar Jahre zu Gast; doch die Volksvertreter sind Dauerthema. Hier debattieren Journalisten.