

Eine effektive Partnerschaft

3sat rüstet sich für die digitale Bilderflut

Von Peter Voß

3 sat? Ach, da laufen doch nur Wiederholungen!« Dieses Lamento eines Medienkritikers hat mich überrascht. Drückt es doch ein Vorurteil aus, das es mit Blick auf 3sat offensichtlich auch bei Kennern der Branche leider immer noch gibt. Die Statistik belehrt uns eines Besseren: Fast jede vierte Sendeminute bei 3sat ist eine Erstausrstrahlung. Eigenproduzierte Formate wie »Kulturzeit«, »nano«, die »Bühler Begegnungen« oder »Bilderstreit« und weitere mehr gibt es exklusiv nur in 3sat. Das Partnerprogramm von vier Veranstaltern (ARD, ZDF, ORF, SFDRS) aus drei Ländern (Deutschland, Österreich und der Schweiz) kann sich mit seinem Anteil an Eigenproduktionen in jeder Hinsicht sehen lassen.

Die zitierte Behauptung ist noch aus einem weiteren Grund unangebracht: Mit einem sich zusehends verändernden Zuschauerverhalten, dem Verzicht auf »feste« Fernsehzeiten und Sehgewohnheiten, verändern sich auch die Anforderungen an die Programmgestaltung eines

»Vier für 3sat« – unter diesem Motto stand für die

ARD am 1.12.1993 der Start in die neue Partnerschaft

mit dem Satellitenprogramm, das bis dahin von ZDF,

ORF und SRG veranstaltet wurde. Nachdem die Minis-

terpräsidenten der Länder in einer Protokollnotiz

des Rundfunkstaatsvertrags ARD und ZDF zur Koope-

ration ihrer Kulturkanäle aufgefordert hatten, stellte

die ARD zum 30.11.1993 ihr eigenes Angebot EINS

PLUS ein und beteiligt sich seitdem mit etwa 33 Pro-

zent an 3sat.

Dass dieses Programm nicht nur Kultur sowie ein

breites Spektrum an Information, Wissenschaft und

Bildung im weitesten Sinne bietet, sondern durch sein

spezifisches Profil Synergieeffekte der besonderen Art

erzielt, beschreibt im Folgenden Peter Voß, Intendant

des für 3sat federführenden SWR.

Partnerprogramms wie 3sat. Dass Produktionen für Das Erste wie »Beckmann« oder »Menschen bei Maischberger« hier laufen, ist weder Makel noch qualitätsmindernd. Vielmehr eröffnet dies einer beträchtlichen Anzahl von Zuschauern die Chance, zwei Talkshows von Format, deren Erstausrstrahlung sie auf dem angestammten Sendeplatz nicht wahrnehmen konnten, doch noch zeitversetzt sehen zu können. Dieses Angebot wird übrigens ausgiebig genutzt: Beide Sendungen erzielen auch in 3sat beachtliche Quoten, »Maischberger« am späten Samstag sogar die höchste des Abends!

Was nämlich neudeutsch abwertend als »Programmrecycling« bezeichnet wird, entwickelt sich mehr und mehr zu einem von Zuschauerinnen und Zuschauern dankbar angenommenen Service. Ein Programm wie 3sat kann und soll Produkte mit Anspruch – vorausgesetzt natürlich sie fügen sich harmonisch in sein Gesamtprofil ein – durchaus ein zweites Mal präsentieren.

— Über die Kultur hinaus

Wie sieht dieses Gesamtprofil von 3sat aus? Auch hier gilt es, Vorurteile auszuräumen: Die Sparte Kultur ist wichtig, aber sie bestimmt die Programmidentität nicht allein. Kultur erleben wir in 3sat mit dem werktäglichen, in der Fernsehlandschaft einzigartigen Magazin »Kulturzeit« oder in den großen Theater- oder Opernaufführungen am Samstagabend. Von großer Bedeutung sind aber auch die Programmleisten Bildung (die ARD bringt ihre Bildungsprogramme ein), Information – zu sehen sind die Hauptnachrichtensendungen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, »heute«, »Tageschau«, »Zeit im Bild z« und »10 vor 10« – und Wissenschaft mit dem werktäglich ausgestrahlten Magazin »nano«, ebenfalls eine Besonderheit im deutschsprachigen Fernsehen.

Dabei fasst die Sendung den Wissenschaftsbegriff weiter, als das im allgemeinen Sprachgebrauch üblich ist. »nano« ist ein Zukunftsmagazin, das seinen Zuschauern Orientierung geben und schon heute zeigen will, was die Welt von morgen bewegen wird. Wissenschaft wird damit zum Kompass für die Zukunft. Das heißt auch, dass die Redaktion nicht nur die Arbeit der Forscher als solche vorstellt. »nano« fragt nach, wie wissenschaftliche Leistungen die Gesellschaft beeinflussen, und berichtet über politische Debatten zu Forschungsthemen. Wer »nano« einschaltet, erfährt, wie Entdeckungen gemacht werden, wozu sie gut sein können und wie sie unser Leben verändern. Viele der Autoren kommen aus der Wissenschaft. Aber als Zuschauer muss man kein Wissenschaftler sein, um »nano« zu verstehen.

3sat kann und soll sich schon deshalb thematisch breiter aufstellen, weil mit ARTE be-



»Kulturzeit«-Moderator Gert Scobel im Gespräch mit Elke Heidenreich

reits ein spezifisch kulturorientiertes Fernsehprogramm im öffentlich-rechtlichen Bouquet vorhanden ist.

— Profil durch »Best-of«-Kompositionen

Bei der komplexen 3sat-Struktur ein Programm mit klarem Profil zu schaffen, kommt einem Kunststück gleich, das die Macher täglich zum Besten geben müssen. Wie lautet die Zauberformel? ARD, ZDF, der Österreichische Rundfunk (ORF) und das Schweizer Fernsehen der Deutschen und Rätoromanischen Schweiz (SF DRS), die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten des deutschen Sprachraums, liefern dem Gemeinschaftsprogramm ihre Highlights im Hinblick auf optimale Integrierbarkeit in ein neues Gesamtgefüge aus eigener Programmverantwortung zu. »Best-of«-Beiträge werden nicht einfach nur ein zweites Mal ausgestrahlt, sondern zu neuen thematischen Strängen verknüpft und in einen veränderten, thematisch zumeist breiteren Kontext gestellt. Dafür kann sich der Rahmen einer wöchentlichen Sendereihe anbieten, dies kann in Form eines Programmschwerpunkts »mit kurzer Schlagzahl« geschehen oder – eine 3sat-Erfindung – durch die Gestaltung eines so genannten Thementags über volle 24 Programmstunden hinweg.

Die Machart von 3sat erweist sich – ohne dass dies seine Erfinder vor mehr als 20 Jahren ahnen konnten – als erstaunlich modern, denn das neu komponierte »Best of« aus vier Sendern ist nichts anderes als hochprozentiger »content«, um das Zauberwort des digitalen Programmzeitalters zu bemühen. In der digitalen Programmflut, die im Begriff ist, über uns



Das »nano«-Moderatorenteam: Angela Elis, Stefan Schulze-Hausmann (l.) und Ingolf Baur

hereinzubrechen, sorgen Profil und Identität eines Programms für Erkennbarkeit, Orientierung, Akzeptanz.

Die klare Marke – anspruchsvolles Fernsehen unter dem Motto »anders fernsehen« – ist die Existenzberechtigung und die Lebensversicherung von 3sat.

— Synergieeffekte durch Mehrfachnutzung

Noch aus einem anderen Grund darf dieses Programm gesteigerte Akzeptanz erwarten: Es erzielt mit kleinem Aufwand einen – wieder neudeutsch – hohen »Output«. Wie komplex die Zusammenarbeit von vier Sendern aus drei Ländern auch sein mag, 3sat erreicht mehr Synergieeffekte als jedes andere öffentlich-rechtliche Partnerprogramm. Bei ARD, ORF und SF DRS sind es nur je eine Hand voll Kolleginnen und Kollegen, die ausschließlich für 3sat arbeiten: Sie koordinieren die Angebote aus ihren Mutterhäusern – bei der ARD aus den neun Landesrundfunkanstalten – für das Gemeinschaftsprogramm. Das ZDF hält darüber hinaus die zentralen Stäbe – Programmplanung, Präsentation, Abspielstation – vor. Über 20 Jahre funktioniert diese Zusammenarbeit bereits sehr gut, und die Erfahrung lehrt, dass der Gewinn für das Fernsehpublikum deutlich höher ist als mitunter unvermeidliche Reibungsverluste zwischen Baden-Baden, Mainz, Zürich und Wien.

Synergieeffekte ergeben sich dabei nicht nur in der Zusammenstellung von »recyclten« Beiträgen, zum Beispiel bei Dokumentations-Reihen, sondern auch bei der aktuellen Redaktionsarbeit. Bei der »Kulturzeit« zum Beispiel wird aus einem Mixtum erst- und zweitverwerteter Beiträge etwas völlig Neues geschaffen, wobei die ARD ihre Ressourcen aus ihren verschiedenen Kultur- und Wissenschaftsmagazinen einbringt. Für »Kulturzeit« sind ARD und ZDF redaktionell gemeinsam verantwortlich. Das gilt – bei modifizierter Redaktionsstruktur – auch für die Wissenssendung »nano«: Eine kleine Senderredaktion in Mainz kooperiert effektiv mit elf dezentral organisierten verantwortlichen Redakteuren in Mainz, Wien, Zürich, Köln, München, Berlin, Leipzig und Baden-Baden. Zu den Vorteilen dieser Konstruktion zählt, dass die Redakteure bei Bedarf in ihren jeweiligen Mutterhäusern auch andere Aufgaben wahrnehmen können. Die täglichen Kurzformate innerhalb der Sendung – die News und die Tipps – werden exklusiv für »nano« produ-

ziert. Längere Filmbeiträge entstehen in den beteiligten Sendeanstalten, werden dort abgenommen und fertig zugeliefert.

Charakteristisch ist auch hier eine Mischung aus Übernahmen, Exklusivproduktionen und bearbeiteten Beiträgen. Dieser Austausch ist finanziell sinnvoll. Wohl kaum eine Sendung erzielt solche Synergieeffekte wie »nano«. Die Vernetzung zwischen den verschiedenen Fachredaktionen – aber auch mit aktuellen Redaktionen wie der »Tagesschau« oder den regionalen Magazinen – ist so ausgeprägt, dass »nano« das vorhandene journalistische Potenzial voll nutzen kann. Das spezifische Modell der Vielfachverwertung bei diesem Magazin ist ein Beispiel für gelungene Kooperation zwischen den einzelnen Landesrundfunkanstalten der ARD, aber auch mit den anderen 3sat-Partnern.



Im Juli 2005 lief die dreiteilige PHOENIX-Reihe »Abenteuer Ägypten« von Dietmar Ossenberg. Foto: Grabungsarbeiter in Theben.

— Programmschätze aus vier Sendern

»Kulturzeit« und »nano« wären – wie viele nichtaktuelle Programmangebote bei 3sat – ohne die ARD nicht zu denken oder: nur mit weit größerem finanziellen Aufwand und dabei themenärmer zu produzieren. Zwar kostet die ARD die kleine, beim SWR in Baden-Baden angesiedelte Koordinationsstelle natürlich auch Geld, aber eine sehr bescheidene Summe im Vergleich zu den Kosten von Ersatzprogrammen, die ORF, SF DRS und vor allem das ZDF – und damit der deutsche Gebührenzahler – im Falle einer ARD-Absenz aufzubringen hätten.

Die ARD gehört nicht zu den Gründeranstalten von 3sat. Sie verfügte zunächst mit

EINS PLUS über ein eigenes Satellitenprogramm, wie es damals unter Hinweis auf den neuen Abspielweg hieß. 1993 kam es zur Fusion von EINS PLUS mit 3sat, die ARD übernahm die Hälfte des ZDF-Programmanteils (beide produzieren heute etwa je 33 Prozent des Sendevolumens). Von dieser Entscheidung profitierte die ARD, denn ein gemeinsames Programm bündelt die ohnehin kleine Klientel der anspruchsvollen Fernsehzuschauer. Zugleich entlastete sie die bestehende 3sat-Gemeinschaft und machte sie an Programmschätzen reicher.

Zu diesen Programmschätzen gehören Spielfilme und Dokumentationen genauso wie Opernaufzeichnungen oder Theaterinszenierungen. Aber auch jeder kurze Magazinbeitrag, der für eine ARD-Produktion entsteht, kann in ein 3sat-Magazin eingebracht werden. Mit dem Partner ARD stehen 3sat schlichtweg deutlich mehr »Best-of«-Sendungen zur Verfügung.

Die Programme der ARD-Landesrundfunkanstalten zeichnen sich bekanntermaßen durch ihre vielfältigen regionalen Bezüge aus. Durch die ARD finden daher die deutschen Bundesländer mit ihren wichtigen Kultur-, Theater- und Konzertprojekten verstärkt Eingang bei 3sat. Ohne die ARD gäbe es die Baden-Badener Tage des Fernsehspiels, das Schleswig-Holstein Musik Festival oder Live-Übertragungen eines Konzerts der Berliner Philharmoniker auf der Waldbühne oder der Eröffnung des Rheingau Musik Festivals im 3sat-Programm nur am Rande oder gar nicht.

Das Europakonzert der Wiener Philharmoniker open air vor dem Schloss Schönbrunn am 8. 6. 2005 übertrug 3sat live im Rahmen des »Festspielsommers«.



Sonntagabend ist »Dokumentarfilmzeit«: am 21. 8. 2005 lief der Beitrag »Feldtagebuch – allein unter Männern« von Alrun Goette.

— Messbare Erfolge

Die ARD trägt mit ihrem breit gefächerten Programmvermögen bereits seit 13 Jahren zum stetigen Erfolg von 3sat bei. Woran lässt sich der Erfolg dieses anspruchsvollen Fernsehprogramms messen? Zum Beispiel an seinem Marktanteil, den es trotz eines sich immer stärker diversifizierenden TV-Marktes konstant halten kann. Darüber hinaus ist 3sat das meistgesehene der öffentlich-rechtlichen Partnerprogramme im deutschsprachigen Raum! Besonders anspruchsvolle Angebote, etwa eine Opernaufführung, erreichen 80 000 bis 150 000 Zuschauer (welches Opernhaus in Europa schafft das schon?), eine TV-Dokumentation oder ein bekannter Spielfilm nehmen gut und gerne die 500 000-Grenze.

Unabhängig von der Quote, die nur ein quantitativer Maßstab von Erfolg sein kann, gilt 3sat in Deutschland als Kulturträger ersten Ranges! Ein Berliner Medieninstitut hat für das

Partnerprogramm im ersten Quartal 2005 ein Kulturangebot von 372 Sendeminuten täglich gezählt, was 25,8 Prozent der gesamten Sendezeit entspricht. Diesen Anteil erreicht kein anderes deutschsprachiges Fernsehprogramm.

Bei der Feier zum 20. Geburtstag von 3sat im vergangenen Jahr habe ich als Intendant des SWR, der für die ARD die 3sat-Koordination wahrnimmt, ein klares Bekenntnis zum Vier-Partner-Programm abgelegt. Die ARD genießt eine hohe Anerkennung im 3sat-Kreis – eine Anerkennung, die Gottfried Langenstein, Vorsitzender der 3sat-Geschäftsleitung und Direktor Europäische Satellitenprogramme beim ZDF, ebenfalls beim Geburtstagsfest so ausgedrückt hat: »Ohne die effektive Partnerschaft dieser vier Fernsehunternehmen aus drei Ländern wäre 3sat nicht der Erfolg, über den wir uns heute zu Recht freuen.«

— Beispiel für gelungene Integration

Dabei darf man nicht vergessen, dass der Anstoß zur Zusammenarbeit von ARD und ZDF nicht aus den Sendern kam, sondern aus der Politik. 1993 haben die Ministerpräsidenten der Länder von ARD und ZDF Effektivität und Synergie eingefordert. Dieser Impuls führte dazu, dass die ARD auf ihr eigenes erfolgreiches Satellitenprogramm EINS PLUS wie erwähnt verzichtete und stattdessen als Partner bei 3sat einstieg. Die Fusionsverhandlungen gingen schnell vonstatten. Der damalige ARD-Vorsitzende Jobst Plog kommentierte dies mit den Worten: »Der Sparszwang hat unsere Verhandlungen beflügelt und ihrem Ergebnis nicht geschadet.« Zum 30.11.1993 wurde EINS PLUS eingestellt. Die Intendanten folgten der Empfehlung der Ministerpräsidenten gern, denn es war damals wie heute vernünftig und sinnvoll, ARD und ZDF die partnerschaftliche Verantwortung für 3sat zu übertragen.

Zwar war dies nicht nur eine Liebesheirat, sondern auch eine Vernunftheirat, aber mitunter sind ja gerade Vernunftheiraten langlebig und stabil. 3sat ist ein Musterbeispiel für Kooperation zwischen ARD und ZDF und damit ein wichti-



3sat ist wirklich ein Beispiel einer richtig gut funktionierenden Kooperation zwischen drei Ländern. Ein europäisches Netzwerk, was vorbildhaft sein könnte für andere europäische Netzwerke. Und es öffnet die Grenzen, es überschreitet die Grenzen, da wo sie durch eigene Grenzen versperrt sind. Also gerade was die Schweiz betrifft, ist 3sat natürlich ein ganz wichtiges Instrument, nach draußen zu wirken. Es ist eines der vorbildhaften Netzwerke im Medienbereich.

*Christina Weiss,
Kulturstaatsministerin*

ger Beitrag zur Zukunftssicherung dieser Sender und des öffentlich-rechtlichen Rundfunks insgesamt. Der damalige ZDF-Intendant Dieter Stolte erklärte zur Unterzeichnung des 3sat-Vertrags im Juli 1993: »Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland hat mit einem gemeinsamen Fernsehprogramm 3sat in einer schwierigen medienpolitischen, strukturellen und finanziellen Situation seine Integrations- und Erneuerungskraft bewiesen.«

Die ARD möchte mit den 3sat-Partnern ZDF, ORF und SF DRS weitere Felder der Kooperation entwickeln – aus Einsicht heraus, dass Gemeinsamkeit stark macht.

Das gilt nicht nur für das Programm und die beteiligten Sender, sondern auch für die europäischen Gesellschaften und Staaten. 3sat ist ein Beispiel dafür, wie das Medium Fernsehen eine Plattform für eine grenzüberschreitende Öffentlichkeit bieten und damit die europäische Zusammenarbeit befördern kann. In der Lindauer Erklärung vom 24. Mai 2004 haben die 3sat-Verantwortlichen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz festgestellt: »3sat ist ein überzeugender Botschafter der Kultur, der

nicht nur in Deutschland, Österreich und der Schweiz, sondern auch in vielen anderen europäischen Ländern von Irland bis Estland und von Skandinavien bis nach Israel Zuschauer hat.« Gerade in einer Zeit, da sich die Europäische Union als politisches Projekt in einer Krise befindet und viele Zukunftsfragen offen sind, ist die Entwicklung einer demokratischen europäischen Öffentlichkeit notwendig. Ein internationales deutschsprachiges Programm wie 3sat leistet schon seit 20 Jahren einen Beitrag dazu! So soll es bleiben.

Die ARD steht fest zu 3sat.