

Was sagt schon die Quote?

Autor: Vince Ebert



Die geniale Erfindung „Fernsehen“ fing so vielversprechend an.

1928 wurde das erste Fernsehgerät auf der Deutschen Funkausstellung präsentiert. Dort versuchte man, das Patent sogar zu verkaufen. Was sich aber in Anbetracht der Tatsache, dass es noch keinen einzigen Fernsehsender gab, als ziemlich aussichtslos erwies. In den darauffolgenden Jahren wurden dann erste Fernsehempfänger produziert, tonlose Schwarz-Weiß-Sendungen übertragen, und an drei Abenden in der Woche gab es von 20 bis 22 Uhr ein kleines Fernsehprogramm. Bis in die 90er-Jahre hinein existierte in Deutschland sogar ein Sendeschluss. Heute kennt man noch nicht mal mehr das Wort – nicht zuletzt dank des Privatfernsehens. Und das Programm wird immer flacher. Wahrscheinlich wurden deswegen auch die Flatscreens erfunden. Nacht für Nacht werden auf diversen Kanälen die absurdesten Gewinnspiele moderiert: „Wie viele Effs enthält das Alphabet? Noch 30 Sekunden! Rufan! RUFDOCH ENDLICH AN!!!!“

Trotzdem schaut jeder Deutsche – sehr zum Leidwesen von Marcel Reich-Ranicki – im Schnitt 53 Tage im Jahr fern. Viele sogar am Stück. Man hört sogar, dass alleinstehende Menschen, nachdem sie gestorben sind, monatelang unbemerkt in ihrer Wohnung liegen, weil der Fernseher weiterläuft. Anders sind die Einschaltquoten beim Musikantenstadl auch nicht zu erklären.

Natürlich muss eine hohe Nachfrage nicht unbedingt etwas mit mangelnder Qualität zu tun haben, wie das viele deutsche Kulturpessimisten gerne beklagen. Im Gegenteil. Die Werke vom alten Goethe waren zu seinen Lebzeiten beim Publikum genauso beliebt wie heute Steven King. Wäre Shakespeare noch am Leben, würde er mit Sicherheit neben Dieter Bohlen auf Gottschalks Couch sitzen und während einer kindischen Saalwette seinen neuesten Blockbuster vorstellen: „Ich bin sehr froh, dass wir Arnold Schwarzenegger als Hauptdarsteller in Hamlet reloaded verpflichtet konnten. Als Prinz von Dänemark ist er noch glaubwürdiger als in Conan der Barbar ...“

Was also sagt eine Quote wirklich aus? Nicht unbedingt das, was Werbetreibende nur allzu gerne hineininterpretieren. Die hohe Quote von „Wetten dass...?“ kommt nicht deshalb zustande, weil die Sendung so beliebt ist, sondern, weil bei jedem Zuschauer noch zusätzlich der Zivi mitguckt. Auch die exakte Bestimmung der Quoten ist mit Vorsicht zu genießen. In Deutschland wird die Quote berechnet, indem das Fernsehverhalten einer repräsentativen Gruppe von etwa 4000 Personen mit einem Messgerät aufgezeichnet wird. Das Problem: Bei Nischensendern wie 3Sat schauen oft nur 20 Personen mit einem Messgerät die jeweilige Sendung. Die Einschaltquote eines Arte-Themenabends über Zierfische errechnet sich also auf Basis von gerade mal zwei Dutzend Hanseln! Natürlich mit immensen statistischen Fehlern. Ein befreundeter Serienschau spieler

hatte mal eine Affäre mit einer Frau, die an der Messung teilnahm. Nachdem er sich etwas unschön von ihr getrennt hatte, ging die Quote seiner Sendung urplötzlich in den Keller. Zufall?

Ein weiteres absurdes Konstrukt der professionellen Quotenmesser ist die berühmte „werberelevante Zielgruppe“ – also Personen, die zwischen 14 und 49 Jahren alt sind. Was jedoch dabei oft vergessen wird: Für die Werberelevanz macht es einen grundlegenden Unterschied, ob sich die Quote aus einer Million Zahnarztgattinnen oder aus einer Million Schiffschaukelbremsern zusammensetzt.

Vor einigen Jahren strahlte in den USA ein neu hinzugekommener Privatsender Tag und Nacht das Bild eines Aquariums aus, weil dem Sender anfangs kein sendefähiges Material vorlag. Als man nach zwei Wochen schließlich mit einem Mix aus Gameshows und Seifenoperen auf Sendung ging, beschwerten sich Tausende Zuschauer und wünschten sich das beruhigende Aquarium zurück. Ein anderer Sender versuchte sich daraufhin als Trittbrettfahrer und führte das gute alte Testbild wieder ein. Eine Idee, die vollkommen nach hinten losging. Pausenlos riefen Menschen an, weil sie einen der bunten Farbbalken gewinnen wollten. ←

VINCE EBERT

Unser Autor ist Physiker und Kabarettist und mit dem Programm „Denken lohnt sich“ auf Deutschland-Tournee. Im Oktober ist sein erstes Buch „Denken Sie selbst! Sonst tun es andere für Sie“ im Rowohlt Verlag erschienen. Weitere Informationen auf www.vince-ebert.de.