

sounds like berlin

Projektbericht herausgegeben vom
[Forschungszentrum Populäre Musik](#)
der Humboldt-Universität zu Berlin

[PopScriptum 4 - sounds like berlin](#)

Die lokale Musikszene im regionalen und überregionalen Fernsehen

Nepomuk Nitschke

Inhaltsverzeichnis

<u>Die Berliner Fernsehlandschaft</u>	2
<u>B1 (Sender Freies Berlin)</u>	3
Berliner Abendschau	4
Love-Parade	4
<u>TV Berlin</u>	5
Berlin Aktuell	5
Große Freizeit	6
Spy	6
Stadtgeflüster	7
Unterwegs in Berlin	7
Werbung	8
Sternenhimmel	8
Videotext	8
Medienpartner	9
<u>FAB Fernsehen aus Berlin</u>	9
ars vivendi	10
Blue Bird	10
Just for fun	10
Kuno's	11
Local Scene	11
Reeves	11
Videotext	12
<u>Offener Kanal Berlin</u>	12
<u>„Berlin House“ auf VIVA-Musikfernsehen</u>	13
<u>MTV Music Television aus Berlin</u>	14
„MTV Select“	14
„MTV live aus Berlin“	14
<u>Schlussbemerkungen</u>	15
<u>Adressen</u>	16

Die Berliner Fernsehlandschaft

Berlin stand nach dem 2. Weltkrieg stets nicht nur im nationalen sondern auch internationalen Interesse des Fernsehens - einerseits als Hauptstadt der DDR, andererseits als isoliertes Land West Berlin der Bundesrepublik Deutschland auf der Grenze zwischen Ost und West. Und dieses Interesse wird sich durch den Umzug der Bundesregierung nach Berlin im Jahr 1999 nur noch steigern. Deshalb gibt es nicht nur eine ausgeprägte regionale Fernsehlandschaft sondern auch Niederlassungen zahlreicher nationaler wie internationaler Fernsehkanäle. Dazu gehören im regionalen Ausstrahlungsbereich der Sender Freies Berlin mit B1, dem dritten Fernsehprogramm der ARD, der Privatsender TV.Berlin, das Fernsehen aus Berlin FAB, das türkische Fernsehen TD1 und der Offene Kanal Berlin. Im nationalen Bereich der Privatsender ntv mit seinem Hauptsitz in Berlin, die Zweigstellen der öffentlich-rechtlichen Anstalten der ARD und des ZDF sowie der Privatsender PRO7 und SAT1. Zudem kommen Stellen von internationalen Kanälen wie der BBC und der internationale deutsche Sender Deutsche Welle [1]. Neben der politischen Berichterstattung und Unterhaltungswie Spielfilm- und Serienproduktionen wird von hier aus aber auch über die kulturellen Ereignisse der Stadt Berlin berichtet. Inwieweit dabei augenblicklich auch die populäre Musikszene dargestellt wird, soll Ziel dieses Berichtes sein. Dabei werde ich in einem ersten Schritt diese Präsentation innerhalb und für die Stadt in den regionalen Fernsehsendern aufzeigen und in einem zweiten Schritt das Erscheinungsbild der Szene in überregionalen Musiksendern beschreiben.

Dabei sollte grundsätzlich beachtet werden, daß es sich bei dem Fernsehen ein Medium handelt, daß besonders vielen Kriterien standhalten muß. Zuerst einmal ist es audiovisuell, es ist also unvermeidlich auf die Bildhaftigkeit ausgerichtet. Das bedeutet, daß alle Aspekte der populären Musikszene, die nicht in irgend einer Weise über eine passende, interessante und sendefähige visuelle Komponenten verfügen, nicht verbreitet werden können. So fallen von vorne herein viele Teile aus dem Blickwinkel, wie z.B. Musik, die entweder im Dunkeln erklingt [2] oder die sich durch extreme Lichtschwankungen [3] auszeichnet, oder die aber vorwiegend zum Hören [4] oder für direkte Motionalität [5] geschrieben ist. Außerdem ist das Fernsehen im Gegensatz zu dem Rundfunk, dessen Programm in der Regel zum größten Teil aus Musik besteht, ein Medium, das durch die Möglichkeit, Bilder zu senden, sich eher mit allen Genres beschäftigt, die sich besonders gut durch Bilder transportieren lassen, wie Berichterstattung, Talkshows, Spielfilm und Serie. Musik wird außer bei den Musiksendern fast nur als Musik zu Bildern [6] benutzt oder es wird über Musik gesprochen, ohne daß die Musik im Mittelpunkt steht [7].

Zudem sendet das Fernsehen mittlerweile auf allen Kanälen 24 Stunden Programm und ist somit direkt an den Zeitverlauf gebunden. Da es sich durch Gebühren und/oder Werbung finanziert, müssen also die Sender ihr Programm auf die Sehgewohnheiten und -wünsche des Publikums anpassen [8]. Dies grenzt den Raum für die Beschreibung der populären Musikszene ebenfalls stark ein.

Da das Fernsehen ein Massenmedium ist, soll ein Blick auf die Zuschauerquoten geworfen werden, um einzuschätzen, welche Sendung überhaupt ihr Publikum erreicht [9]. Der Berliner Fernsehmarkt teilte sich im Jahre 1998 [10] folgendermaßen auf: ARD 15,1%, RTL 14,0%, SAT1 1,2%, ZDF 11,5%, PRO7 10,5%, B1 5,7%, Kabel1 4,8%, RTL2 4,2%, VOX 3,5%, ORB 2,4%, N3 1,6%, Super RTL 1,5%, MDR 1,2% und TV.Berlin 1,1%. Zahlreiche Kanäle wurden in dieser Aufzählung jedoch nicht betrachtet wie der Sender FAB oder die Musiksender VIVA und MTV [11]. Dennoch zeigt sich, daß die Berliner Sender im Schnitt immer eine geringere Marktposition innehaben als die großen öffentlich-rechtlichen und privaten überregionalen Kanäle. Wirft man jedoch einen Blick auf die täglichen Einschaltquoten, wie sie der Tagesspiegel [12] fast täglich veröffentlicht, zeigt sich eine große Ausnahme, nämlich die Abendschau auf B1, die neben der Tagesschau der ARD und der RTL Serie "Gute Zeiten, schlechte Zeiten" stets zu den meist gesehenen Sendungen in Berlin gehört.

Das bedeutet, daß sie Berlin weit in der Regel von rund 300 000 Zuschauern gesehen wird, wobei ein Schwerpunkt auf der Westberliner Bevölkerung liegt [13]. Die höchsten Einschaltquoten des Jahres erreichte der Sender B1 an dem Tag der Love-Parade mit bis an die 13 Prozent.

Es zeigt sich daß auf dem Berliner Fernsehmarkt neben den Sender B1 und dem privaten Sender TV.Berlin kein Sender eine wirklich einflußreiche Rolle spielt. Dennoch sollen in dieser Untersuchung alle Sender, soweit Informationen zu finden sind, betrachtet werden. Ein weiterer Schwerpunkt soll aber auf die privaten Musiksender in Deutschland geworfen werden, die zwar nicht in Berlin ihren Hauptsitz haben, jedoch bei auf ihre eigene Art Sendungen aus und über Berlin produzieren und damit nicht nur bei den Berlinern ein Stück Identität schaffen, sondern auch ein Bild der Berliner populären Musikszene nach ganz Deutschland übermitteln. Die Darstellung wird lediglich das aktuelles Erscheinungsbild der Kanäle darstellen. Dabei werden alle Angaben wenn nicht anders vermerkt nach dem aktuellem Stand gemacht (Ende März 1999). Da das Medium sehr schnelllebig ist, kann es gut möglich sein, daß diese bald schon wieder überholt sind.

B1 (Sender Freies Berlin)

Der Fernsehkanal B1 ist eine der 11 selbständigen und unabhängigen Landesrundfunkanstalten im Verband der ARD, er existiert seit 1958, sendet unter diesem Namen seit 1992 und gestaltet neben dem dritten Programm für Berlin auch Teile der ARD-Sendungen, wie "Kontraste", "Kulturreport", das Live-Kabarettprogramm "Scheibenwischer" und die "Tatort-Folgen". Insgesamt betragen diese Produktionen 5,5% des ARD-Fernsehens. Der Kanal B1 ist ein öffentlich-rechtlicher Fernsehsender und hat dementsprechend den gesetzlichen Programmauftrag zu erfüllen, seinen Programmnutzern die grundsätzliche Informationen, Unterhaltung, Bildung und Kultur anzubieten. Er ist dabei zur Sachlichkeit und Ausgewogenheit verpflichtet.

Dem Sender steht ein Rundfunkrat vor, der sich in zwei verschiedene Ausschüsse mit insgesamt 31 Personen teilt, den Verwaltungsrat und den Programmausschuß. Die Vertreter setzen sich aus gewählten Vertretern des Berliner Abgeordnetenhauses und aus unterschiedlichen Bereichen des öffentlichen Lebens zusammen. Aus ihrem Kreis wird ein Intendant für die Dauer von fünf Jahren gewählt. Dieser kann die Direktoren der Bereiche Fernsehen, Hörfunk und Verwaltung ernennen, die vom Rundfunkrat bestätigt werden müssen.

Das Sendegebiet von B1 umfaßt 880 Quadratkilometer mit 1,4 Millionen angemeldeten Haushalten mit Fernsehgeräten. Es wird 24 Stunden Programm gesendet, wo bei in der Nacht Sendungswiederholungen ausgestrahlt werden, zwischen 10.00 und 18.00 Uhr das Programm in Kooperation mit dem MDR und dem ORB bestritten wird und nur das Abendprogramm selbständig hergestellt wird, abgesehen von der Tagesschau, die von der ARD übernommen wird [14]. Das Ziel seines Programmes drückt der Sender folgendermaßen aus:

"B1 ist das Fernsehprogramm für die Hauptstadt Berlin. B1 spiegelt das Lebensgefühl der Menschen; zeigt Erfolge und Probleme, Erfreuliches und Veränderungsbedürftiges - und meldet sich aus eigenen Studios im Berliner Abgeordnetenhaus und im *Roten Rathaus*. Das Berlinfernsehen B1 beschäftigt sich mit allen Facetten der Stadt: Aktualitäten aus Politik, Sport, Wirtschaft, Kiez und Kultur. (...)" [15]

Wie dies in dem Zusammenhang mit der lokalen populären Musikszene aussieht, sollen verschiedene Untersuchungen an einzelnen Sendungen zeigen.

Berliner Abendschau

Ausstrahlungstermine: täglich 19.25 -19.50 Uhr

Die Berliner Abendschau bietet in der Regel neben Nachrichten aus der Stadt und der Region zum Abschluß jeder Sendung einen Beitrag aus dem Kulturleben. Themen dabei sind aber meistens Ausstellungseröffnungen, Kinopremieren und Theater- oder Opernvorstellungen. Konzerte populärer Musik stehen nur im Vordergrund, wenn es sich um nationale oder internationale Stars handelt, besonders wenn diese durch Medienpartnerschaften präsentiert werden. Nur selten stehen Künstler aus Berlin im Vordergrund. Die übrige Musikszene findet außer bei Großveranstaltungen innerhalb der Abendschau gar keine Beachtung.

Ähnliches gilt für andere Sendungen, wie das vom MDR produzierte Boulevard-Magazin **Brisant** (*Ausstrahlungstermin: mehrfach wöchentlich 18.15 Uhr*), das nur hin und wieder über Lebensstil oder Musikszene berichtet, oder das Kulturmagazin **ticket**; (*Ausstrahlungstermine: Donnerstag 18.45 Uhr*), das sich ausschließlich mit dem Berliner Kulturleben, wie es durch Theater, Oper und Ausstellungen repräsentiert wird, beschäftigt. Dahingegen gibt es Sondersendungen, die sich ausschließlich mit der populären Musik beschäftigen, wie Konzertmitschnitte des Berliner "Rolling Stones" Konzertes. Der **BerlinText**, der Videotext von B1, liefert unter anderem auch Programmtips und Kurzrezensionen für Kino- und Theaterfans. Hinweise auf populäre Musik in Berlin sind hier jedoch nicht zu finden. Der SFB präsentiert aber als **Medienpartner** zur Zeit neben zahlreichen Theaterveranstaltungen der Berliner Bühnen und Varietés unter anderem die Musikgruppen "Hader", "The Voice of the Snow White" und die Show "Stars in concert".

Love-Parade

Die längste und außergewöhnlichste Berichterstattung über die lokale Musikszene findet in B1 aber zweifelsohne zur Love Parade statt, deshalb soll anhand der Sendungen im Jahre 1998 skizziert werden, in welcher Weise dies vorgenommen wurde.

Die Veranstaltung am 11. Juli, die am frühen Nachmittag begann und bis Mitternacht andauerte, wurde mit einer kurzen Unterbrechung zwischen Berliner Abendschau und bis nach der ARD Tagesschau 10 Stunden lang live übertragen. Dabei wechselten verschiedene Programmelemente immer wieder einander ab. Einerseits wurden einfach Aufnahmen des Umzuges von mehreren Kameras aneinander gereiht und mit einer Musik unterlegt. Dabei erklang in der Regel immer nur eine Musik, so daß nicht erkennbar ist, ob diese von einem einzelnen Wagen abgenommen wurde oder direkt von einer CD eingespielt wurde [16]. Die Bilder zeigten sowohl den Zug und die tanzenden Menschen auf der Straße des 17. Junis, wobei besonderes Interesse auf außergewöhnlichen Verkleidungen lag als auch an Aufnahmen aus der Luft mit dem Bezug zu den Berliner Sehenswürdigkeiten wie der Siegessäule und dem Brandenburger Tor. Weiterhin standen an verschiedenen Stellen des Umzuges vier Moderatoren verteilt, die über die aktuelle Lage berichteten und Interviews mit Veranstaltern, besonderen Persönlichkeiten und auch mit Besuchern führten. Dabei ist festzustellen, daß zwar durchgehend die junge Moderatoren ausgewählt wurden, diese aber immer einen zwar positiven, aber doch kritischen Abstand zu der Szene nahmen. Dementsprechend beleuchteten die Interviews mit den Ravern vorwiegend die Beweggründe und die Umstände für das Anfahren, das Interesse an der Musik, ihren Lebensstil und ihre Verkleidungen. In den Gesprächen mit Veranstaltern, Ordnungswächtern und Sanitätern wurde über den Organisationsaufwand, die Kosten und die Schwierigkeiten bei der Ausführung informiert. Neben den Moderatoren auf der Straße diskutierten Volker Wieprecht mit Peter Lützenkirchen aus dem Off allgemein über die Technokultur und boten weitere Hintergründe und ergänzende Fakten und erklärten das spezielle Vokabular dieser Musikszene den Zuschauern.

Weitere Elemente boten die vorproduzierten Einspieler, die über die Arbeiten vor der Parade und über die Anreise der Teilnehmer berichteten. Die Ansprache von dem Gründer der Love-Parade, DJ Dr. Motte, an die Raver wurde komplett live übertragen. Das Sendekonzept bot also eine Mischung aus aktueller Berichterstattung, Hintergrundinformationen, mit Interviews auf Seiten der Macher und des Publikums sowie längere Ausschnitte aus der Veranstaltung. Die gesamte Moderation war immer positiv gefaßt und eher darauf aus, Verständnis für die Veranstaltung und das Publikum zu erringen.

Insgesamt zeigt sich, daß B1 der populären Musikszene und den Jugendkulturen keinen festen Sendeplatz in Form eines Magazins einräumt. Unter Kultur wird in diesem Sender vorrangig die seriöse Bildungskultur der Berliner Bühnen verstanden. Allein der Filmindustrie wird mit dem Magazin "Muwie" ein Augenmerk geschenkt. Nur in Ausnahmefällen wird auf größere Ereignisse wie Konzerte oder Veranstaltungen wie die Love-Parade eingegangen, dann jedoch meist sehr ausführlich und detailliert.

TV.Berlin

Der Sender TV.Berlin, der seit August 1997 auf Sendung geht, gehört zu dem Sender tv.münchen [17], damit erreichen die beiden Kanäle zusammen 7,2 Millionen Menschen, also etwa 10% der deutschen Bevölkerung. Inwieweit der Sender unter dem Einfluß von Thomas Kirch, dem Vorsitzenden von PRO7 Media AG und dem Sohn des Medienzars Leo Kirch, steht, ist nicht eindeutig zu beantworten. Es wäre in mehrfacher Weise bedeutungsvoll. Einerseits verfügt der Vater über die Rechte von einem Großteil aller deutschen Spielfilme und Serienproduktionen, an die sein Sohn somit leichter herankommen würde, so daß es für ihn keinerlei Probleme darstellt, einen lokalen Privatsender mit einem 24 Stunden Programm zu füllen. Weiterhin könnte es Aufschluß über die Finanzierung der Sender geben. Geschäftsführer beider Kanäle ist Reinald Walter. Dadurch kann der Sender TV.Berlin von seiner Münchner Zweigstelle viele Produktionen unverändert oder durch geringe Veränderungen übernehmen, was ebenfalls Kosten einspart [18]. Der gesamte Programmablauf der beiden Sender in paralleler Weise. Die Serien und Spielfilme entsprechen sich wenn auch nicht in der zeitlichen Abfolge vollkommen [19], die Magazine und Shows wie Große Freizeit, Stadtgespräch und Stadtgeflüster gleichen sich vom Format, werden aber jeweils individuell von den einzelnen Sendern hergestellt, wobei anzunehmen ist, daß einzelne Elemente, die keinen direkten Bezug zur Stadt haben, übernommen werden.

Um die einzelnen Sendungen zu beschreiben, soll nun beispielhaft die Woche vom 4. bis zum 10. Januar 1999 betrachtet werden, mit all den Sendungen, in denen sich irgend ein Bezug zur populären Musikszene ausmachen ließ.

Berlin Aktuell

*Ausstrahlungstermin: 18.30 Uhr (Hauptsendung am Abend)
Videotexttafel: 328*

TV.Berlin sendet jeden Tag mehrfach ihre eigene Nachrichtensendung "Berlin aktuell". Auch wenn die Ereignisse in dem Land Berlin dabei im Vordergrund stehen, spielen kulturelle Veranstaltungen nur am Rand eine Rolle. In der jener Januarwoche tauchten aber dennoch Ereignisse auf, einmal direkt als es um die Zulassung der "Love-Parade" im Jahr 1999 ging, einmal am Rande, als über das musikalische Rahmenprogramm während des Sechstage-Rennens berichtet wurde.

Hin und wieder ist der letzte Bericht der Abendsendung auch einem kulturellen Ereignis gewidmet, das dann meist in den Magazinen Stadtgeflüster und Große Freiheit genauer behandelt wird. So wurde in der Woche über die Teufelsberg-Produktion "Griés" in der Bar jeder Vernunft, sowie über das Musical "Das Wunder von Neukölln" in der Neuköllner Oper berichtet.

Große Freizeit

*Ausstrahlungstermine: Montag - Freitag 19 Uhr
Videotexttafel: 332*

Die "Große Freizeit" ist ein Stadtmagazin von einer knappen Stunde, das von Ruth Moschner und Mitri Sirin moderiert wird. Neben allgemeinen Themen der Lebensführung, der Präsentation interessanter Persönlichkeiten, der Vorstellung neuer Kinofilme wird auch regelmäßig auf musikalische Veranstaltungen hingewiesen, die in weiten Teilen dem Programm der Sendung "Stadtgeflüster" entsprechen, sowie täglich ein Gast aus dem Bereich der Musik eingeladen, der einen Ausschnitt aus seinem Schaffen vorstellt. So wurde in der besagten Januarwoche an Veranstaltungshinweisen im Bereich der populären Musik auf das Konzert der Band Offspring und der Sängerin Alannah Myles hingewiesen. Das Bildmaterial wurde in beiden Fällen aus den Musikvideoclips der Künstler zusammengestellt. Außerdem gab es einen Hinweis auf das Musikfestival "Berlin atonal" und die Ausstellung "Berlin - eine Stadt im Wandel", die auch eine Dokumentation der Berliner Jugendszene beinhaltet. Im Bereich der Unterhaltung wurde von dem Musical "Herr der Ringe" berichtet, sowie über die Varietévorstellung "Paar Anaolia", das Programm "Da Ca Po" im Wintergarten und die Auftritte von "Mary" in der Komödie am Ku'Damm. An Live-Auftritten erschienen Tim Fischer mit dem Lied "Je suis malade", e-la mit ihrem Song "scheiß drauf", Kerstin Rodger mit ihrem Titel "Fliegen" und Angelo Branduardi mit "Il giocatore di biliardo". Alle Künstler wurden danach über ihre Musik und ihre weiteren beruflichen Pläne interviewt. Jedesmal wurde eine kleine Anzahl von CDs an Zuschauer vergeben.

Spy

*Ausstrahlungstermine: Freitag 18.05 Uhr
Videotexttafel: 337*

Spy ist schlichtweg das einzige Magazin in der Berliner Fernsehlandschaft, das sich wöchentlich ausschließlich mit der populären Musikkultur in Berlin befaßt. Es ist aus unterschiedlichen Elementen zusammengesetzt, wie verschiedenen Berichten zu Themen der Musikszene, Interviews mit Künstlern, Veranstaltungshinweisen und Musikvideos. Moderiert wird die Sendung von "Cecile & Co", die mit dem sogenannten "Spymobil", einem Kleinbus, durch das nächtliche Berlin fährt und dabei die Berichte anmoderiert und Gespräche führt. In der Sendung vom 8. Januar 1999 wird so unter anderem über verschiedene Hilfsmöglichkeiten berichtet, mit denen man sich einen Überblick über das breite Angebot im Berliner Nachtleben schaffen kann, nämlich über den Flyer, das kostenlose Szenemagazin, und über "wild-site" [21], eine Internetdienstleistung. Beide Medien beinhalten sowohl einen Veranstaltungskalender als auch musikalische Hintergrundinformationen wie Interviews, Kritiken und Bilder. Beides mal werden die Orte aufgesucht, an denen die beiden Erzeugnisse hergestellt werden, die Moderatorin führt als Erzählerin durch die Räume und führt die Interviews. Der Stil und die Ästhetik der Beiträge entsprechen den, der Musiksender, das heißt, der Sprachstil ist bewußt umgangssprachlich und locker gehalten, die Bilder werden mit einer Handkamera aufgenommen, die sehr unruhig geführt wird und ständig hin- und wegzoomt, oft werden mehrere Videospuren übereinander gelegt. Im Hintergrund erklingt aktuelle Musik, die zwischen den Texten auch sekundenlang ohne Kommentar freisteht.

Das Interview wurde an diesem Tag mit dem Hip-Hopper Aleksey geführt, der seine neue CD Mikrokosmos promotete. Dazwischen wurden Ausschnitte aus dem ersten Musikvideo zu dem Tonträger gezeigt. Das Gespräch beschäftigte sich mit der Entstehung der Neuerscheinung, schwenkte dann auf allgemeine Fragen über das Künstlerleben in Deutschland und endete mit einem angeblich "freestyle Rap" des Musikers.

Zudem wurden auf Bilder von tanzenden Menschen Tafeln mit den aktuellen Clubdates gelegt. Zum Abschluß der Sendung wurde der Videoclip "for an angel" von Paul van Dyk gesendet, auf den aber bereits auch der Abspann der Sendung lief.

Stadtgeflüster

Ausstrahlungstermin: Montag-Freitag 20 Uhr

Videotexttafel: 323

Kontakt: 030 - 209 09 - 888

In dieser fünfminütigen Sendung werden meist etwa drei verschiedene aktuelle Veranstaltungshinweise kurz charakterisiert. Dabei stehen nach Angaben des Senders Premieren, Partys und Prominente im Mittelpunkt. In der untersuchten Woche waren darunter neben Berichten über die Theaterpremieren unter anderem Portraits über die Zauberer und Magier David Copperfield und Hans Klok Show zu sehen, sowie ein Bericht über die Produktion der Sendung "Top of the Tops" in Berlin Adlershof und über eine Varietévorstellung in der "Bar jeder Vernunft". Hieran ist schon erkenntlich, daß diese Sendung gerne Themen aus dem Spektrum der Kultur aufnimmt, die über eine gute visuelle Komponente verfügen, wie das bei den Magiern zweifelsfrei der Fall ist. Aus diesem Grund wird an dieser Stelle auch gerne auch auf Ereignisse in der Theaterwelt, des Varietés und des Musicals zurückgegriffen.

Unterwegs in Berlin

Ausstrahlungstermin: Sonntag 19 Uhr

Videotexttafel: 330

In diesem Magazin führt der Moderator Olaf Schmidt durch das Berliner Nachtleben, zeigt die Örtlichkeiten, interviewt Veranstalter, Musiker und befragt Zuschauer nach ihrem Urteil. In der untersuchten Woche wurde neben der wöchentlichen Sendung noch ein Zusammenschnitt der highlights des Jahres 1998 gesendet. Die Orte, über die Berichte verfaßt wurden, waren unter anderem eine Karaoke-Single-Party im Pupasch in der Lietzenburger Straße, die Party "Playboys paradise", das "Berliner Oktoberfest" in Spandau, die Lasershow und das Feuerwerk zur Eröffnung der Potsdamer Platzes, und die Diskothek Oxymoron in den Hackeschen Höfen. Dabei ist der Stil der Sendung stets lustig gemacht, der Moderator führt die Kamera durch die Örtlichkeiten. Die Auswahl der Ereignisse zeigt jedoch, daß zumeist Veranstaltungen ausgesucht werden, die ein Publikum um die dreißig Jahre anspricht.

Werbung

Die privaten Fernsehsender in der Bundesrepublik finanzieren sich ausschließlich durch Werbeeinnahmen abgesehen von den Abonentensendern PREMIERE und DF1. Da die Unternehmen aber nur Sendezeit kaufen, wenn sie sich sicher sind, daß ihre Werbung auch von möglichst vielen Zuschauer gesehen wird, müssen die Sender immer einen schwierigen Weg zwischen Sendeprogramm, Zuschauerquoten und Finanzierung ihres Senders gehen. Für den Großteil aller Fernsehkanäle ist dies ein Verlustgeschäft. TV.Berlin hatte zum Zeitpunkt der Untersuchung erstaunlich wenig Werbeminuten am Tag mit nicht mal einem Dutzend Werbepartnern [22]. Darunter gehörten aber auch Firmen, die einen Bezug zur populären Musikszene herstellten, wie das Spreeradio 105.5, das mit ihrem Musikprogramm, das die Hits der letzten drei Jahrzehnte umfaßt, Werbung machte und ein Musikversand, der auf einem Sampler die 20 Top Hits des Monats bewarb.

Sternenhimmel

*Ausstrahlungstermine: Sonntag 22 Uhr
Videotexttafel: 385
Kontakt: Winfried Noe
Postfach 90 08 23
81508 München*

Vielleicht mag es ein Zufall sein, daß gerade in der untersuchten Woche im Januar der DJ Disko, Moderator und Redakteur der VIVA-Sendung "Berlin House" und Pressesprecher der Love-Parade 1998, zu Gast bei der Sendung Sternenhimmel war. Dennoch soll es hier zuletzt erwähnt werden, weil es meiner Meinung nach zeigt, auf was für ein Publikum der Sender TV.Berlin abzielt. Sternenhimmel ist eine "Astrologie und Lebenshilfe"-Show mit Winfried Noe, die anscheinend sowohl in Berlin als auch in München ausgestrahlt wird. Darin wird neben allgemeinen diversen Horoskopen einem Prominenten die nächste Zukunft vorher gesagt. Daß aber an dieser Stelle eben Disko eingeladen wurde, deutet darauf hin, daß der Sender bewußt versucht, sich ein jungendliches Image zu geben und sein Publikum besonders bei dieser Bevölkerungsschicht sucht.

Videotext

Der Videotext bietet neben der Programmübersicht, aktuellen Nachrichten und wichtigen Adressen auch verschiedene Veranstaltungstips (ab Videotexttafel 630), unter anderem auch für Konzerte (Videotexttafel 633) und Clubs (Videotexttafel 640). Hierbei handelt es sich zwar nur um eine Auswahl, die Seiten über diverse Clubs sind aber relativ ausführlich.

Medienpartner

Neben dem Fernsehprogramm tritt TV.Berlin aber auch durch Medienpartnerschaften vor allem im populären Kulturleben in Erscheinung. Zur Zeit präsentiert er die Sängerin Natacha Atlas, Lenny Kravitz, sowie Romy Haag und eine Modelparty.

Der Sender TV.Berlin steht in Bezug auf die Einschaltquote nicht gerade sehr erfolgreich da und gegenüber dem öffentlich-rechtlichen Sender B1 ist er weit hinterher [23]. Von dem Programminhalt in bezug auf die populäre Musikszene her bietet er jedoch nicht nur ein relativ großes Programm, sondern auch im Vergleich mit den anderen Berliner Fernsehstationen sicherlich das erfolgreichste an. Wie schon oben beschrieben ist es sehr wahrscheinlich, daß der Sender bewußt dieses Profil entwickelt, damit er die jüngeren Zuschauer an sich binden kann, die das Programm des B1 nicht anspricht. Dies zeigt sich auch in vergleichbarer Weise in den Marktanalysen von tv.münchen, die ermittelt haben, daß ihr Bekanntheitsgrad einen besonderen Schwerpunkt bei den 14-29jährigen liegt, die sich zudem gezielter durch den Großstadtssender ansprechen lassen [24].

FAB Fernsehen aus Berlin

Das "MetropolenFernsehen" aus Berlin ist ein private Fernsehanstalt, die am 15. August 1990 von Berliner Film- und Fernsehproduzenten als Aktiengesellschaft gegründet wurde und die seit dem 1. Februar 1991 im Kabel und seit 1. September 1994 auch über Antenne Tag und Nacht auf Sendung geht und in Berlin und weiten Teilen Brandenburgs zu empfangen ist. Eine Sendelizenz für das Bundesland Sachsen-Anhalt ist in Vorbereitung.

Der Gesellschafterkreis umfaßt 26 Anteilseigner, darunter die Deutsche Fernsehnachrichten Agentur (DFA). Bei 15 von ihnen handelt es sich um kleine und mittelständische Medienunternehmen, die 70% des Programms herstellen. Diese Struktur ist laut Angaben des Senders einmalig in Deutschland. Für den Sender arbeiten insgesamt etwa 120 Menschen, von denen inklusive der Produktionsfirmen mehr als die Hälfte fest angestellt sind.

Die einzelnen Sendungen laufen auf unterschiedlichen Programmschienen mit mehrfachen Wiederholungen im Lauf einer Woche, teilweise nur in mehrwöchigen Rhythmus. Täglich beträgt das Produktionsvolumen an neuem Sendematerial zwischen fünf und sechs Stunden. Der Sender sieht seine eigene Geschichte als erfolgreich an:

"Im größten Kabelnetz Europas mit über 1 Millionen angeschlossenen Haushalten verbreitet, hat FAB bereits in den ersten drei Sendejahren einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht. (...) Die Zuschauer und Gewerbetreibenden im sogenannten Speckgürtel nutzen zunehmend das Service- und Informationsprogramm zur Anbindung an die Hauptstadt." [25]

Laut einer eigenen Umfrage in 30 000 Haushalten wurde 1996 eine durchschnittliche tägliche Zuschauerquote von 305 000 ermittelt. Folgende Sendungen sind in diesem Kontext von Interesse.

ars vivendi

Ausstrahlungstermine: Donnerstag 20 und 23 Uhr; Freitag 13 und 17 Uhr; Samstag 19 Uhr; Sonntag 0, 3, 6, 8 und 12 Uhr

Videotexttafel: 440

Kontakt: Feature Video GmbH

Manuel Werner

Wielandstraße 15

10629 Berlin

Tel.: 030/327 30 122 66

Fax: 030/327 30 124

Hierbei handelt es sich um ein Magazine über Gastronomie in Berlin und Brandenburg, das sich neben der gehobenen Eß-, Trink- und Hotelkultur auch mit exklusiven Szenetreffs und Dancefloor-Locations beschäftigt.

Blue Bird

Ausstrahlungstermine: Sonntag 22 Uhr, Montag 4, 7, 10, 14 Uhr

Videotexttafel: 472

Kontakt: ConZept

Klaus Landgraf

Guineastraße 7

13351 Berlin

Tel.: 030/451 40 66

Fax: 030/451 40 68

grappa@snafu.de

Bei dieser Sendung handelt es sich nach Angaben des Senders um das einzig regelmäßig ausgestrahlte Jazz- und Bluesmagazin im deutschsprachigen Fernsehen. Dabei umfaßt es die Stilbreite von klassischem Swing über Blues bis zu Acid-Jazz, die durch Konzertmitschnitte, Porträts und Gespräche mit den Musikern präsentiert werden.

Just for fun

Ausstrahlungstermine: Donnerstag 19 Uhr; Freitag 0, 3, 6, 8 und 12 Uhr; Samstag 22.30 Uhr; So 1.30, 4.30, 7.30, 10.30 und 14.30 Uhr

Videotexttafel: 460

Kontakt: PERFO International

Javier Hornfeld

Rixdorfer Straße 115

12109 Berlin

Tel.: 030 / 613 03 013

Fax: 030 / 613 03 015

Hierbei handelt es sich um ein Freizeitmagazin für Jugendliche, das sich den Themen Computer, Kino, Video, Comic und Party- wie Veranstaltungstips in Berlin widmet.

Kuno's

Ausstrahlungstermine: Dienstag 22.30 Uhr Mittwoch 1.30, 4.30, 10.30 und 14.30 Uhr Donnerstag 19.30 Uhr; Freitag 0.30, 3.30, 6.30, 8.30 und 12.30 Uhr

Videotexttafel: 474

Kontakt: Cleopatra Produktions GmbH

Kuno Dreysse

Bilserstraße 11-13

22297 Hamburg

Tel. 040 - 51 401 - 0

Fax. 040 - 51 401 - 100

Kuno Dreysse, ehemaliges Mitglied der deutschen Beat-Band "The Rivets", die unter anderem als Vorgruppe der Rolling Stones gespielt hat, der danach mit Achim Reichel den "Starclub" in Hamburg führte, moderiert dieses "Oldie"-Musikmagazin, das sich besonders der Musik der letzten 30 Jahre widmet. Die Show wird anhand von originalen Videos und Filmausschnitten, neuen Konzertmitschnitten, Interviews mit Künstlern und Musikmachern produziert, als Gäste waren unter anderem Peter Maffay, Santana, Status Quo und Joe Cocker anwesend. Ziel soll es sein, das Lebensgefühl der 60er und 70er Jahre wiederzubeleben. Anhand der Produktionsherkunft sowie der persönlichen Verwachsenheit des Moderators mit der Hamburger Musikszene ist jedoch kein direkter Bezug zur Stadt Berlin zu erkennen.

Local Scene

Ausstrahlungstermine: Mittwoch 18 Uhr; Donnerstag 2, 9, 11, 15 und 16.30 Uhr

Videotexttafel: 471

Kontakt: Dirk Schade

Kaiserin-Augusta-Allee 7

10553 Berlin

Tel.: 030/ 345 01 760

Fax: 030/ 345 01 761

pickup@blinx.de

Diese Sendung ist eine RTL-Zulieferung und präsentiert den musikalischen Nachwuchs aus Berlin und Brandenburg durch Konzertmitschnitte und Interviews mit den Bandmitgliedern. Außerdem beteiligt es sich an der jährlichen Ausschreibung des Undersound-Newcomer-Festivals für Berlin und Brandenburg.

Reeves

Ausstrahlungstermine: alle zwei Wochen Montag 22 Uhr; Dienstag 1, 4, 10, 14 Uhr

Videotexttafel: 443

Kontakt: Silkscreen

Dirk Gragert

Nedlitzer Straße 1 a

Tel.: 030 / 257 98 134

Fax: 030 / 264 84 906

Reeves ist ein Berliner Boulevardmagazin, das Themen aus Wirtschaft, Kultur und Unterhaltung unter die Lupe nimmt. Dabei ist stets auch ein Prominenter aus dem kulturellen Leben anwesend.

Videotext

Weiterhin weist der Sender in seinen Videotextseiten ab 701 auf aktuelle musikalische Veranstaltungen der populären Musik in und um Berlin hin. Dies geschieht sowohl in Form von Kalendern als auch in kurzen Besprechungen mit Angabe von Kontaktadressen.

Der private Fernsehsenders FAB ist ein Zielgruppen orientierter Fernsehsender und bietet in Bezug auf die lokale Musikszene in Berlin eindeutige Formate. Aufgrund der unabhängigen Untersuchung über die Zuschauerquoten lassen sich aber keinerlei Aussagen über seine Reichweite machen. Aus persönlichen Bekanntenkreis kann ich aber nur sagen, daß sein Programm keine ernst zunehmende Größe auf dem regionalen Fernsehmarkt darstellt.

Offener Kanal Berlin

Der Offene Kanal Berlin wird von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) betrieben. Dieses Unternehmen ist eine unabhängige Anstalt des öffentlichen Rechts und ist neben anderem auch für die Zulassung und Kontrolle der privaten Radio- und TV-Sender sowie für die Frequenzen der einzelnen Kanäle zuständig. Sie kümmert sich um den weiteren Ausbau der Frequenz- und der Senderinfrastruktur in der Region und vertritt die Interessen der Länder Berlin und Brandenburg bei nationalen und internationalen Rundfunkorganisationen. Sie wird von einem Medienrat geführt, der aus sieben unabhängigen Mitgliedern besteht, die von den Länderparlamenten gewählt werden. Diese Mitglieder wählen aus ihrem Kreis einen Direktor. Die Finanzierung wird aus den allgemeinen Rundfunkgebühren, von denen sie zwei Prozent [\[27\]](#) erhält, bestritten [\[28\]](#).

Der Kanal sendet seit dem August 1985 über Frequenzen, Kabel und Satellit. Sein Ziel ist es, den Bürgerinnen und Bürgern in Berlin das Grundrecht auf freie Meinungsäußerung im Radio und Fernsehen einzuräumen. Deshalb kann jeder Volljährige, der einen Wohnsitz in der Bundesrepublik Deutschland hat, an dieser Stelle seine eigenen Sendungen produzieren und unentgeltlich senden. Technische Geräte werden im begrenzten Maße zur Verfügung gestellt, der Umgang mit ihnen kann erlernt werden. Werbung dahingegen ist verboten. Die Sendungen unterliegen zwar keinerlei Kontrolle oder inhaltlichen Vorgaben, die Produzenten sind aber eigenverantwortlich und dürfen nicht gegen geltendes Recht verstoßen. Der Offene Kanal will sich bewußt von den anderen Fernsehsendern absetzen.

"Der Offene Kanal Berlin ist ein Experimentierfeld für alle, die sich mit ihren Sendungen an eine größere Öffentlichkeit wenden wollen. Hier geht es also nicht um Einschaltquoten und Ausgewogenheit, sondern darum, dem glatten, professionellen Radio und Fernsehen endlich einmal selbst etwas entgegensetzen zu können. Die Sendungen im Offenen Kanal Berlin sind oft erfrischend unkonventionell gemacht, reichen von Sport, Kultur und Politik bis hin zu ganz persönlichen Gedanken zur Weltlage." [\[29\]](#)

Dies führt dazu, daß in diesem Kanal, ohne es abwertend zu formulieren, wirklich alles gesendet wird, was man sich vorstellen kann. Die Freiheit, die der Sender auf der einen Seite bietet, bedeutet auf der anderen Seite aber eben auch, daß für die Sendungen keine Bezahlung möglich ist, so daß größtenteils Amateure und Semi-Professionelle in ihrer Freizeit das Programm gestalten, was durch die begrenzten Mittel und Technik deshalb meistens auch qualitativ schlechter ausfällt als bei den anderen Sendern. Es gibt nur wenig festgelegte, sich wiederholende Formate, zudem ändert sich der Sendeablauf ständig. Das macht es in diesem Zusammenhang schwer genaue Angaben, über das Programm abzugeben. Unter anderem sind aber folgende Sendungen zu sehen.

Play me the blues (Videotexttafel 515) ist eine Sendung, in der die Bluesmusik und ihre Instrumentalisten im Mittelpunkt stehen. **Bei Pfeiffers ist Ball** (Videotexttafel 525, Kontakt: 030 - 37 32 57 3 oder 49 18 102) ist eine Live-Show aus dem Sendesaal des Offenen Kanals, bei der Künstlern die Möglichkeit gegeben wird, sich mit Musik, Tanz oder Artistik zu präsentieren und **United Network Productions** (Videotexttafel 540), ist ein Magazin über die neueste Dance- und Technoszene in Berlin. Zur Zeit sind zum Beispiel folgende Musiksendungen innerhalb einer Woche enthalten: Montag 22 Uhr **"Didos Musik-Show"** mit Künstlern, Verantwortlicher: Dieter Dost; Dienstag 17 Uhr (Wiederholung Samstag 16 Uhr) **"Karneval der Kulturen"** Dokumentation aus den Jahren 1996-98, Verantwortlicher: Rainer Wieczorek; Donnerstag 18 Uhr **"Hip Hop with Diamond Projects"** Line up: Paco, Pete Soul, Verantwortlicher: Murat Karaman. Es zeigt sich, daß es neben den hier angeführten Beispielen sicher noch weitere Versuche gibt, den Offenen Kanal Berlin zu benutzen, um die populäre Musikszene Berlins darzustellen und zu fördern, aufgrund der freien Struktur des Senders kommt es aber weder zu einem festen Platz innerhalb der kulturellen Lebens, durch die begrenzten Mittel der Produktion und die beinahe grenzenlose Eigenverantwortung sind den Magazinen enge Grenzen gesetzt. Zudem verfügt der Offene Kanal nur über ein sehr enges und wahrscheinlich sehr geringes Publikum, so daß keine Wirkungen von ihm ausgehen. Eine Menge weitere Sendungen, in der die populäre Musik besonders im Vordergrund stehen, sind vor allem in dem Radioprogramm des Offenen Kanals zu finden, da diese wesentlich billiger und unkomplizierter zu produzieren sind.

"Berlin House" auf VIVA-Musikfernsehen

Ausstrahlungstermin: Freitag 23 Uhr

Kontakt: Berlin House

Leuschnerdamm 13

10999 Berlin

Die Sendung aus und über Berlin auf dem Musiksender VIVA beschreibt ihr Programm und ihre Aussage schon im Titel. Hier wird die Stadt eindeutig mit dem Musikstil House-Musik gleichgesetzt, beziehungsweise umgekehrt. Dabei wird hier nicht nur House gespielt, sondern auch Techno und manch andere elektronische Musik. Nach Angaben des Kanals ist der Inhalt der Sendung "ein Blick hinter die Kulissen, Neuerscheinungen, News'n Gossip aus der Techno Szene und die Geheimtips der VJs und ihrer Gäste" [\[30\]](#) Dabei steht die Stadt Berlin im Mittelpunkt, die als "TechnoHouse-Metropole und Stadt der Love Parade" bezeichnet wird. Das Format setzt sich jedoch aus verschiedenen Punkten zusammen, die nicht alle einen Bezug zu Berlin haben, vielmehr dient diese Stadt als Aufhänger für eine Reihe von Themen. Denn neben den einzelnen Beiträgen werden zahlreiche Videoclips ausgestrahlt, die zwar aus dem Stilrepertoire entnommen sind und somit nicht der stündlichen Programmschiene des Kanals entsprechen, aber eben nicht alle aus Berlin kommen. Daneben gibt es zum Abschluß jeder Sendung einen Abschnitt, in dem aktuelle Veranstaltungshinweise auf Deutschland weite clubdates präsentiert werden [\[31\]](#), sowie eine Verlosung von Freikarten für ein bestimmtes Clubkonzert. Redaktionell gestaltet und moderiert wird die Sendung von dem Berliner DJ Disko, der sich meist für eine Sendung ein bestimmtes Thema aussucht, das in irgend einer Weise mit Berlin zusammenhängt. Dies kann einerseits ein aktuelles Konzert oder Festival in Berlin sein über das berichtet wird, wie zum Beispiel Berlin Atonal oder ein Künstler sein, der zur Zeit in Berlin ist, wie zum Beispiel Oskar Sala mit seinem Trautonium, ein DJ mit dem über seine Musik oder Musik im allgemeinen geredet wird, wie zum Beispiel Claude Young, oder aber es kann eine Berliner Institution im Musikgeschäft sein, über das informiert wird, wie zum Beispiel die Independent Company EFA [\[32\]](#). So wird ein Einblick in das Musikgeschäft von vielen verschiedenen Richtungen her gegeben, das stets vertrauenswürdig erscheint, da der Moderator selbst ein Teil dieses Geschäftes ist und so seine eigene Welt beschreibt und über die entsprechenden Kontakte verfügt.

Die Sendung ist in vielen Fällen bewußt in Kameraführung, Schnitt und Berichterstattung nicht professionell gestaltet und spricht ein nicht Publikum ohne große Vorbildung an [33]. Deutlich ist wahrzunehmen, daß Berlin dabei das Image der deutschen Musikstadt in diesem Musikbereich zugeschrieben werden soll, andere Musikstile und Genres der Stadt werden überhaupt nicht erwähnt.

MTV Music Television aus Berlin

Seit 1996 sendet der amerikanische Sender MTV auf seinem europäischen Ableger deutschsprachige Fenster, um gegen das Konkurrenzunternehmen VIVA anzukommen. Seit dem 18. Januar 1999 strahlt er nun auch täglich drei Stunden lang aus Berlin, wo für ihn eine 20köpfige Mannschaft arbeitet. MTV sendet wochentags zwei Formate aus seinem Studio "Magic Balloon" an der Budapester Straße, die Videoclip-Wunschsendung "MTV Select" und die interaktive Unterhaltungsshow "MTV live aus Berlin". Das Studio befindet sich im Erdgeschoß eines Eckhauses direkt gegenüber dem Breitscheidplatz und hat eine Glaswand nach draußen, so daß nicht nur Zuschauer im Studio sondern auch vor dem Fenster anzutreffen sind.

"MTV Select"

Ausstrahlungstermine: Montag - Freitag 14-15 Uhr,

Kontakt: Tel. 0190 - 51 33 30

Fax. 0180 - 51 80 100

select@mtvhome.de

Bei dieser Sendung werden die Videoclipwünsche der Zuschauer erfüllt, so daß die meiste Zeit eben diese ausgestrahlt werden. Dazwischen telefoniert der Moderator Peter Imhof mit den Zuschauern, stellt der Tip für den "Videoclip der Woche" vor, weist auf aktuelle Konzerte in Berlin hin und veranstaltet ein Preisausschreiben. An manchen Tagen hat er einen prominenten meist deutschen Musiker als Gast, mit dem er die Sendung bestreitet, den er interviewt und dessen CD Neuveröffentlichungen an Zuschauer verschenkt werden. Während der Gespräche wird öfter, soweit das Wetter es zuläßt, auf die Außenkameras umgestellt, die von dem Breitscheidplatz zu dem Studio hin schwenken. Ein besonderer Bezug zur Stadt Berlin läßt sich aber außer bei den Veranstaltungshinweisen nicht erkennen.

"MTV live aus Berlin"

Ausstrahlungstermin: Montag - Freitag 15 -17 Uhr

Kontakt: Tel. 030 - 59 00 11 34 / 36

Fax. 030 - 59 00 11 33

mtvlive@mtvhome.de

Die zweistündige interaktive Sendung wird von Christian Ulmen, Claudia Lagner und Peter Imhof moderiert, wobei Christian Ulmen meist für alle kabarettistischen und komödiantischen Einlagen zuständig ist, Claudia Lagner die Neuigkeiten aus der Musikszene präsentiert und mit Peter Imhof die Interviews mit den Gästen führt, der hinwiederum auch für das Publikum außerhalb der Studios zuständig ist und mit denen ein täglich wechselndes sogenanntes "Hürdenlauf"-Spiel veranstaltet. Das Konzept der Sender ist vor allem auf die Themen, Interessen und Probleme der Jugendlichen zugeschnitten. Sinn der Sendung soll folgender sein:

"Man will darüber informieren, was in Berlin abgeht: das Clubleben, Konzerte, Klatsch und Tratsch über Promis und was Jugendlichen sonst noch so Spaß macht." [34]

Der Bezug zur Stadt Berlin ergibt sich vor allem durch den Standort, der sich mitten in dem westlichen Stadtzentrum befindet, und somit das Wahrzeichen "Gedächtniskirche" und die weltbekannte Einkaufsmeile "Ku'damm" Deutschland weit verbreitet. Daneben bietet Berlin als Großstadt nicht nur durch sichere Zuschauer und "Fenstergäste" stets eine passende Ausgangslage für dieses Format, sondern auch ein große Angebot aller Stile innerhalb der Musikszene, so daß jederzeit auf Genre eingegangen werden kann und darüber die Einwohner befragt werden können. Ein direkter Bezug zur Berliner Musikszene ist aber zur Zeit der Untersuchung nicht gegeben, es werden entweder augenblickliche nationale Topstars oder internationale erfolgreiche Künstler eingeladen. Das Format könnte zweifelsfrei auch in jeder anderen Großstadt aus produziert werden.

Die deutschen Fenster von MTV werden immer in Großstädten produziert, deshalb lag es nahe, eines auch in der Hauptstadt herzustellen. Dem Zielpublikum und der nationalen Reichweite des Senders entsprechend werden aber eher überregional bekannte Musikstars präsentiert, die sich zur Zeit vor allem in Bereichen Pop, Dance und HipHop finden.

Schlußbemerkungen

Bei der Betrachtung der regionalen Fernsehsender in Berlin und der Sendungen der überregionalen Sender aus und über Berlin zeigt sich, daß jeder Kanal sehr individuelle Vorstellungen von dem verbreitet, was die lokale Musikszene in Berlin ist. Vorneweg der öffentlich-rechtliche Sender B1 definiert das Kulturleben außer bei besonderen Großveranstaltungen besonders durch die Berliner "Hochkultur", wie sie in Theater, Oper und Ausstellungen repräsentiert wird. Der größte regionale Privatsender TV.Berlin dahingegen, sieht die Kultur schon durch andere Augen. Zwar spielen Theater und Varieté auch hier eine große Rolle, jedoch hat er eigene Formate entwickelt, die sich mit der Berliner Musikszene beschäftigen, nicht nur in den Bereichen für Jugendliche wie in der Sendung "Spy" sondern auch für Menschen um die dreißig in "Unterwegs in Berlin". Das Bild, das sich die beiden Musiksender MTV und VIVA von der Musikszene in Berlin machen und das sie als Bild von Berlin durch ganz Deutschland senden, unterscheidet sich wiederum wesentlich voneinander. Schildert VIVA mit der Sendung "Berlin House" Berlin als das "Mekka" von Techno und Housemusik, so benutzt MTV die Kulisse der Hauptstadt nur, um seine Anrufsendungen und interaktive Shows zu produzieren.

Adressen

Berliner Fernsehanstalten

Sender Freies Berlin (B1)

Masurenallee 8-14
14057 Berlin
Tel. 030 - 30 31 - 0
<http://www.sfb.de>

FAB Fernsehen aus Berlin GmbH

Hardenbergplatz 2
10623 Berlin
Tel. 030-262 93 01
Fax. 030 - 261 90 36
info@fab.de
www.fab.de

Offener Kanal Berlin

Voltastraße 5
13355 Berlin
Tel. 030 - 46 40 05 0
Fax. 030 - 46 40 05 98
okberlin@t-online.de
www.okb.de

TD 1 Türkisch-Deutschsprachige Kabel-TV GmbH

Pankstr. 54
13357 Berlin
Tel 030 - 46 52 01 1

TV.Berlin

Fernseh-Programmgesellschaft mbH
Hausvogteiplatz 2
10117 Berlin
Tel. 030 - 2090 9 - 0
Fax. 030 - 20 90 9 - 915
zuschauerredaktion@tvb.beehive.de
www.tvb.de
(Homepage befindet sich noch im Aufbau)

Überregionale Fernsehanstalten mit Sitz in Berlin

ARD-Studio Berlin Fernsehen

Schadowstr. 6
10117 Berlin
Tel. 030 - 22 90 39 3
(mittlerweile ersetzt durch Hauptstadtstudio in Berlin Mitte)

BBC British Broadcasting Corporation

Savignyplatz 6
10623 Berlin
Tel 030 - 31 50 40 24

Mitteldeutscher Rundfunk Korrespondentenbüro

Matthias Reiche
Zimmerstr. 54
1.... Berlin,
Tel. 030 - 20 16 53 09

NDR International TV-Produktions GmbH

Rudower Chaussee 3
12489 Berlin
Tel. 030 - 67 75 50 8

ntv Nachrichtenfernsehen GmbH & Co.KG

(Tochtergesellschaft von CNN - Cable News International Inc.)
Taubenstr. 1
10117 Berlin
Tel. 030 - 20 19 0 - 0
Fax.: 030 - 20 19 0 - 50 5

ProSieben Television

ProSieben Media AG
Hohenzollerndamm 152
14199 Berlin
Tel. 030 - 82 09 9 - 247

SAT 1 Regional GmbH

Budapester Str. 40
10787 Berlin
030 - 20 90 - 0

Westdeutscher Rundfunk (ARD)

Schadowstr. 6
10117 Berlin
Tel. 030 - 22 69 5 - 02

Deutsche Welle

Masurenallee 8
14057 Berlin

Zweites Deutsches Fernsehen

Oberlandstr. 88-89
12099 Berlin
Tel. 030 - 75 76 1 - 0

Regionales Fernsehen in Brandenburg

Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg

August-Bebel Straße 26
14482 Potsdam
Tel. 0331 - 73 1 - 0

Überregionale Sender mit Sendungen aus Berlin

MTV Network GmbH

Bramfelder Str. 3se 117
22305 Hamburg
Tel. 040 - 61 15 0 - 0
www.mtvhome.de

VIVA Fernsehen GmbH & Co. KG

Im Mediapark 7
50670 Köln
Tel. 0221 - 57 44 - 0
www.vivaliebtlich.de

Endnoten

1. Adressen aller Sender befinden sich im Anhang.
2. Der Lichtmangel trifft vor allem bei kleineren Konzerten zu.
3. Dies ist bei Aufnahmen aus Diskotheken der Fall, die durch schnell wechselnde Beleuchtung zwar innerhalb der Raumes erfahren werden kann, im Fernseher durch das kleinere Format aber nicht immer ein sendefähiges Bild ergeben. Was "sendefähig" genannt wird, wird natürlich immer von den Kanälen selber definiert und kann stark voneinander abweichen.
4. Gedacht sei hier an Musik, die besonderen Wert auf den Klang und/oder den Text legt, aber nur auf Tonträger vorliegt und weder durch Personen oder durch konkrete Bilder umgesetzt werden kann, wie dies bei reinen Studioproduktionen der Fall ist.
5. Dies trifft besonders für die Tanzmusik zu, deren Reiz nur durch den Tanz selber erfahren werden kann, nur bedingt durch das Zusehen und Hören.
6. Gemeint ist hier Filmmusik in allen Bereichen, auch bei Berichterstattung und diversen Magazinen.
7. Vor allem bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten wird weitaus häufiger über die populäre Jugendkulturen berichtet, als sie einfach kommentarlos zu präsentieren.
8. Im Gegensatz zu Tonträgern oder Videos kann der einzelne Zuschauer nicht bestimmen, wann und was er etwas sehen und hören will. Der Sender muß also feststellen, wann die Mehrheit seiner potentiellen Zuschauer das Entsprechende sehen will.
9. Die Aussagekraft dieser regionalen Analysen ist immer wieder umstritten, da Berlin weit bei einer solchen Untersuchung nur 390 Haushalte als repräsentativ ausgewählt werden.
10. Angaben laut einer internen Bekanntgabe des SFB durch die Direktion.
11. Laut Allensbacher Werbeträger-Analyse hatte VIVA 1998 täglich 3,9 Millionen Zuschauer, MTV 2,7 Millionen Deutschland weit.
12. Unter Berufung auf die GfK-Fernsehforschung.
13. Dies ist als Folge der politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen Nachkriegszeit in Berlin anzusehen.

14. Dies wird sich schon im April 1999 ändern, da ein den ganzen Tag über mehr Informations-sendungen ausgestrahlt werden sollen.
15. Informationen unter <http://www.sfb.de>
16. Auf letzteres deuten Sendeprobleme beim Ton zu bestimmten Zeiten der Übertragung hin.
17. Informationen unter <http://www.tvm.de>
18. Dies kann unter Umständen zu höchst seltsamen Ereignissen führen. So wurde in der Woche vom 4.-10.1.99 ein Portrait über Fritz Egner ausgestrahlt, der seinen Beruf als Moderator bei einem bayrischen Radiosender aufgibt. Trotz des Bekanntheitsgrades der Person ließ sich wirklich überhaupt kein Zusammenhang innerhalb des auf Berlin ausgerichteten Programms für diesen Bericht herstellen.
19. Der zuständige Chef-Programmplaner Gunter Kitzinger arbeitet ebenfalls für beide Sender. 🌱
20. Informationen unter <http://www.flyer.de>
21. Informationen unter <http://www.wild-site.de>
22. Die Werbepartner von tv.münchen sind dahingegen wesentlich zahlreicher.
23. Die Parallelentwicklung in München läßt aber hoffen: dort stieg der Marktanteil in den Jahren von 1994 bis 1998 von 2,2% auf 7,0 %.
24. Informationen laut augenblicklichen internen Angaben zum "Markt und Leistung" von tv.münchen.
25. Informationen siehe <http://www.fab.de>. Dieses Zitat stammt vom 16.8.1998.
26. Diese Umfrage soll im Jahr 1999 wiederholt werden.
27. 1996 waren das 12,6 Millionen Mark.
28. Informationen unter <http://www.mabb.de>
29. Information unter <http://www.okb.de>
30. Informationen unter <http://www.vivaliebtich.de>
31. Alle Angaben können auch über die Homepage des Senders abgerufen werden.
32. Die Beispiele beziehen sich auf Sendungen im Januar und Februar 1999.
33. So wird zum Beispiel der Unterschied zwischen E- und U-Musik und das Wort "atonal" eigens erklärt.
34. Tagesspiegel 18.1.1999