

Wirtschaftsbilder in der Fernsehunterhaltung

Eine Analyse der Langzeitreihen deutscher Fiction: „Tatort“ und „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“

Hamburg Media School (HMS):

Prof. Dr. Oliver Castendyk, MSc., Tim Kirchner, Juliane Müller, Elisabet Richter, Srdjan Tošić

Institut für empirische Medienforschung (IFEM):

Dr. Udo Michael Krüger, Dr. Karl H. Müller-Sachse, Christiane Müller, Thomas Zapf-Schramm



Zusammenfassung

Für die explorative Pilotstudie zur Repräsentation von „Wirtschaft“ in fiktionalen Fernsehsendungen wurden zwei gleichermaßen populäre wie in formaler und inhaltlicher Hinsicht höchst unterschiedliche Langzeit-Unterhaltungsformate, die ARD-Krimireihe „Tatort“ und die RTL-Daily-Soap „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (GZSZ), untersucht.

Der „Tatort“ ist die erfolgreichste Serie der Bundesrepublik Deutschland. Er erreicht im Durchschnitt acht Mio. Zuschauer; knapp drei Viertel der deutschen Bevölkerung schauen – zumindest hin und wieder – einen „Tatort“. Keine fiktionale Produktion in Deutschland hat eine ähnlich hohe Verbreitung und Bekanntheit wie die älteste Krimireihe Deutschlands. „GZSZ“ ist seit 20 Jahren die erfolgreichste Daily Soap. Sie wird von durchschnittlich fast vier Mio. Zuschauern gesehen und hat in der Zielgruppe der 24-49-Jährigen einen Marktanteil von 22 %. Insbesondere bei den jüngeren Zuschauern zwischen 14 und 29 Jahren erreicht sie einen hohen Identifikationsgrad.

Mit dem methodischen Instrument der quantitativen und der qualitativen Inhaltsanalyse wurde eine Bestandsaufnahme vorgenommen, um die Entwicklung fundierter Hypothesen über das in Fictionsendungen kultivierte Wirtschaftsbild zu ermöglichen: In *welchem* Ausmaß wird *was* als Wirtschaft, *wie* und *warum* dargestellt. Mit einem methodisch kontrollierten Verfahren wurden 70 „Tatort“-Folgen aus den letzten zehn Jahren und 89 „GZSZ“-Episoden aus den letzten vier Jahren als untersuchungsrelevante Fälle identifiziert und anhand von Videoaufzeichnungen codiert und quantitativ analysiert. Außerdem wurden exemplarisch sechs der acht „Tatort“-Folgen und vier der Handlungsstränge von „GZSZ“ mit dem thematisch höchsten Wirtschaftsbezug näher untersucht. Ergänzend wurden dazu die „Macher“ (Drehbuchautoren, Produzenten, Redakteure) dieser Folgen bzw. Handlungsstränge befragt.

Die Studie nimmt nicht für sich in Anspruch, die deutsche Fernsehrealität insgesamt abzubilden, sondern weist explorative Ergebnisse auf, die nicht für das gesamte TV-Programm gelten.

A. Quantitative Analyse

Wirtschaftsthematisierung im „Tatort“

Nach den Befunden der systematischen Inhaltsanalyse ist Wirtschaftsbezug mit unterschiedlicher Intensität durchschnittlich in jedem fünften „Tatort“ von 333 Erstausstrahlungen zwischen 2002 und 2011 anzutreffen. In den übrigen vier Fünfteln werden im „Tatort“ Themen aus anderen gesellschaftlichen Teilbereichen behandelt, in denen Wirtschaft keine relevante Rolle spielt. Aber auch in den 70 untersuchungsrelevanten „Tatort“-Episoden ist die Intensität der Wirtschaftsthematisierung quantitativ zu relativieren, denn **nur ein knappes Drittel davon enthält Wirtschaft als Hauptthema**, im übrigen Teil erscheint Wirtschaft als ein Nebenthema oder Randthema.

Wenn Wirtschaftsthemen im Unterhaltungsformat verwendet werden, spielen häufig private Lebensbereiche der Akteure, insbesondere zwischenmenschliche Beziehungen und Konflikte, eine motivierende Rolle. Seltener kommen Wirtschaftsthemen in Verknüpfung mit Themen des öffentlichen Lebens in Politik, Gesellschaft oder Wissenschaft vor. Als Handlungsträger der Wirtschaft treten daher auch am häufigsten Personen in Privatrollen auf, erst an zweiter Stelle rangieren Funktionsträger von Unternehmen. Inhaltliche Vielfalt der Wirtschaftsthematisierung kommt in 70 „Tatort“-Episoden zustande durch 140 verschiedene Unternehmen, die sich auf ein breites Spektrum von Wirtschaftsbranchen verteilen. Nach ihrem konkreten Produktbezug unterschieden, rangieren Bau, Handel, Gastronomie und Finanzdienstleistungen auf den vorderen Rangplätzen. Hinzu kommen zahlreiche Tätigkeiten, die zu einem facettenreichen Gesamtbild führen. Weit über die Hälfte der Unternehmen sind Kleinbetriebe und mittlere Betriebe. Nur ein geringer Anteil besteht aus Großunternehmen oder Konzernen. Die Aktivitäten und Themen von Unternehmen, die den **Bereich Arbeit und Personalwesen** betreffen, werden überwiegend von **negativ aufgeladenen Begriffen** wie Mitarbeitermanipulation, Intrigen, Abhängigkeit, Lohnbetrug, Kurzarbeit, Personaleinsparung, Schwarzarbeit, Entlassung, Lohndumping geprägt. Im größeren Teil der unternehmensbezogenen Thematisierung geht es hauptsächlich um Ressourcenmanagement, Kundenbeziehungen, Staat/Steuern/Subventionen, Banken und Besitz/Eigentum.

Dass im „Tatort“ ein Teil der Wirtschaftsthematisierung mit **Wirtschaftskriminalität** in Zusammenhang steht, ist genrebedingt zu erwarten, jedoch bleibt er quantitativ relativ begrenzt. Am meisten Beachtung finden dabei die Delikte Unterschlagung/Betrug, Schwarzarbeit, Bestechung/Korruption, Scheinfirma, Geldwäsche/Schwarzgeld. Die Thematisierung von Wirtschaftskriminalität ist am intensivsten in den Jahren 2007 bis 2009.



Wesentlichen Anteil an den Wirtschaftsbildern im „Tatort“ haben die Akteure mit ihrer genrebedingten Rollenverteilung, ihren Berufspositionen, Sympathiewerten und Wertorientierungen.

Als relevante Wirtschaftsakteure treten Unternehmer, Manager und Angestellte auf.

Die Krimilogik der „Tatort“-Reihe geht einher mit einer Rollenverteilung, wonach die Protagonistenrolle den Kommissaren vorbehalten ist, während die übrigen Akteure und damit auch die Wirtschaftsakteure, insbesondere Unternehmer und Manager, für Rollen als Opfer, Verdächtige, Täter oder Sonstiges vorgesehen sind. Das **Krimirollenmuster führt zu einer asymmetrischen Sympathieverteilung** der Akteure. Den höchsten positiven Sympathiewert erreichen die Kommissare, Verdächtige werden überwiegend unsympathisch, Täter teils unsympathisch, teils sympathisch dargestellt. Bei Unternehmern und Managern überwiegen in diesen Rollen die unsympathischen, bei Angestellten die sympathischen Charaktere.

Die in der Charakterisierung der Akteure erkennbaren Wertorientierungen lassen Angestellte überwiegend mit privatem Harmoniestreben, als sozial-kommunikativ und mit beruflicher Leistungsorientierung erscheinen. **Leiter/Manager dagegen werden teils als egoistisch-materiell** und teils mit beruflicher Leistungsorientierung dargestellt. Bei Unternehmern überwiegt eine egoistisch-materielle Orientierung vor krimineller und beruflicher Leistungsorientierung. Unternehmer werden vor allem dann als egoistisch-materielle Charaktere dargestellt, wenn Wirtschaftsbezug das Hauptthema ist, der Unternehmer die Wirtschaftselite verkörpert und in einer Hauptrolle auftritt.

Dieser Befund stützt für den „Tatort“ die **Hypothese: Je größer die soziale Distanz zwischen „unten“ und „oben“ erscheint, desto negativer wird das Bild der Wirtschaftselite**. Allerdings trifft diese extreme Merkmalskonstellation im „Tatort“ nur für sieben von 114 Unternehmerauftritten aus diversen Branchen und Betriebsgrößen zu. Es handelt sich also um wenige normabweichende Fälle, die in dieser Form nicht als „das Wirtschaftsbild“ verallgemeinert werden können. Würde man das negativ stereotypisierte Wirtschaftsbild dieser Funktionseelite im fiktionalen „Tatort“ **mit der Häufigkeit realer Wirtschaftsskandale in der Wirtschaftsberichterstattung der letzten zehn Jahre konfrontieren**, dann würde sich der „Tatort“ als relativ zurückhaltend erweisen.



Wirtschaftsthematisierung in „GZSZ“

Wirtschaftsthemen kommen in „GZSZ“ in geringerem Umfang und geringerer Intensität vor als im „Tatort“. In allen Bereichen der Inhaltsanalyse, in der Zahl der Unternehmen, Locations, Themen und Akteure erscheinen

Wirtschaftsdarstellungen in „GZSZ“ weniger umfangreich, komplex und vielfältig.

Inhaltliche Unterschiede zum „Tatort“ ergeben sich auch hier genrebefdingt, jedoch mit anderen Folgen. Wirtschaftsdarstellungen werden aus der Perspektive jüngerer Protagonisten in emotional dazu passende Handlungen umgesetzt. Unternehmer und Manager als Repräsentanten der Wirtschaftselite kommen in den „GZSZ“-Geschichten ebenso wenig vor wie Arbeitskonflikte und Wettbewerbsstrategien in Großunternehmen und Konzernen. Der zielgruppenorientierten Daily Soap geht es in erster Linie um emotionale Konflikte und private Beziehungen, die das Interesse und die Aufmerksamkeit der Zielgruppe finden. Wirtschaftsthemen wie zum Beispiel Wege zur beruflichen Etablierung ergeben sich in diesem Rahmen aus der inszenierten Alltagsrealität des Szenemilieus Gastronomie, Medien, Mode und entsprechen den begrenzten Settings schneller und kostengünstiger Produktion. Dies findet in einem überwiegend positiven Werteklima der Lebensbejahung statt, insofern erscheint das, was inhaltlichen Bezug zum Wirtschaftsleben hat, auch in einem positiveren Umfeld als im „Tatort“.



B. Qualitative Analyse

Darstellung von wirtschaftlichen Vorgängen, Managern und Unternehmern

Die Verantwortlichen stellen an den „Tatort“ den **Anspruch, die deutsche Wirklichkeit sachlich richtig darzustellen**. Zu diesem Zweck werden z. T. sogar die Drehbücher von Experten (z.B. bzgl. Polizeiarbeit oder medizinischen Fakten) überprüft. Von den Drehbuchautoren wird erwartet, dass sie auch die wirtschaftliche Thematik der jeweiligen Folge genau recherchieren. Wir haben die sechs untersuchten Folgen mit Hilfe eigener Experten auf sachliche Richtigkeit überprüft. Das Ergebnis: Sachliche Fehler im Sinne eines Geschehensablaufs, der sich so in der Realität nicht hätte abspielen können, sind tatsächlich die Ausnahme. Die wenigen Fehler sind z. T. vom Autor aus dramaturgischen Gründen bewusst eingesetzt. **Allerdings werden die Realitätselemente oft in einer Weise zusammengesetzt, dass sie in dieser verdichteten Form in der Realität selten vorkommen dürften**. So sind etwa die Missbräuche in der Discounter-Branche allesamt dokumentiert, aber werden in dieser Häufung nicht vorkommen.



Auch die Autoren von „GZSZ“ haben bei der Recherche für ihre Plots mit Wirtschaftsbezug recherchiert und sogar fachliche Hilfe in Anspruch genommen. Ihre Darstellung der Wirtschaft ist zwar oft sehr vereinfacht, aber sachlich richtig. Auch hier gibt es **dramaturgisch veranlasste Ausnahmen**, wenn etwa das Handeln von Behörden oder von Banken eindimensional und z.T. unrichtig dargestellt wird.

In den **sechs** untersuchten „Tatort“-Folgen erscheinen Unternehmer und Manager ganz überwiegend unsympathisch und in negativem Licht. Vom Habitus entsprechen sie dem Klischee: Anzug, tadellos sitzender Schlips, teures Fahrzeug, luxuriöse Wohnstätte. Ihre Sprache ist distanziert, immer hochdeutsch, oft durchsetzt mit englischen Ausdrücken. Diese Ausdrücke wie etwa „**buy it, strip it, flip it**“ oder „**fit for fusion**“ werden dramaturgisch nicht nur als Ausdruck von Arroganz und Entfernung von ihren Untergebenen verwendet, sondern auch als Methode der Mächtigen dargestellt, unliebsame Sachverhalte zu verschleiern.

Insbesondere die Manager werden als sehr fleißig, effizient und **emotionsarm** beschrieben. Sie opfern für ihre beruflichen Ziele ihr Privatleben und gehen über die Interessen und Gefühle ihrer Kollegen oder Kunden nonchalant hinweg. Unsympathisch werden sie durch ihre Arroganz, ihre emotionale Kälte, ihre Rücksichtslosigkeit bei der Verfolgung der Firmeninteressen. Unternehmer werden hingegen weniger unsympathisch dargestellt. Auch sie sind im „Tatort“ egoistisch und materiell orientiert, gleichzeitig aber haben sie sich eine gewisse menschliche Wärme bewahrt.

Unabhängig von Unternehmer- und Managerbild wird die Arbeitswelt als tendenziell kalt, auf Effizienz und auf „Ausbeutung“ ausgerichtet, gezeichnet. Dies beginnt beim „look“, der in kalten Farben gehaltenen Arbeitswelt und endet bei Dialogen, die in fast allen Folgen vom *Druck* handeln, unter dem die Arbeitnehmer (und Manager) stehen, ständig „Top-Performer“ zu sein. Im Gegensatz dazu steht häufig die Arbeitswelt der Kommissare in der Behörde, die zwar weniger schick und aufgeräumt, dafür aber menschlicher und solidarischer erscheint.

In den untersuchten Handlungssträngen von „GZSZ“ wird die Arbeitswelt hingegen eher als Chance für eine – wenn auch schwierige – Selbstverwirklichung begriffen. Dies hängt auch damit zusammen, dass die Arbeitswelt Teil der „GZSZ“-Umgebung ist, bei der die Protagonisten vor allem ihr Privatleben mit den für Daily Soaps üblichen personalen Konflikten führen.

Aufgrund seiner Struktur (Tat – Ermittlung – Aufklärung – Sanktionierung) bildet ein Kriminalfilm ein narratives Gerüst, bei dem am Ende die Ordnung wiederhergestellt wird. Krimis sind daher schon von Natur aus ein **normbezogenes Genre**. Die staatlichen Ermittler fungieren dabei als normvermittelnde und bestätigende Instanz. Ihrer Haltung zu wirtschaftlichen Geschehnissen kommt deshalb besondere Bedeutung zu.



Aus der Normperspektive ist auffällig, dass der „Tatort“ von *Abgezockt* bis *Lohn der Arbeit*, über *Schichtwechsel*, *Schweinegeld*, *Tod einer Heuschrecke* und *Unter Druck*, *Zahltag* bis *Time Out*, bis zu *Spätschicht* und *Kassensturz*, **immer wieder das Thema der Ausbeutung von Mitarbeitern moralisch bewertet**. Stets geht es um den drohenden Verlust des Arbeitsplatzes, der niemals sinnvolle ökonomische Gründe oder individuell



verschuldetet Ursachen hat. Stattdessen finden sich immer wieder die Manager oder Unternehmer, die ihre Mitarbeiter entlassen oder mit Entlassungsdrohungen unter Druck setzen, um den Gewinn zu erhöhen oder einfach nur, um ihre Macht zu zeigen.

Die Ermittler vertreten mit Bezug auf Wirtschaft und Arbeitsfeld den **Primat der Solidarität**, des Miteinanders und der privaten Interessen. Dem extremen Arbeitsethos der Manager, ihrer ständigen Verfügbarkeit, großen Leistungsbereitschaft und überlangen Arbeitszeiten, setzen die Ermittler ihr lebensweltlich geprägtes „Das sollte man nicht wollen!“ entgegen. Auf der Realitätsebene gibt es keine Unterschiede, denn auch die Ermittler machen viele Überstunden. Aber auf der normativen Ebene bewerten die Manager diesen Tatbestand positiv und nachahmenswert, die Kommissare nicht.

Möglichkeiten zur differenzierten Normbewertung werden nur selten genutzt. So zeigt *Kassensturz* durchaus den Zusammenhang von Effizienz und günstigen Preisen im Discounter-Bereich. In *Im Visier* werden die Bauern nicht nur als Opfer, sondern auch als aktive Beteiligte am Aktiengeschäft mit der später wertlosen Aktie der Claudius AG erwähnt. **Es überwiegt jedoch eine einfache „Schwarz-Weiß-Darstellung“** wirtschaftlicher Verhältnisse sowie von Managern und Unternehmern.

Die von „Tatort“ und „GZSZ“ mit Bezug auf „Wirtschaft“ vertretenen Werte sind durchweg **postmaterialistisch/sozial** und nicht materiell/individuell. Im Rahmen des Wertewandels vertreten die beiden Formate **Mehrheitsmeinungen**. Die beiden Serien sind nicht untypisch für fiktionale Fernsehunterhaltung, die sich eher **am moralischen Mainstream orientiert**. Die Sendungen vertreten nur insoweit eine **eigene normative Agenda**, als dass sie die relativ jüngeren, postmateriellen Mehrheitswerte gegenüber älteren materiellen Werten bevorzugen.



Mögliche Gründe der Darstellung

Anhand der Analyse der handelsüblichen Drehbuchliteratur und der Gespräche mit den Autoren und Produzenten der beiden Formate wurde untersucht, ob es zwingende dramaturgische Gründe für die **oft stereotype Darstellung** von Wirtschaft, Managern und Unternehmern geben könnte. Als Ergebnis lässt sich festhalten: Die **klischeehafte Darstellung ist nur im Einzelfall erforderlich**. In der Regel betonen Anleitungsliteratur und die Drehbuchautoren selbst, dass Figuren, auch Antagonisten in einem Krimi, besser mehrdimensional und originell gezeichnet werden sollten. Diverse Studien haben gezeigt, dass **die Gefahr einer Stereotypisierung umso größer ist, je geringer die eigene Erfahrung mit dem jeweiligen Lebensbereich ist**. Je weniger man z.B. Migranten aus der Türkei kennt, desto größer die Gefahr, sie klischeehaft wahrzunehmen. Wir haben deshalb die Macher gefragt, ob sie, z.B. durch entsprechende berufliche Tätigkeit oder ein Studium, eigene Erfahrungen mit Wirtschaft, Managern

und Unternehmern gesammelt haben. Im Gegensatz zu den Autoren von „GZSZ“ hat dies beim „Tatort“ die ganz überwiegende Mehrheit der Macher verneint. Es erscheint deshalb nicht ausgeschlossen, dass die Wirtschaftsferne der „Tatort“-Autoren der genannten sechs Folgen zur teilweise klischeehaften Darstellung beigetragen hat.



Die Beteiligten beim „Tatort“ gaben außerdem an, dass sie sich mit Bezug auf soziale Problemdarstellungen an der aktuellen Medienagenda orientiert haben. D.h., dass ein „Tatort“ oft ein sozialkritisches Thema aufgreift, das – aufgrund der **z.T. mehrjährigen Drehbuchentwicklungs- und Produktionszeit – etwa ein bis zwei Jahre** vor der Ausstrahlung die Medien beherrscht hat. Aufgrund öffentlicher Äußerungen, auch von an der Untersuchung nicht beteiligten „Tatort“-Regisseuren und -Autoren, scheint diese „zeitlich verschobene Medienagenda“ und eine in diesem Sinne **begrenzte Selbstreferentialität** der Medien typisch für den „Tatort“ zu sein.

