

Interview mit:

Kurt Felix

Kurt Felix ist wieder da! Nach seiner Genesung und dem Gewinn des Ehrenbambis ist die Meinung des ehemaligen Teleboy- und Verstehen-Sie-Spass-Moderators gefragt er denn je. In seiner wöchentlichen TV-Kolumne in der Schweizer Illustrierten setzt sich der 62-Jährige auf pointierte Weise mit dem Fernsehen und seinen Machern auseinander. Gegenüber "persönlich" präsentiert er sein Modell für ein erfolgreiches Schweizer Privatfernsehen und äussert sich über die Chancen der TV-Direktoren Ingrid Deltenre und Roger Schawinski. Interview: Matthias Ackeret, Fotos: Marc Wetli

“Unsere Regionalsender müssen sich zu einer Mini-ARD zusammenschliessen, ansonsten werden sie zu elektronischen Leichen.”

“Es muss jemand top sein, wenn er sich zur besten Sendezeit auf das Dach einer öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalt stellt.”

“Bei SF DRS gibt es viele Baustellen. Die erste, das Organigramm, hat Frau Deltenre in Angriff genommen.”

“Bei meiner Sendung Quiz today haben so viele Köche mitgewirkt, dass ich sie nicht mehr wieder erkenne.”

“Mit ihrem medienerfahrenen Partner Sacha Wigdorovits kann sich Ingrid Deltenre sicher auch ‘informell’ austauschen.”

“Die ganze Diskussion um Elias Fröhlich finde ich ein bisschen scheinheilig. Wenn man Elias Fröhlich in MusicStar nimmt, ist auch der Blick dabei.”

“Ich wünschte mir einen Medienminister, der die ganze Diskussion mit mehr Verve angeht.”

“99 Prozent aller schriftlichen Neu-Konzepte sind unbrauchbar. Schawinski attestiere ich aber das Feeling, die Spreu vom Weizen zu trennen.”

“Leider hat es in der Fernsehunterhaltung immer noch viel Platz für alle Doofen, Blöden und Bekloppten, bis einem die Schamhaare zu Berge stehen.”

Herr Felix, in einem Interview haben Sie erklärt, dass Sie nach Ihrer Genesung von einer schweren Krankheit das Fernsehen noch aufmerksamer beobachten wollen. Wie stellen Sie sich das vor?

“Ich habe bemerkt, dass meine Meinung zum Thema Fernsehen in der Öffentlichkeit und den Medien auf grosse Resonanz stösst. Da die Kolumne in der Schweizer Illustrierten explizit unter meinem Namen erscheint, möchte ich die Latte mir gegenüber hoch legen: Kurt Felix soll für TV-journalistische Qualität und Glaubwürdigkeit stehen. In den letzten zehn Jahren habe ich ein umfangreiches Pressearchiv angelegt, in welchem ich die wichtigsten Informationen über TV-Sendungen und elektronische Medien sammle. Neben den nackten Fakten und Recherchen lasse ich in meine Analysen aber auch meine Erfahrungen und Kenntnisse einfließen.

So ist aus dem Showmaster Kurt Felix in der Zwischenzeit der Fernsehbeobachter Kurt Felix geworden. Und nicht ein Fernseh-Kritiker! Nicht ein professioneller Stirnrunzler! Auf diese Differenzierung lege ich grossen Wert. Als Berufsbezeichnung gebe ich heute TV-Journalist an.”

Sie galten immer als netter Typ. Wenn Sie beispielsweise eine gewisse Wetterfee kritisieren, erkennt man auch Ihre böse Seite...

“Die Fernsehkolumne gehört zu den meistgelesenen Artikeln der Schweizer Illustrierten. Es hat mich sehr gefreut, dass eine einzige Kolumne ein solches Echo auslösen konnte. Ob böse oder nett: Ich halte in diesem Fall unerschütterlich an meiner Meinung fest, dass jemand top sein muss, wenn er sich zur besten Sendezeit auf das Dach einer öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalt stellt.”

Die neue TV-Direktorin Ingrid Deltenre könnte nun ein Zeichen setzen.

“Sie wäre nicht gut beraten, diese Wetterfee sogleich vom Dach zu holen. Das würde ihr als eine Art Kapitulation ausgelegt. Und da ist zurzeit am Leutschenbach sicher auch noch etwas Trotz angesagt. Sie wird aber früher oder später nicht darum herumkommen, da bin ich mir und da ist sich auch das professionelle Umfeld ziemlich sicher. Aber lassen wirs. Das Thema ist für mich längst abgehakt.”

Wie erleben Sie den Chefwechsel beim Schweizer Fernsehen? Kann Ingrid Deltenre nach der erfolgreichen Ära Schellenberg überhaupt etwas verändern?

“Die neue TV-Dienstherrin ist sicher nicht auf meine Ratschläge angewiesen. Aber es gibt ein Sprichwort, das lautet: ‘Was gut bleiben will, muss sich auch ändern.’ Bei SF DRS gibt es viele Baustellen. Die erste, das Organigramm, hat Frau Deltenre in Angriff genommen. Davon spüren die Zuschauer aber nichts – und müssen sie auch nicht. Doch das Programm sollte Vorfahrt haben.”

Was müsste sie dann programmlich ändern?

“Dies ist ein wichtiger Punkt – und der gilt sowohl für Ingrid Deltenre wie auch für Roger Schawinski, der bei Sat.1 eine ähnliche Funktion übernommen hat. Die Zuschauer gehen immer von der irrigen Annahme aus, dass sich Betrieb und Programm mit neuem Personal schnell verändern liessen. Das ist falsch, Fernsehen ist ein äusserst träges Medium. Für den Chefredaktor einer Zeitung ist es einfacher, das Layout seines Blattes zu ändern als für einen Fernsehmenschen das Programm-schemas seines Senders. Die Streichung einer Sendung wird oftmals skandalisiert, ganz nach dem Sprichwort: Eine Sendung ist niemals so gut wie nach seiner Absetzung. Man verschmerzt sie aber, wenn eine bessere folgt oder wenn sie renoviert wird. Ein glückliches Beispiel ist das optische Redesign des Kassensturzes, der vom Dekor bis zur Kameraführung modernisiert wurde. Und ich warte nun darauf, dass bei der Tagesschau dasselbe geschieht. Versprochen ist es. Auch bei anderen Sendungen, die unter grassierender Altersschwäche und Quotenschwund leiden, gibt es Handlungsbedarf.”

Wo konkret müsste Ingrid Deltenre ansetzen?

“Der Strukturplan ist enorm wichtig. Als Beispiel soll der Dienstagabend dienen, weil ich vorher den Kassensturz erwähnt habe. Bei der Sendung Voilà, die unmittelbar dem Kassensturz folgt, schalten rund 500000 Menschen weg. Man muss sich diese Masse einmal vorstellen: Eine halbe Million Leute, das sind mehr als der aktuelle Bestand der Schweizer Armee, zappen bewusst bei dieser Sendung weg und klinken sich bei 10 vor 10 wieder ein, aber nicht mehr so viele, wie wenn vorher eine seherstarke Sendung gelaufen wäre. Da müssten sämtliche

Alarmglocken läuten. Es sollte doch möglich sein, den Kassensturz um acht Minuten zu verlängern und Voilà einen anderen Programmplatz zuzuweisen. Eine Sendung, die zwischen acht und zehn Uhr abends ausgestrahlt wird, sollte einen bestimmten Marktanteil erreichen. Entgegen der Meinung hochanspruchsvoller Oberlehrer der Nation oder irgendwelcher Programmgerien.”

Aber die Sendung Voilà ist Bestandteil des Service public und sollte den sprachlichen Zusammenhalt in der Schweiz fördern...

“Für mich stellt sich die Frage, inwieweit Voilà zur Primetime noch seine Berechtigung hat, wenn sowohl das welsche (TSR) wie auch das italienischsprachige Fernsehen (TSI) inzwischen in der deutschen Schweiz empfangbar sind. Es gibt zudem nicht nur den Röstigraben, sondern auch das Bratwursttobel zwischen meinem Wohnort St. Gallen und Zürich. Wenn man so argumentiert, dann müssten die Programmstrategen den Ostschweizern, die sich ständig benachteiligt fühlen, eine ähnliche Sendung wie Voilà zugestehen. Diese könnte ‘Gäggeligääl!’ heissen. Und die Schweiz würde nicht mehr in Winterthur aufhören. Aber das wäre ein Unsinn, ein falsch verstandener Service public oder Kulturauftrag.”

Jetzt haben Sie mit der Montagabendsendung Quiz today selbst eine Sendung mitkonzipiert, die publikumsmässig nicht den Erwartungen entspricht. Was ist hier falsch gelaufen?

“Ich glaube immer noch zu 110 Prozent an Quiz today. Das ursprünglich konzipierte Format hätte eine Erfolgsstory werden können. Doch das Einzige, was ich von meiner damaligen Idee wiedererkenne, ist der Titel der Sendung. Ich habe mich mittlerweile auch als Zuschauer von Quiz today verabschiedet.”

Von der eigenen Sendung?

“Ja, von der eigenen Sendung, die gar nicht meine eigene ist. Bei Quiz today haben so viele Köche mitgewerkelt, dass das ursprüngliche Rezept nicht mehr erkennbar ist. Mich schmerzt es, dass nach der Tagesschau, also bei Beginn der Quiz-Sendung, 600000 Zuschauer wegzappen. Da läuft doch etwas falsch, wenn die Quote zum Tiefflug ansetzt.”

Der Zuschauerschwund ist ja noch grösser als bei Voilà! Was passiert mit dieser umstrittenen Unterhaltungssendung nun weiter?

“Normalerweise ist es im Fernsehgeschäft so, dass zuerst die Schuld beim Moderator gesucht und dieser dann ausgewechselt wird. Und wenn es dann auch nicht klappt, wird die Sendung gekippt. Ich nehme an, dass sich die neue TV-Zerstreuungschefin, die sie ja auch sein muss, Quiz today auf den Index gesetzt hat.”

Ingrid Deltenre wurde gelegentlich vorgeworfen, dass sie keine Journalistin sei. Stört Sie dies?

“Nein, überhaupt nicht. Die Urteilsfähigkeit von Frau Deltenre hängt nicht davon ab, ob sie Journalistin ist oder nicht. Ein Journalist ist nicht der allwissende liebe Gott. Ich habe Frau Deltenre als hellwache Frau kennen gelernt, die sehr gut beurteilen kann, inwieweit eine Sendung gut oder schlecht ist. Und – das sage ich mit einem leichten Schmunzeln – mit ihrem medienerfahrenen Partner Sacha Wigdorovits kann sie sich sicher auch ‘informell’ austauschen. Eigentlich ein prima Gespräch! Meine Frau und ich machen es jedenfalls so. That’s life.”

Ohne Ironie?

“Ohne Ironie. Ich weiss, dass dies nicht überall gerne gehört wird, aber ich finde die beiden wirklich ein gutes Team. Es wäre doch sehr verwunderlich, wenn man davon ausginge, die beiden würden nie miteinander über das Fernsehen reden. Ja, hoffentlich tun sie das!”

Inwieweit muss Ingrid Deltenre auch bei den Moderatoren Änderungen vornehmen?

“Moderatoren prägen das Gesicht und das Image eines Senders. Ich habe Ingrid Deltenre mal zugeflüstert, die Moderatorenfrage zur Chefsache zu machen. Peter Schellenberg hatte diese Aufgabe mehr oder weniger delegiert.”

Was ist Ihr Eindruck von MusicStar?

“MusicStar ist zweifelsohne ein grosser Event, zeigt aber auch die Grenzen auf, an welche das Schweizer Fernsehen mit einer solchen Sendung stösst. Im Gegensatz zu Deutschland sucht den Superstar, hat MusicStar etwas weniger Glanz und ein etwas ausgedünnteres Konzept, das sich an Starmania vom ORF anlehnt. Trotzdem möchte ich nicht daran herumkritteln: SF DRS, von der Grösse her ein deutscher Landessender, stemmt hier Woche für Woche eine grosse Kiste. Die professionelle Umsetzung von MusicStar ist nicht zuletzt das Verdienst von Unterhaltungschef Max Sieber, der dank seiner enormen Erfahrung und eines guten Teams einen tollen Event geschaffen hat. Endlich wieder einmal ein Strassenfeger vor der eigenen Haustür!”

Und wie empfanden Sie die Verquickung von Blick und Schweizer Fernsehen?

“Die ganze Diskussion finde ich ein bisschen scheinheilig. Natürlich wussten die Verantwortlichen, wenn man Elias Fröhlich in die Sendung nimmt, ist auch der Blick dabei. In dieser Angelegenheit ein gewisses Risiko. Schlussendlich ist es so gekommen, wie ich es leise befürchtet habe. Es ist doch nie die Qualität der Boulevardpresse gewesen, sich vornehm zurückzuhalten. Das ist auch nicht deren Aufgabe. Dass der Fall

aber so happig ausgehen würde, hat auch mich überrascht. Andererseits hat es das Fernsehen auch den Printmedien zu verdanken, dass MusicStar zum Tagesthema wurde.”

Ist es denn die Aufgabe der SRG, solche erfolgreichen Formate zu adaptieren, wie es bei MusicStar der Fall ist?

“Nicht wirklich. Eigentlich wäre die Ausstrahlung solcher Sendungen nicht unbedingt die Aufgabe eines öffentlich-rechtlichen Senders. Dies hat wenig bis gar nichts mit dem Service public oder selbst einer breit gefassten TV-Grundversorgung zu tun. Wie in Deutschland könnte eine solche Show auch von privaten Sendern produziert werden.”

Sie können das gut sagen. Tele 24 und TV 3 gibt es nicht mehr.

“Ich denke schon seit einiger Zeit an eine Lösung des leidigen Problems, dass wir hier zu Lande mit den SRG-Fernsehsendungen eine Art Monopolsituation haben. Das müsste nicht sein. Ich möchte gerne und erstmals über eine Utopie sprechen, die eigentlich keine sein müsste, so man denn medienpolitisch nur wollte: Dank der fortgeschrittenen Technik bestünde für die Cablecom bereits heute die Möglichkeit, einen digitalen Kanal einzurichten, auf welchem sich die schon bestehenden acht Deutschschweizer Regionalsender zusammenschliessen könnten. Das gleiche Modell müsste man auch in den anderen Landesteilen aufgleisen. Ich stelle mir eine Art Mini-ARD vor. Dieser Kanal könnte – einfach mal so hingeworfen – GRS: Gemeinschaft Regionalsender Schweiz (also witzigerweise SRG umgekehrt) heissen. An diesem Regionalkanal könnten sich alle Privaten beteiligen. Mit immensen Vorteilen. So könnte zum Beispiel ein Student an der Universität St.Gallen, der aus Aarau kommt, seinen Regionalsender M1 sehen, der Student aus Luzern Tele Tell und so weiter. Bis jetzt kann einzig der Student aus Leipzig seinen Heimatsender MDR empfangen. Und die Schweizer gehen leer aus. Weil das die helvetische Medienpolitik so will, die sich nur schleppend bewegt.”

Wie soll das Programm von GRS aussehen?

“Nach wie vor bestünde die Möglichkeit, dass jeder Regionalsender seine regionalen Programme stündlich, also täglich bis zwanzig Mal wiederholen kann, was sich (laut Auskunft von Peter Schwager, Geschäftsführer von Tele Ostschweiz TVO) als Erfolgskonzept erwiesen hat. Am Wochenende hingegen könnten sie ein Gemeinschaftsprogramm aufgleisen. Aber nicht als populäre Fernsehveranstaltung wie bisher, sondern als Qualitätskonkurrenz zum Programm von SF DRS. Einen MusicStar zum Beispiel. Und bei den Bundesratswahlen wäre es nicht nur Tele Züri, das nach Bern reist. Es könnten sich alle daran beteiligen. Vorstellbar sind politische, gesellschaftliche und sportliche Programmevents der vereinigten Privaten. Aber das kostet. Fernsehen ist teuer.”

Und wer soll das bezahlen? Ist Ihre Idee nicht ein bisschen illusorisch, zumal die SRG immer wieder über Geldmangel klagt?

“Nein, aber wenn man wirklich etwas verändern will, benötigen die privaten Sender tatsächlich mehr Geld. Dies bereitzustellen ist nicht nur im Interesse des Landes, sondern auch in demjenigen der SRG. Dessen Boss Armin Walpen, als aufrechter Staatsbürger, versteht es zweifelsohne, eine starke Konkurrenz zuzulassen. Die Regionalsender sollten endlich beste Rahmenbedingungen erhalten und sich im Werbemarkt möglichst frei bewegen können. Ein Beispiel: Wie viele TV-Spots gesendet werden dürfen, sollte nicht die Politik, sondern der Zuschauer entscheiden, der bei zu viel Werbung von selbst wegzappt und hiermit den Quantitätsmassstab setzt. Aber unsere Medienpolitik rennt der rasanten technischen Entwicklung hoffnungslos und fast rührend hinterher. Bis das neue und viel zu komplizierte RTVG verabschiedet ist, wird es wohl noch bis 2007 dauern, und dann ist es schon wieder veraltet. Das ist eine himmeltraurige Polit-Veranstaltung, die ich derzeit beobachte. Ich wünschte mir einen Medienminister, der dieses Problem mit mehr Verve angeht. Eine sofortige digital-technische Bündelung aller TV-Regionalsender auf einem einzigen Kanal wäre ein realistisch-machbarer Anfang. Sonst werden aus unseren Regionalsendern elektronische Leichen. Einige private Fernsehveranstalter liegen jetzt schon im finanziellen Delirium. Sie müssen sich ohne behördliche Fesseln Geld beschaffen können. Wann endlich kommt ein Ruck durch die schweizerische Medienlandschaft?”

Sie glauben auch, dass der Teleboy heute wieder ein grosser Erfolg wäre? Ist dies Ihr Ernst?

“Ja, das glaube ich. Natürlich müsste man diese Samstagabend-Spielshow modifizieren. Dem Lifestyle der Zeit anpassen. Solche Formate, wie auch dasjenige von Wetten, dass ...?, haben alle Elemente, die eine Familie vor dem Fernseher zusammenführt. Die Zuschauer haben die Nase voll von Bodennebel, Laserstrahlen, schrägen Bildausschnitten und Gitarre spielenden Pop-Sängern; das Publikum will eine Sendung wiedersehen können. Dabei lege ich den Wert auf das Wort sehen! Es gibt auf dem Bildschirm nichts Interessanteres als ein Gesicht. Es ist eine Landschaft, in der man alles sehen kann. Der Bildschnitt muss nicht alle sechs Sekunden erfolgen, acht Sekunden würden auch reichen. Die Zeit für das Retro-Fernsehen ist reif. Der Erfolg solcher Sendungen auf RTL oder Pro Sieben, die die Siebziger- oder Achtzigerjahre hochleben lassen, beweist dies. Auch Wer wird Millionär? ist Retro-Fernsehen und viele andere Programme, die zunehmend auftauchen. Ich weiss, die selbst ernannten Geschmacksverordner hören es nicht gern, aber eine Sendung wie der Doppelte Engel wäre heute noch

mehrheitsfähig. Weder die Politik noch die Programmacher können das Gemüt des Fernsehvolkes wegeregieren.”

Aber gerade die Dschungel-Show im deutschen Fernsehen zeigt einen anderen Trend.

“Die Dschungel-Show war vor allem eine logistische und fernsehtechnische Leistung. Dass eine Sendung, die auf der anderen Seite des Erdballs produziert wird, funktioniert und pannenfrei ausgestrahlt wird, grenzt fast an ein Wunder. Zweifelsohne das ‘wahnsinnigste Fernsehformat’ der letzten Jahre! Die Sendung hatte für meine Frau und mich einen speziellen Charakter. Wir haben ein paar unserer Exkollegen im Kampf gegen Kakerlaken und Spinnen natürlich aus einem anderen Blickwinkel beobachtet. Aber der Tenor war klar: Ekel war angesagt. Doch mit ein paar redaktionellen Handgriffen könnte man in Zukunft den Schmuddelfaktor herausfiltrieren und den Psychostress auf andere Art erzeugen. Aber leider ist das Feld der Fernsehunterhaltung immer noch so gross, dass es viel Platz für alle Doofen, Blöden und Bekloppten bietet, bis einem die Schamhaare zu Berge stehen.”

Würden Sie selber an einer solchen Sendung teilnehmen?

“Nein, niemals. Trotzdem finde ich die Sendeidee genial. Die Dschungel-Show beweist, dass im Fernsehen noch längst nicht alle Formate erfunden sind.”

Kann man ein solches Format noch überbieten – oder im Falle der Dschungel-Show unterbieten?

“Ich glaube schon. In der Regel waren und sind die privaten Fernsehsender weit innovativer als die öffentlich-rechtlichen ‘Staatsender’. Ein kleines Beispiel: RTL und Sat.1 haben bereits vor vielen Jahren die Ansagerinnen und Ansager aus ihren Programmen entfernt. Das war hier zu Lande fast ein Tabubruch. Heute ist es selbstverständlich, dass die Protagonisten ihre Sendungen selber ansagen und mit Trailern laut und manchmal provokativ für das eigene Produkt geworben wird. Was wurde gegen diese Art von Programmankündigungen im deutschsprachigen Europa gelästert! Heute kopieren alle öffentlich-rechtlichen Sender die plakative Machart der Programmvorschau. Dasselbe gilt auch für Programmstrukturen, die von den Privaten entschlackt wurden und sich nach einem Taktfahrplan richteten. Dasselbe gilt auch für neue Programm-Entwicklungen, bei denen die Privaten die Nase vorn haben. Ich frage mich: Warum können die öffentlich-rechtlichen Sender keine Trends mehr setzen? Macht öffentlich-rechtlich un kreativ?”

Aber jetzt sind gerade Sie die Verkörperung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens...

“Zu meiner Zeit gab es noch keine privaten Sender. Wir waren auf uns alleine angewiesen und mussten alles selbst entwickeln. Damals war es nicht möglich, Sendungen im Ausland einzukaufen, um sie anschliessend zu adaptieren. Roger Schawinski hat den Kassensturz erfunden, ich habe neben dem Teleboy auch die Jassendung entwickelt sowie den Tell-Star mitkonzipiert. Seit 1990 ist aber Flaute. Die ‘Staatssender’ haben sowohl formal wie konzeptionell den Privaten längst das Feld überlassen. Eigentlich ist es klar, bei denen herrscht ein ganz anderer Kampf um Aufmerksamkeit.”

Aber kann man den Erfolg einer Sendung wie der Dschungel-Show überhaupt voraussehen? Der Bachelor auf RTL war beispielsweise kein Erfolg.

“Für mich kam diese Entwicklung nicht überraschend. Ich habe den Erfolg der Dschungel-Show schon beim Start geahnt. Ähnlich war es bei Deutschland sucht den Superstar. Ich hatte dieses Format bereits in der Schweizer Illustrierten analysiert und einen Zuschauererfolg vorausgesagt, selbst als der Blick und die deutschen Medien noch darüber schnödeten. Ich möchte um Himmels willen nicht überheblich sein, aber aufgrund meiner vierzigjährigen Fernsehätigkeit habe ich ein Bauchgefühl entwickelt und hoffe zu wissen, was erfolgreich sein wird und was nicht.”

Nun ist Roger Schawinski neuer Sat.1-Chef. Was muss er tun, damit der Sender wieder erfolgreich wird und mit RTL mithalten kann?

“Ich glaube, Roger Schawinski ist so clever, dass er dies selber weiss. Wie ich aus Deutschland erfahren habe, wurde Schawinski bei den deutschen Journalisten anfänglich mit sehr viel Skepsis aufgenommen. Seine erste Aufgabe ist es, diese Skepsis zu beseitigen. Für Schawinski ist es unerlässlich, in dieser komplexen deutschen Medienlandschaft Vertrauen zu gewinnen. Daran arbeitet er jetzt erfolgreich. Als zweiter Schritt muss er aus der Unmenge von Konzepten, die ihm vorliegen, die richtigen erkennen und umsetzen. Ich nehme an, dass er jetzt das tut, was all seine Vorgänger vor ihm auch getan haben: Er schaut sich einen ganzen Stapel amerikanischer TV-Formate auf VHS-Kassetten an.”

Und da wird er sicher was finden.

“Erfahrungsgemäss sind 99 Prozent aller schriftlichen Neukonzepte unbrauchbar. Schawinski attestiere ich aber das Feeling, die Spreu vom Weizen zu trennen. Ein neues Format zu finden, ist auch Glücksache. So lag das Konzept von Wer wird Millionär? jahrelang in irgendwelchen Schubladen. Erst als es von RTL ausgestrahlt wurde, entpuppte es sich in unseren Breitengraden als Megaerfolg. Im Gegensatz zu seinen früheren

Tele-24-Tätigkeiten ist Schawinski aber keine One-Man-Show mehr. Er benötigt einen professionellen Beraterstab, der die deutsche Fernsehlandschaft und deren Gemütslage kennt. Kontakte aufzubauen, dürfte Schawinski aufgrund seiner kommunikativen Fähigkeit nicht schwer fallen. Ein weiterer Punkt ist die Realisierung. Bis bei Sat.1 Schawinskis Handschrift erkennbar ist, dürfte es mehrere Monate, wenn nicht sogar ein ganzes Jahr dauern. In dieser Zeit kann in einem wichtigen Fernsehmarkt wie Deutschland noch sehr viel passieren. Der frühere Sat.1-Chef Fred Kogel, ein guter Freund von mir, wollte zu jeder Stunde eine neue Sendung lancieren. Doch dieser Taktfahrplan war in Deutschland unmöglich. Sat.1 sackte ab, weil die ARD-Tagesschau eine heilige Kuh ist, die nicht übersehen werden darf. Eine Sendung ennet dem Rhein Punkt 20 Uhr beginnen lassen zu wollen, also gegen die Tagesschau, ist heute noch programmstrategischer Selbstmord. Sie sehen, Fehlentscheide können grosse Konsequenzen haben. Kogel musste den Beginn für seine Sendungen auf viertel nach acht zurückbuchstabieren.”

Wie wirkt sich jetzt der Verlust der Harald-Schmidt-Show auf das Programm aus?

“Es wäre katastrophal, wenn Sat.1 allein von Harald Schmidt abhängig wäre. Die Sendung hatte zwar sein Stammpublikum, aber grosse Quotenbrötchen konnte man damit nicht backen. Da die Zuschauer nicht besonders treu sind – die Fans haben die Schmidt-Wiederholungen schlichtweg ‘vergessen’ –, wird der Sender diesen Abgang verschmerzen. Ich halte Schmidt aber nach wie vor für einen hoch begnadeten Entertainer.”

Harald Schmidt wurde gelegentlich als Gott bezeichnet. Das war nicht immer so. Warum reüssierte er bei Verstehen Sie Spass? nicht?

“Als wir 1990 mit Verstehen Sie Spass? aufhörten, hatten wir 18,5 Millionen Zuschauer. Mit Harald Schmidt sank die Quote auf 4,5 Millionen Zuschauer. Jetzt stellt sich die Frage, wo sind die 14 Millionen hingegangen? Dies lag nicht allein an Harald Schmidt. Er ist ein hervorragender Präsentator, der aber nicht in dieses Format passte. Seine Pointen, seine Satire, sein Sarkasmus überforderten die Zuschauer. Das war wie Zwölftonmusik im Zirkus. Zudem wurde die Sendung redaktionell derart radikal verändert, dass das Millionen-Stammpublikum den Markenartikel Verstehen Sie Spass? nicht mehr erkannte. Das hat sich auf die Quote verheerend ausgewirkt, was in der deutschen Fernsehlandschaft so noch nie passiert war. Das hatte denn auch personelle Konsequenzen. Heute ist Frank Elstner wieder daran, die Schäden zu beheben und die abgesprungenen Zuschauer zurückzuholen. Am 21. Februar lief die einhundertste Folge. Sie ist somit eine der ältesten Showsendungen des deutschen Fernsehens.”

Zurück zu Schawinski und möglichen neuen Programmen auf Sat.1. Inwieweit kann man einfach erfolgreiche Formate aus Amerika übernehmen?

“Was in den USA ein Erfolg ist, braucht hier zu Lande keiner zu sein – und umgekehrt. In den USA unterbricht man zum Beispiel Spiel- und Quizsendungen nie mit Musik wie in Wetten, dass... Rudi Carell reiste früher oft in die USA, um neue Gags zu suchen. Doch ich musste Lehrgeld zahlen: Als ehemaliger Leiter der Ressorts Quiz und Spiele beim Schweizer Fernsehen kaufte ich einmal eine amerikanische Quizsendung namens Banco ein, die hier von Walter Andreas Müller moderiert wurde. Leider war dies ein Misserfolg, sodass ich sie nach dreizehn Ausgaben absetzen musste. Daraufhin haben wir uns im ehemaligen ‘Wienerwald’ zu Feusisberg hingesetzt und den Tell-Star entwickelt. Ein Schweizer Produkt. Und waren damit erfolgreich.”

Doch die Chance, etwas Neues zu entdecken, wird immer kleiner...

“Ja, diese Chance wird immer kleiner. Wenn irgendwo ein neues Format entsteht, wissen es sogleich alle Programmierer dieser Welt. Auch das ist Globalisierung!”

Verdienen Sie selber noch an Fernsehformaten?

“Ja, ich habe nach meinem Ausstieg in Deutschland noch einige Formate entwickelt, bei denen ich meinen Namen nicht zu stark betonte, weil ich mich nach meinem Abgang aus der ersten Reihe in der zweiten, also hinter der Kamera, wohler fühlte. Diese Sendungen betreue ich heute nicht mehr.”

Und an Quiz today verdienen Sie auch noch?

“Ja.”

Haben Sie sich in Ihrem Urteil auch schon geirrt?

“In den acht Jahren, in denen ich die TV-Kolumne schreibe, habe ich mich – so glaube ich jedenfalls – noch nicht so richtig geirrt. Aber Fehlleistungen waren allemal drin. So habe ich die Quoten von Benissimo mit denen der Sternstunden-Kultur-sendungen verglichen. Das darf man nicht. Denn das sind zwei verschiedene Paar Stiefel. Aber mein Bauchgefühl hat mir oft Recht gegeben. So habe ich bereits nach Sven Epineys ersten Fernsehauftritten geschrieben, dass er sicher irgendwann seine eigene Samstagabendsendung moderieren werde. Und tatsächlich: Im April bekommt Epiney seine eigene Samstag-abendshow. Und lange bevor Roman Kilchsperger MusicStar präsentierte, habe ich ihn in einer TV-Kolumne als zukünftiges TV-Showtalent emporgelobt. Einige andere Namen hingegen habe ich ‘versenkt’. Sie sind auch nicht mehr da. Dasselbe gilt auch für Programme, bei denen ich spürte, ob man sich festschauen werde oder ob sie die Langeweile eines vorstädtischen Sonntagnachmittags verbreiten würden.”

Würde es Sie nicht mehr reizen, auf den Bildschirm zurückzukehren?

“Nein, Paola und ich haben unseren Ausstieg bewusst gewählt und sind damit richtig gefahren. Wir wollten auf dem Höhepunkt unserer beruflichen Laufbahn aufhören und nur mit besten Erinnerungen an unsere aktive Fernsehzeit zurückblicken. Zudem wären die Quoten nicht mehr zu toppen gewesen. Wir sind heute lieber TV-Konsumenten als TV-Aktivisten. Und geniessen es. Wir danken dem Hergott dafür.”