

20:15 – 70 Jahre Fernsehen in Deutschland

Ein Medium wird ausgestellt

von Dieter Fröbisch und Harald Pulch

Im Frühjahr 2004 kam ein unspektakulärer Brief von der Kulturdezernentin der Stadt Wiesbaden Rita Thies, adressiert an Prof. Dieter Fröbisch von der FH Wiesbaden und Prof. Harald Pulch von der FH Mainz. Ob wir uns vorstellen könnten, eine Ausstellung zum Thema 70 Jahre Fernsehen „gestalterisch zu begleiten“. Da wir schon einige Konzepte für ein Deutsches Fernsehmuseum im Auftrag der Stadt Wiesbaden unter intensiver Mitarbeit von Studierenden erstellt hatten, lag es nahe eine solche Ausstellung zu gestalten. In die Planung der Ausstellung waren die aktiven Mitglieder des Vereins „Museum für Deutsche Fernsehgeschichte“ integriert, die Geräte aus ihrer umfangreichen Techniksammlung, aber auch Fotos und andere Materialien aus dem Archiv sowie ihr Know How zur Verfügung stellten.



Schnell ergaben die weiterführenden Gespräche mit der Stadt allerdings ein ganz anderes Bild. Die Gesamtverantwortung für die Ausstellung lag bei den FHs. Die Studierenden sollten in einem

Jahr Realisierungszeit die Gestaltung, die Inhalte und die Präsentation in den Räumen der FH Wiesbaden Unter den Eichen umsetzen. Schnell war klar, dass trotz intensiver Zusammenarbeit

zwischen den Studiengängen Kommunikationsdesign aus Wiesbaden und Medien-Design aus Mainz noch weitere Unterstützung nötig war.

Interdisziplinäres Team

Die Nachfrage bei Kollegen der FH Wiesbaden wurde positiv beantwortet. Zuletzt waren Medienwirtschaftler, Elektrotechniker und vor allen Dingen ein Team von Innenarchitekten intensiv mit der Umsetzung der Ausstellung beschäftigt.

Im ersten Vorbereitungssemester wurde in einer Gruppe von über 50 Studierenden der beiden Hochschulen das Grundkonzept für die Ausstellung und vor allem das grafische Erscheinungsbild erarbeitet. Hierzu gehörten zuerst einmal der Titel und das Logo, aber auch erste Ideen für die Ausstellung und das Leitsystem. In einer langen Phase der Ideenfindung wurden Entwürfe gemacht, analysiert, diskutiert und wieder verworfen.

Mit dem Titel „20:15 – 70 Jahre Fernsehen in Deutschland“ wurde deutlich auf die historische Dimension der Ausstellung hingewiesen. Außerdem bezog sich 20:15 Uhr auf die seit den 50er Jahren festgelegte Hauptsendezeit nach der Tagesschau, die noch heute für einen Großteil der Bevölkerung einen entscheidenden Einschnitt in der Abendeinteilung darstellt.

Chronologie nach Dekaden

Die Arbeitsgruppe, die die Inhalte strukturierte, legte sich frühzeitig auf einen chronologischen Ablauf nach Dekaden gegliedert fest. In diesen Abteilungen sollten jeweils technische, organisatorische und vor allem inhaltliche Bestandteile präsentiert werden. Zusätzlich zu den Dekadeninseln wurden Multimedia-Terminals mit verschiedenen Inhalten entwickelt, die interaktive Themenvertiefungen für Interessierte anbieten sollten.

Im folgenden Semester wurde unter tatkräftiger Unterstützung der drei Assistenten Uschi Huth, Roland Blum und Johann Graf an der Umsetzung der Ausstellung gearbeitet. Besondere Anforderungen, die sonst kaum im Studium gefordert werden, stellte die Koordinierung der verschiedenen Arbeitsgruppen mit über 60 Studierenden dar. Hierzu wurde frühzeitig eine Produktionsleitung von 5 Studierenden installiert, die diese verantwortungsvolle und besonders arbeitsintensive Aufgabe bravourös bewältigten.

Ein wesentlicher Lernprozess war die tatsächliche Umsetzung der Ausstellung. Normalerweise werden im Studium

Konzepte entwickelt, die selten auch umgesetzt werden können. Dies ist aber ein wichtiger Lernschritt, der bei diesem Projekt in besonderer Weise zum Tragen kam. In der Umsetzung ergeben sich immer wieder große und kleine Probleme, die schnell und bestmöglich gelöst werden müssen. Hier erst zeigt sich, ob die Gestalter auch unter extremer Belastung ihr Projekt trotz aller Schwierigkeiten optimal fertigstellen können.

Neben der Arbeit der Produktionsleitung, der Gestalter und Innenarchitekten arbeiteten jeweils Gruppen an den Inhalten, die in einzelnen Dekaden dargestellt werden sollten. Dazu wurde in Fernseharchiven recherchiert (besonders hilfreich war das *DRA Deutsches Rundfunkarchiv* in Wiesbaden und Potsdam), Fotodatenbanken durchforstet, Bücher gewälzt und zahllose Telefonate geführt.

Kärner-Arbeit: die Rechteklärung

Welche besonderen Erfahrungen in einem solchen Großprojekt zu machen sind, hat insbesondere die studentische Arbeitsgruppe erlebt, die für die Klärung der Bild- und Filmrechte zuständig war. Sie hatten echte Kärner-Arbeit zu leisten. Die Rechte waren bei vielen verschiedenen Agenturen, Urhebern,





Firmen, Sendern und Archiven verteilt, so dass hier schon die Informationsgewinnung äußerst schwer war. Dazu kam noch die Abklärung der Nutzungsrechte und dabei die Versuche, diese möglichst umsonst zu bekommen. Dies kann als ein Beispiel dafür stehen, welche für ein Studium außergewöhnlichen Arbeitsschritte den Studierenden hier zugänglich (und zu bewältigen) waren.

Die Stadt Wiesbaden hatte eine Grundfinanzierung zugesagt. Schon kurze Zeit nach der Zusage der beiden Fachhochschulen war klar, dass eine hochwertige Ausstellung niemals ohne weitere finanzielle Unterstützung möglich wäre. Allein die über 20 Monitore und DVD-Zuspieler, die Beamer und PC-Terminals hätten den Rahmen der Grundförderung gesprengt. Hinzu kam das gesamte Material für den Innenausbau. Außerdem mussten über 100 große Textilbanner bedruckt werden, auf denen die Inhalte der Ausstellung und der Dekaden präsentiert wurden, hinzu kam der Druck des Katalogs etc..

Unterstützung durch Sponsoren

Dank der großzügigen Unterstützung durch die Präsidenten der beiden Hochschulen, der intensiven Arbeit der Stu-

dierenden und der guten Kontakte der Professoren und der Stadt wurden zahlreiche Sponsoren gefunden, die Dienstleistungen, Geräte und finanzielle Mittel beitrugen und so die Ausstellung ermöglichten. Neben den rund 70.000 Euro, die die Stadt Wiesbaden zahlte, konnte so ca. das Vierfache an Geld- und Sachleistungen zusätzlich eingeworben werden.

Durch den engen Finanzrahmen gab es leider nur einen kleinen Etat für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Auf Grund der starken Initiative der Studierenden konnte trotzdem ein größeres Echo in den Medien erreicht werden. So wurde von Tagespresse, HR und SWR ausführlich über die Eröffnung der Ausstellung berichtet. Kernpunkt der Öffentlichkeitsarbeit war ein Werbefilm, der in vielen Kinos in Hessen und Rheinland-Pfalz lief und so viele Besucher über die stattfindende Fernsehausstellung informierte.

Einladung nach Cannes

Für die Produktion dieses Spots, die ebenfalls von einer studentischen Arbeitsgruppe konzipiert und organisiert wurde, mussten alle Mittel zusätzlich durch Sponsoring eingeworben werden. Ein Stab von über 50 Mitarbeitern und über 20 Statisten drehte drei Tage lang in einem Studio-Set. Die aufwendige Filmproduktion konnte dank der Unterstützung des Filmverleihs Pille auf 35mm-Film gedreht werden. Die umfangreiche und hochwertige Postproduktion wurde von Acht Frankfurt gesponsort. Dank all dieser Hilfe konnte ein überzeugender Erfolg erreicht werden: Der Werbespot wurde zum Ju-

nior Award auf das Internationale Werbefilmfestival nach Cannes eingeladen und erreichte den 4. Platz aus über 200 eingereichten Nachwuchswerbefilmen aus aller Welt.

Die Ausstellung konnte vom 12. Februar bis 18. März 2004 fünf Wochen lang besichtigt werden. Zahlreiche Schulklassen und viele Besucher nutzten die Gelegenheit, sich mit der langen Geschichte des Fernsehens zu beschäftigen. Das Konzept der Mischung von Organisation, Technik und Programminhalten und deren Darstellung aus der Sicht des Rezipienten ging voll auf. Zahlreiche Einträge in das Gästebuch verweisen auf den hohen Wiedererkennungswert der Programmausschnitte und auf den großen Informationsgehalt der Ausstellung, die offensichtlich immer wieder Erinnerungen hervorrufen und neue Erkenntnisse bei den Besuchern erreichen konnte.

Für uns Lehrende gilt: ein Jahr Arbeit, Stress und Ärger sind vorbei – und wie so oft bleibt zurück: Stolz darauf, dass die Studis (und wir) das dann – trotz aller zum Teil erheblichen Probleme – doch wieder einmal gestemmt haben. Wir danken allen, die sich so enorm und unermüdlich eingesetzt haben, um das Projekt zu vollenden. In diesen Dank eingeschlossen sind die Kooperationspartner beim Kulturstad Wiesbaden und beim Verein Museum für Fernsehgeschichte e.V..

Besonders aber möchten wir uns bei allen bedanken, die das Projekt außerhalb der Hochschulen unterstützt haben. Ohne die immer wieder erstaunliche Bereitschaft der Sponsoren, die solche Projekte großzügig unterstützen, wäre die Ausbildung unserer Studierenden bestimmt nicht so praxisnah zu gestalten. Herzlichen Dank an dieser Stelle allen, die diese gemeinsame Aufgabe mittragen. Wir denken, dass sich dieses Konzept langfristig für alle auszahlt. ■

„Auf los geht's los“

Gesammelte Fernseherlebnisse der Deutschen: Von der Tagesschau zur Comedy Show, vom Nierentisch-Ambiente zum Home Cinema

von Sven Lipok

Das Fernsehen bringt die Welt ins Wohnzimmer. Es lehrt und erzählt, klärt auf und schreckt ab, amüsiert und bewegt. Knapp drei Stunden Fernseherfahrung täglich verbinden das Medium im Durchschnitt mit uns. In einer Ausstellung haben Studierende der Fachhochschulen Mainz und Wiesbaden die Ursprünge aufgespürt, Entwicklungen dokumentiert und einen Ausblick gewagt. Rückblick aus Sicht eines Teilnehmers.



Von einem „großen Ding“ sprachen die beiden betreuenden Professoren Dieter Fröbisch von der Fachhochschule Wiesbaden und Harald Pulch von der Fachhochschule Mainz, als sie im März 2004 unter den Studierenden Werbung für das Vorhaben machten. In der Tat klang es äußerst spannend, eine Ausstellung zu konzipieren, die sich mit dem Medium beschäftigt, mit dem wir alle aufgewachsen sind. Es fand sich schnell ein großes Team, denn die Möglichkeit zur Mitarbeit an einem Projekt dieser Größenordnung, dessen Ziel die tatsächliche Umsetzung war, bietet sich während des Studiums nicht alle Tage. Also, auf geht's.

7 x 10 Jahre

Eine der großen Herausforderungen des Projektes war die inhaltliche Bewältigung des Themas. In 70 Jahren hat sich eine Menge Sendematerial angesammelt, das gesichtet und bewertet werden will. Technische Innovationen haben Verbreitung und Rezeptionsformen des Mediums ebenso vorangetrieben und verändert, wie die Fortentwicklung der Organisationsstrukturen. All diese Einzelaspekte stehen in einer Wechselwirkung zueinander und sind zudem nicht losgelöst von gesellschaftlichen Wandlungsprozessen zu betrachten.

Für die Gliederung der Inhalte gab es zunächst zwei Ansätze. Der erste geht von einer thematischen Strukturierung aus. Hieraus ergibt sich zwar eine stark auf individuelle Besucherinteressen reagierende Ordnung der Inhalte, die erwähnte Verzahnung der Einzelthemen wird bei diesem Ansatz allerdings weniger deutlich. So haben wir uns für die Zeit als gliederndes Element entschieden. Die 70 Jahre wurden in Einheiten von je 10 Jahren eingeteilt. In jeder dieser Dekaden wurden jeweils die Themen Programmentwicklung, Technik und Rezeption behandelt und zur allgemeinen geschichtlichen Entwicklung in Beziehung gesetzt. Denn



sei es die Krönung der englischen Königin 1953, das Wunder von Bern 1954 oder die Mondlandung 1969, wichtige Geschehnisse in Politik, Kultur und Gesellschaft sind seit dem Siegeszug des Fernsehens auch große Fernsehergebnisse. Entstanden ist ein übersichtliches und gut strukturierbares System, das dem Besucher die Orientierung leicht macht und Vernetzungen verdeutlicht.

Schließlich ist aus der intensiven Recherche eine Ausstellung entstanden, in der man Paul Nipkow, den Wegbereiter der Übertragung von bewegten Bildern, ebenso entdecken konnte wie HDTV, die Übertragungstechnik der Zukunft; in der man die Fernsehstufen aus den 40er Jahren kennenlernen konnte, erfuhr, warum es das öffentlich-rechtliche Rundfunksystem in Deutschland gibt und welchen Marktregeln demgegenüber das Privatfernsehen folgt. Nicht zuletzt gab es spannende, innovative, typische Ausschnitte aus 70 Jahren Fernsehprogramm zu sehen. Diese Fernseherinnerungen bildeten einen wichtigen Bestandteil der Ausstellung. Denn die emotionale Ansprache des Besuchers stand bei der Auswahl der Inhalte im Vordergrund. Besucher jeglichen Alters sollten die Ausstellung mit dem Gefühl verlassen,

das Gesehene hat mit ihnen ganz persönlich zu tun.

Viele Originalexponate

Die Ausstellung bestand natürlich nicht ausschließlich aus Programmausschnitten.

Vielmehr gab es verschiedene Informationsebenen, die einen individuellen Zugang zu den Inhalten gewährleisten sollten. Zentraler Bestandteil der Ausstellung waren 108 große, bedruckte Textil-Banner, die zum einen raumbildendes Element waren, zum anderen über eine farbliche Codierung die einzelnen Dekaden kenntlich machten. Eingeleitet durch ein Leitmotiv, welches das für die jeweilige Dekade wichtigste Thema visuell vermittelte, trugen die Banner Bildinformationen und kurze einleitende Texte zu den Einzelthemen. Diese ermöglichten den schnellen Überblick und vermittelten auf einer ersten Informationsebene die wesentlichen Fakten. Für eine inhaltliche Vertiefung standen dem Besucher Klappcharts mit weiteren Grafiken, Bildern und Texten zur Verfügung. Eine große Anzahl an Originalexponaten aus den verschiedenen Dekaden, wie Fernsehkameras oder zeitgenössische Fernsehgeräte, vermittelten einen Eindruck von der technischen und der

gestalterischen Entwicklung der Produkte. Multimedia-Terminals hielten Informationen zu Spezialthemen bereit, wie der Geschichte der TV-Werbung oder dem Dinosaurier der Samstagabendunterhaltung „Wetten dass...?“. Die produzierten Filmbeiträge warfen einen kritischen Blick auf das Medium Fernsehen.

„Beratungsresistenz“ und „Frustrationstoleranz“

Zwar fand die Umsetzung des Projektes an beiden Fachhochschulen im Rahmen des regulären Lehrbetriebes statt. Die Abläufe waren jedoch mit dem gewohnten Seminarbetrieb nicht vergleichbar. Hier ging es nicht um Entwürfe, die man während eines Semesters in der Regel alleine, hin und wieder auch in Kleingruppen erarbeitet, um sie nach der Semesterendpräsentation in einer Schublade zu lagern. Die Durchführung einer Ausstellung dieser Größe erfordert ein über das normale Maß hinausgehendes Engagement aller Beteiligten. Das Netz an wechselseitigen Abhängigkeiten stellte eine unbekannte Situation für die Studierenden dar. Auch die Beteiligung von insgesamt sechs Studiengängen zweier Hochschulen war in dieser Konstellation für alle neu. Als entsprechend



komplex erwies sich die Organisation. Die Studierenden sollten das Projekt unter fachkundiger Begleitung der betreuenden Professoren und Mitarbeiter weitestgehend in Eigenregie über die Ziellinie des 11. Februar 2005 bringen. Nach anfänglichen Schwierigkeiten was Terminplanung, -einhaltung und Koordination der verschiedenen Arbeitsschritte anging, wurde von den Studierenden eine 5-köpfige Produktionsleitung gebildet, die sich um die Gesamtorganisation kümmerte. Diese Konstellation bildet die spätere Berufsrealität ab, im Rahmen des Studiums sind solche hierarchischen Strukturen unter Kommilitonen allerdings eher ungewohnt. Ein derart gestalteter Umgang wollte zunächst gelernt sein, hat sich aber im Verlauf des Projektes bewährt.

Zwei Begriffe haben sich im Laufe der Zeit etabliert: die gelegentliche „Beratungsresistenz“ der Studierenden und die „Frustrationstoleranz“, die sich bei allen im Projektverlauf deutlich erhöht hat. Denn während der ca. 300tägigen Vorbereitung wurde jeder der beteiligten Studierenden, Mitarbeiter und Professoren, das Datum der Eröffnung im Kopf, irgendwann einmal nervös. Sobald ein Problem gelöst war, tauchte an anderer Stelle ein neues auf. Große

Sorgenfalten machten sich auf Stirnen breit.

Viele der Hürden, die in der Vorbereitung zu nehmen gewesen waren, traten am Tag der Eröffnung schon wieder in den Hintergrund. In der Rückschau erscheint bekanntlich vieles in einem anderen, weichen Licht. Die gelöste Stimmung nach gelungener Eröffnung zeigte, wie groß die Anspannung aller zuvor gewesen war.

Experiment mit großer Resonanz

Die unerwartet große Resonanz während der fünf Wochen, in denen die Ausstellung der Öffentlichkeit zugänglich war, ist ein deutliches Indiz dafür, dass sich die Anstrengungen gelohnt haben. Mit viel Spaß führten wir – gemeinsam mit den Mitgliedern des Vereins *Museum für Deutsche Fernsehgeschichte* – zahlreiche Schulklassen, Studierendengruppen, unsere Familien und Gruppen von Verbänden, Parteien und Vereinen durch die Fernsehgeschichte; für uns eine Möglichkeit nicht nur das umfangreiche Wissen zu vermitteln, das wir uns inzwischen angeeignet hatten. Vielleicht konnten wir damit auch ein Stück unserer eigenen Begeisterung für das Thema und nicht zuletzt für das Projekt weitergeben.

In jedem Fall ist ein solches Experiment äußerst empfehlenswert. Der Schatz an Erfahrungen, die man im Laufe eines derartigen Vorhabens ansammelt, ist nur schwer zu fassen. Vieles bewegt sich inhaltlich außerhalb des eigentlichen Studienfaches. Es ist im normalen Lehrbetrieb nicht zu vermitteln, gleichzeitig für die Vorbereitung auf den späteren Beruf wichtig. Als Beispiele seien hier exemplarisch finanzielle Grenzen oder die äußerst zeitintensiven Auseinandersetzungen mit rechtlichen Fragestellungen (Urheber- und Nutzungsrechte) erwähnt. Insofern bleibt aus studentischer Sicht nur zu hoffen, dass solche Kooperationen nicht nur zwischen verschiedenen Studienfächern und Hochschulen, sondern auch mit Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen, wie in diesem Fall, kein publikumswirksamer Einzelfall bleiben, sondern auch und gerade in Zeiten finanzieller Engpässe häufiger gewagt werden. Denn es entstehen Synergien und Anreize, an denen sich Projekte wie die Ausstellung „20:15 – 70 Jahre Fernsehen in Deutschland“ in einem Maße entwickeln, das am Anfang des Weges keine der beteiligten Institutionen für möglich gehalten hätte. „20:15“ sollte Anstoß für zahlreiche andere Initiativen sein. ■

Von der Fernsehstube zum Home Cinema

Die Themen der Ausstellung reichen von der Entstehung der Fernsehtechnik und dem ersten medialen Großereignis 1936 über TV im Krieg und Fernsehen als Massenmedium bis hin zu Unterhaltungsshow, TV-Werbung und der Entwicklung des Spartenfernsehens heutiger Tage. Schließlich wird noch ein Blick auf neue Technologien wie DVB-T und HDTV geworfen. Ziel ist eine möglichst umfassende, aber ebenso übersichtliche und prägnante Darstellung der Entwicklung des Mediums. Hier ein Überblick über die Themen der einzelnen Dekaden:

Geburt eines neuen Mediums – die 30er Jahre

Obwohl schon zu Beginn des letzten Jahrhunderts mit der Übertragung von Bildern experimentiert wurde, dauert es bis zum 22. März 1935, bis der Sender Paul Nipkow Berlin mit dem ersten regelmäßigen Programm weltweit auf Sendung geht. Schwarz/Weiß und mit grober Auflösung stellt das Bewegtbild auf der Mattscheibe trotz schlechter Qualität eine Sensation dar.

Nach anfänglicher Zurückhaltung erkennen die Nationalsozialisten die fesselnde Wirkung des Mediums und nutzen sie für ihre politische Propaganda. Doch der politische Missbrauch verhilft dem Fernsehen auch zu einer stetigen Förderung und erreicht mit den Olympischen Spielen 1936 seinen ersten Höhepunkt.

Ein Nachbau der riesigen Kamera, die damals vor 69 Jahren die Olympiade in Berlin aufzeichnete, ist nur eines der vielen Exponate der Ausstellung – und auch heute noch braucht es die Kraft von drei Männern, um sie zu bewegen. Außerdem zu sehen: die Braunsche Röhre, die erst in diesen Tagen als Kerntechnologie von LCD- und Plasmabildschirmen im Heimbereich abgelöst wird, und ein Modell der Nipkow-Scheibe.

30er

Fernsehen im Krieg – die 40er Jahre

Bis zum Beginn des Zweiten Weltkrieges entwickelt sich das Fernsehen im Dritten Reich ständig weiter und löst immer wieder Begeisterung in der Bevölkerung aus. Meist findet die Unterhaltung des Volkes in Fernsehstuben statt, in denen die Zuschauer gebannt auf die kleine Mattscheibe starren.

Der Ausbruch des Krieges 1939 stoppt die weitere Entwicklung des Fernsehens. Im Laufe des Krieges werden immer mehr Fernsehstuben geschlossen. Im Herbst 1944 stellt der Sender seinen Betrieb schließlich ein. Stattdessen entsteht das sogenannte Lazarettfernsehen und statt staunender Großfamilien sehen verwundete Soldaten zu.

40er

Neuer Aufschwung – die 50er Jahre

Deutschland ist ein geteiltes Land und die Entwicklung des Fernsehens verläuft auf beiden Seiten der Grenze parallel. Der NWDR ist der erste westdeutsche Fernsehsender nach dem Krieg, der erste ostdeutsche Sender, der DFF, nimmt an Stalins Geburtstag seinen regelmäßigen Testbetrieb auf. Die neu gegründete ARD sendet zum ersten Mal die Tagesschau und

wer einen eigenen Fernseher hat, lädt stolz die Nachbarn zu Nachrichten und Krimi ein.

Als Deutschland sogar Fußballweltmeister wird und die junge Elisabeth zur Königin Großbritanniens gekrönt wird, sitzt die deutsche Nation begeistert vor den Bildschirmen. Schon damals sorgen also Fußball und Roy-

als für die höchsten Einschaltquoten! Zentrales Exponat dieser Dekade ist eine zeitgenössische Schwarz-Weiss-Studiokamera.

50er

Entwicklung zum Massenmedium – die 60er Jahre

Die boomende Wirtschaft verhilft auch dem Fernsehen zum Aufschwung und immer mehr Familien können sich ein eigenes Fernsehgerät leisten. Es gibt ein regelmäßiges Programm, das ZDF als neuen Sender und Krimis haben ein solch großes Publikum, dass sie zu wahren „Straßenfegern“ werden.

Das Farbfernsehen wird entwickelt und Raketen befördern Satelliten bis ins All. Als schließlich sogar die ersten Menschen auf dem Mond landen, geht dieser Tag auch als Fernsehereignis in die Geschichte ein: in Deutschland wird eine ganze Woche lang mit Spezial-Sendungen über die Mondlandung berichtet und bald weiß jedes Kind, was Armstrong auf dem Mond gesagt hat.

Mit dem Modell eines Fernsehsatelliten ist das Zeitalter der aufkommenden Raumfahrt in der Ausstellung vertreten. Des Weiteren ist eine der ersten Farb-Studiokameras zu sehen.

60er

It's Showtime – die 70er Jahre

Immer mehr hält die Fernsehunterhaltung Einzug in deutsche Wohnzimmer. Spiel- und Quizshows boomen und neue Serien wie Raumschiff Enterprise, Flipper und Bonanza führen zu einem großen Wachstum des Programmangebots. Der Zuschauer muss sich entscheiden. Doch Dank der neuesten technischen Fortschritte kann er jetzt

sowohl mit einer Fernbedienung zapfen, als auch sein Wunschprogramm auf Video aufzeichnen! Eine Auswahl an Videorekordern und -kassetten und verschiedener Fernbedienungen dokumentiert die neu gewonnene Autonomie der Zuschauers bei der Gestaltung des Fernsehprogramms.

In den 70er wird das Fernsehprogramm zunehmend politisiert. Themen wie die Berichterstattung rund um die RAF-Entführungen und -Attentate, die Forderung der RAF nach Veröffentlichung ihrer Aufrufe, die Ölkrise, die politische Krise nach dem Guillaume-Skandal und dem Rücktritt Willy Brandts als Bundeskanzler und die sozialliberale Koalition waren wichtige Themen im deutschen Fernsehen.

70er

Die Privaten kommen – die 80er Jahre

Mit den 80er Jahren beginnt die große Zeit der privaten Fernsehsender. Das Programm wird größer, bunter, vielfältiger und zum ersten Mal auch kommerzialisiert: das Werbefernsehen wächst in ungeahnte Dimensionen.

Ob Boris und Steffi in Wimbledon, Lady Di und Charles vor dem Altar, die Challenger Katastrophe in den USA oder Tschernobyl in der Ukraine und

nicht zuletzt der Fall der Mauer: Die 80er Jahre – ein Jahrzehnt, dessen Höhen und Tiefen uns nicht zuletzt über die immer lückenlosere Fernsehdokumentation im Gedächtnis bleiben.

Gleichzeitig wird die Live-Berichterstattung einfacher, denn auch die Kameratechnik entwickelt sich weiter zu handlicheren Geräten für den spontanen mobilen Einsatz am Ort des

Geschehens. Zwei Beispiele hierzu ergänzen die Exponatensammlung der Ausstellung.

80er

Vom Vollprogramm zum Spartenfernsehen – 90+

Die Informations- und Unterhaltungsfülle ist geradezu chaotisch geworden und beeinflusst unseren Alltag wie nie zuvor. Das Spartenfernsehen entsteht und bietet dem Zuschauer ein Programm, das nach Interessengebieten gegliedert ist. Comedy Shows oder Nachrichten, Kultursendungen oder Sportübertragungen, Tierdokumentationen oder Reality Shows, Quizsendungen oder Kinderserien, die Liste ist schier endlos. In einem Vergleich wer-

den die vier Spartensender Arte, Eurosport, KiKa und n-tv dem klassischen Vollprogramm der ARD gegenübergestellt und Zuschauerprofile analysiert. Die technischen Neuerungen bringen vor allem Qualitätsverbesserung – ob vom Kabel zur digitalen Übertragung, vom Röhrenfernseher zum HDTV-Monitor oder vom normalen Lautsprecher zur Dolby-Surround-Anlage – einzig

das Portemonnaie des Kunden entscheidet. Eine Multimediaanwendung stellt DVB-T als die neue digitale Übertragungsform via Antenne vor, den derzeitigen Stand der Entwicklung und die Planungen bzw. Ziele der nächsten Jahre. Außerdem wird der Qualitätsunterschied zwischen dem heutigen Fernsehformat PAL und dem möglichen zukünftigen Standard HDTV demonstriert.

90+

70 Jahre in 45 Sekunden – Der Trailer zur Ausstellung wurde in Cannes prämiert

Im Rahmen des Gesamtprojektes hat ein Trailer die Ausstellung „20:15“ sowohl im Kino als auch in den Regionalprogrammen des Hessischen Rundfunks und des Südwestrundfunks beworben. Über einen Zeitraum von insgesamt 7 Wochen hinweg war die technisch aufwendige Produktion zu sehen. Möglich war eine Auswertung in verschiedenen Medien durch den Einsatz einer neuen Technologie. Der Trailer wurde auf Film gedreht und in High Definition, einer neuen Technik, die sich gerade im Broadcast-Bereich durchzusetzen beginnt, digital weiterbearbeitet.

Der überwiegende Teil der ca. 100 an der Umsetzung Beteiligten waren Studierende und Mitarbeiter der beiden Fachhochschulen, für die Schlüsselpositionen im Film konnten aber auch professionelle Schauspieler gewonnen werden, beispielsweise Michel Guillaume – bekannt als „Theo Renner“ in der ZDF-Produktion SOKO 5113.

Schwenk durch deutsche Fernsehstuben

Der Ansatz des Trailers beruht auf einer 45 Sekunden dauernden Zeitreise durch die Fernsehstuben und Wohnzimmer vergangener Tage und geht dem chronologischen Aufbau der Ausstellung nach. Beginnend mit der Geburt des Mediums, wird der Zuschauer in einem One-Shot-Film durch die Jahrzehnte geführt und landet schließlich in der Gegenwart bei der Ausstellung „20:15“. Kernelement der S35mm-Produktion ist ein kontinuierlicher 1440°-Schwenk. Im Zentrum eines Wohnzimmers rotiert eine Kamera auf einer speziellen Vorrichtung mehrfach um die eigene Achse.

Der Zuschauer begleitet den Protagonisten Peter, einen typischen Fernsehzuschauer, und bekommt einen Eindruck von Mode, Wohnungseinrichtung und Fernsehverhalten der jeweils dargestellten Zeit. Jede der Drehungen deckt dabei ungefähr einen Zeitraum von 20 Jahren ab. Auf zeitgenössischen Fernsehern sind historische Ereignisse zu sehen.

Collagenartig wird die Audioebene durch berühmte Zitate ergänzt, die einen zusätzlichen Bezug zu Politik, Geschichte und Kultur herstellen. Die Geschichte beginnt Mitte der 30er Jahre. Peter ist 6 Jahre alt und fasziniert von der neuen Technologie. Mit dem Einschalten des Wundergerätes stößt er die Entwicklung an, die Kamera beginnt, sich zu drehen.

Nicht nur das äußerst knappe Budget, sondern auch der enge Zeitplan und die Technik des Filmes ohne Schnitt erforderten eine präzise Vorplanung. In zahlreichen 3D-Simulationen und realen Tests wurde zunächst die ideale Abmessung des Raumes ermittelt. Dieser wurde dann in einer Halle gebaut und für die erste Drehung von der Tapete über Bodenbelag und Möbel bis zu kleinen Wohnaccessoires stilgerecht ausgestattet.

Während der vier Drehtage sah der Plan an den Vormittagen jeweils Einrichtung des Lichts und die Vorbereitung der insgesamt 35 Schauspieler und Komparsen vor. Nachmittags wur-



de dann jeweils eine der insgesamt vier Rotationen gedreht.

Über Nacht wurde von je einem Ausstattungsteam der Raum neu tapeziert und eingerichtet. Es ging alles Schlag auf Schlag, so dass zum Teil der Tape-tenkleister am Abend noch nicht richtig getrocknet war, was das Entfernen der Tapeten erheblich erleichterte.

In einer aufwendigen Postproduktion wurden die einzelnen Rotationen mit verschiedenen, der jeweiligen Zeit angemessenen Effekten nahtlos aneinander montiert und mit Dolby Surroundsound vertont.

So ist ein Werbeclip entstanden, der auf das diesjährige Werbefilmfestival in Cannes eingeladen wurde. Dort konnte er in der Sparte „Nachwuchswerbefilm“ auf internationaler Bühne überzeugen. Die Teilnahme brachte einen bemerkenswerten vierten Platz ein.

Sven Lipok

BETEILIGTE STUDIENGÄNGE:

Kommunikationsdesign (Prof. Dieter Fröbisch, FH Wiesbaden)

Medien-Design (Prof. Harald Pulch, FH Mainz)

Innenarchitektur (Prof. Ralf Höller, FH Wiesbaden)

Medienwirtschaft (Prof. Stephan Schwarz, FH Wiesbaden)

Medieninformatik (Prof. Dieter Fröbisch, FH Wiesbaden)

Fernsehtechnik (Prof. Rolf Hedtke, FH Wiesbaden)

DIE TEAMS:

Projektleitung: Juliane Hammel, Jens Hofmayer, Jürgen Dittes, Susan Zimmermann, Sven Lipok

Corporate Designteam: Esther Masemann, Inke Kölln, Britta Isenrath

Rechercheteam: Marion Fiedler, Karolin Kutter, Anaid Schüller

Medienwirte: Timon Reeb, Samil Arslan, Sabine Berg, Christian Häckel

Innenarchitekten: Karsten Dors, Jan Kaiser, Benjamin Pächthold, Nora Gromer

Dekadenteam 30er/40er Jahre: Jürgen Dittes, Anke Fuchs, David de Larrea Remiro

Dekadenteam 50er Jahre: Annika Weis

Dekadenteam 60er Jahre: Tanja Bayer, Kathrin Zuspahn, Nando Tascon

Dekadenteam 70er Jahre: Christoph Sobich, Matthias Rodig, Florian Prütz, Grischa Neuweiger

Dekadenteam 80er Jahre: Fritz Folkard, Saskia Wagner, Holger Priedemuth

Dekadenteam 90er Jahre plus: Sven Lipok, Maren Köster, Christian Emmerke

Katalogteam: Sabrina Fritz, Max Kohler / **Katalog:** Oliver Kuntsche

Plakate: Stefan Lenz, Juliane Hammel

Grafiken: Annika Weis, Tanja Bayer, Kathrin Zuspahn, Oliver Kuntsche

Leitsystem: Edda Zitzmann

Filmteam: William Veder, Mathias Franjic, Adam Gadzinowski, Peter Taierling, Karolin Kutter, Marion Fiedler, Patrick Rieß, Hanna Keller, Annika Becker, Carmen Pillich

Trailerteam: Jürgen Dittes, Anke Fuchs, Saskia Wagner, Maren Köster, Sven Lipok, Nando Tascon, Daniel Seideneder, David de Larrea Remiro, Christian Emmerke, Harald Capota

Multimediateam: Susan Zimmermann, Andreas Huthwelker, Laura Schuth, Susanne Schwind, Andrea Haitz, Jan Winter, Elisa Schön, Eveline Cecon, Thomas Frenken, Cathy Buck, Esther Masemann, Inke Kölln, Johanna Bleul, Katrin Kaufmann, Nora Wirth, Svetlana Stametow, Anastassia Panenko, Raphael Schmitt

