

Zu Besuch beim ZDF

AGV im Gespräch mit Dr. Claus Kleber

VON SEBASTIAN SASSE

Die Welt ist unübersichtlich. Trotzdem wollen wir die Übersicht behalten. Für viele Menschen ist das Tor zur Welt der Fernseher. Wenn irgendwo in der Welt etwas passiert, flimmern schon kurze Zeit später die Bilder zu dem Ereignis über den Bildschirm. So bekommt der Fernsehzuschauer einen authentischen Einblick in die Geschehnisse vor Ort. Zumindest wird ihm dies suggeriert. Weil so tagtäglich eine Unmenge an Informationen auf den Medienkonsumenten einströmen, wird es für ihn immer schwieriger einzuschätzen, was wirklich wichtig ist. Sicherlich schaut man sich lieber prachtvoll inszenierte Hochzeiten des europäischen Hochadels als Bilder von den Opfern eines Erdbebens an. Und bestimmt besitzen für einen Großteil der Bevölkerung die Eskapaden eines Party-Girls wie Paris Hilton einen größeren Unterhaltungswert als die Parlamentswahlen in Paraguay. Aber kommt es wirklich nur darauf an, was den Zuschauern gefällt? Haben Medien nicht auch eine Informationspflicht? Nicht umsonst wird ihnen von Demokratie-Theoretikern die Rolle einer „Vierten Gewalt“ zugeschrie-



ben. Durch ihre Berichterstattung sollen sie dem Staatsbürger dabei helfen, eine politische Meinung zu bilden. Eine Meinung eben, so die Idealvorstellung, die sich nicht aus Vorurteilen bildet, sondern sich an Fakten orientiert. Darüber, inwieweit die Medien diesem Anspruch heute noch gerecht werden, diskutierten die Spitzen der katholischen Korporationsverbände im Rahmen des „Dialogprogramms“ der Arbeitsgemeinschaft der katholischen Studentenverbände (AGV) mit einem, der es wissen muss: Claus Kleber (CV), dem Leiter der Redaktion des „Heute Journals“.

Kleber ist ein Sympathieträger. Das weiß auch sein Haussender, das ZDF. Auf große Banner ist sein Bild gedruckt, darunter der Slogan, mit dem der Sender für sich wirbt: „Mit dem Zweiten sieht man besser.“ Was aber bedeutet „besser sehen“? Neben den Kleber-Plakaten hängt in der ZDF-Sendezentrale auf dem Mainzer Lerchenberg das Bild eines an-



Claus Kleber diskutiert mit den AGV-Vertretern

deren, der ebenfalls zu den Stars des Senders gehört: Thomas Gottschalk. Beide Publikumsliebhaber nebeneinander – ein Symbol für die Strategie des ZDF. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat den Auftrag, seinem Zuschauer eine Rundumversorgung zu garantieren. Das Unterhaltungsprogramm hat also hier genauso seinen Platz wie Nachrichtensendungen. Genau diese Ausgewogenheit zwischen den einzelnen Programmteilen ist wohl gemeint, wenn das ZDF behauptet, dass man mit ihm „besser sehe“. Bedeutet dieser Ansatz doch, dass die einzelnen Programm-Sparten nicht gegeneinander ausgespielt werden können. Der Zuschauer kann sicher sein, dass hier sein Informationsbedürfnis ausreichend befriedigt wird.

Quote darf nicht alleiniger Maßstab sein

Claus Kleber ist davon überzeugt, dass die Zuschauer diesen Zusammenhang erkennen. „Die Menschen wissen, dass sie bei uns seriös informiert werden“, stellt er fest. „Das hat sich etwa am 11. September 2001 gezeigt. Da hat keiner die Privaten geguckt.“ Freilich weiß der 52-jährige Journalist auch, dass man sich auf diesem Vertrauensvorschuss nicht ausruhen darf. So ist es wohl kein Zufall, dass Kleber die Vertreter der katholischen Korporationsverbände vor einem riesigen Modell der ZDF-Sendezentrale empfängt. „Hier entsteht das modernste Nachrichtenstudio Europas. Vielleicht sogar der Welt“, sagt er und zeigt auf ein Gebäude in einem Randbezirk des ZDF-Areals. „Ich war heute Morgen noch bei einer Besichtigung. Ich bin zuversichtlich, dass wir bald von dort senden werden.“



Nach dem Gespräch stellt sich Claus Kleber mit den AGV-Vertretern zum Gruppenfoto.

„Überall dabei sein, niemals dazugehören“

Kleber gehört zu den profiliertesten Fernsehjournalisten der Republik. 15 Jahre lang arbeitete der promovierte Jurist als Korrespondent der ARD in Washington, danach leitete er das Studio des Senders in London. Seit 2005 ist er nun beim ZDF und moderiert das „Heute Journal“. Kleber hat eine klare Vorstellung davon, was ein Journalist zu leisten hat. Ein anderer Großer seiner Zunft, Hans-Joachim Friederichs, hat dieses Ideal einmal so beschrieben: „Überall dabei sein, niemals dazugehören.“ „Wir wollen den Menschen einen Überblick über die Ereignisse des Tages geben“, beschreibt Kleber sein Ziel. Damit dies gelingen könne, dürfe man aber nicht Partei ergreifen, sondern müsse unabhängig bleiben. „Entscheidend ist für uns: Was ist für den Zuschauer wirklich interessant.“ Diese Frage zieht sich denn auch wie ein roter Faden durch den Arbeitstag von Kleber und seiner Redaktion. Immer wieder müssen die Inhalte der Sendung der Tagesaktualität angepasst werden. Im Notfall auch kurz vor Sendebeginn.

Wissen die Zuschauer diese Qualität der Berichterstattung zu schätzen? Die

Nachrichtensendungen der Privatsender erfreuen sich vor allem in der Zuschauergruppe der 14-49-Jährigen einer erhöhten Beliebtheit. „Wir müssen die jun-



gen Zuschauer für uns gewinnen. Das darf aber nicht zu Lasten der Qualität gehen“, bekennt der Journalist, der sich bereits in seiner Doktorarbeit mit den rechtlichen Grundlagen des Privatrund-

funks auseinandersetzt. „Bei den Privaten wird genau untersucht, bei welchen Themen in einer Nachrichtensendung die Quote runter geht“, berichtet er. Dies ziehe Konsequenzen nach sich: Wisse man bei einem Thema, das es die Quote hinunter drücke, könne es nach hinten gesetzt oder sogar ganz weggelassen werden. Klebers Fazit: „Die Privaten sind ihren Werbekunden verantwortlich. Wir haben eine Informationspflicht.“ Das dies die Zuschauer des „Heute-Journals“ wissen, macht er an einer Anekdote deutlich: „Wir haben Stammzuschauer. Wenn Gottschalk mit „Wetten dass“ überzieht, hat er die höchste Quote genau dann, wenn wir eigentlich beginnen würden. Die Menschen schalten ein, weil sie das *Heute Journal* sehen wollen.“

Der Publikumsliebbling kennt eben die Bedürfnisse der Fernsehnation. Seine große Erfahrung im Umgang mit Menschen erlaubt ihm auch, einen Ratschlag an die Verbände zu richten: "Die Studentenverbindungen sollten sich als Foren verstehen, wo über aktuelle Fragen diskutiert werden kann. Nach außen hin sollten sich die Verbände offen und gesprächsbereit zeigen."