

Die Kommerzialisierung des Fernsehens hat die „deutsche Kultur“ um vieles mehr verändert, als Hunderttausende von Flüchtlingen das schaffen könnten. | Veröffentlicht am: 20. Oktober 2017 | 1



Von deutscher „Kultur“ zu sprechen, ist ziemlich verwegen. Dennoch spielt das Wort im Denken und Reden mancher, die sich über die Folgen des Zuzugs von Flüchtlingen und anderen Einwanderern Gedanken machen, eine Rolle. Da ist zum Beispiel in einer Mail an die NDS vom „Niedergang der mitteleuropäischen und deutschen Kultur“ die Rede, so in Erinnerung an Cem Özdemirs Einlassung über die „deutsche Kultur“ aus Currywurst und Bier. Ich kann die Sorgen um den Niedergang mancher wertvollen Eigenheiten durchaus verstehen. Aber es gibt hausgemachte Veränderungen und Zerstörungen dessen, was man die Kultur unseres Landes und Volkes nennen könnte, die um vieles gravierender sind. Dazu zählt vor allem die Kommerzialisierung und auch die Vermehrung der Fernseh- und Hörfunkprogramme und die Ausbreitung der elektronischen Kommunikation und damit gleichzeitig die Verringerung der personalen Kommunikation. **Albrecht Müller.**

Dieser Beitrag ist auch als Audio-Podcast verfügbar.

http://www.nachdenkseiten.de/upload/podcast/171020_Kommerzialisierung_und_die_deutsche_Kultur_NDS.mp3

Podcast: [Play in new window](#) | [Download](#)

Ab 1984, dem Beginn des Kommerzfunks, wurde die „Kultur“ unseres Landes und der hier lebenden Deutschen deutlich verändert.

Dafür ein paar Belege:

- Die Öffentlich-Rechtlichen Sender, bis dahin immerhin ein gewisser Hort von Pluralität und Information, haben sich im Kampf um die Einschaltquoten mit den kommerziellen Sendern in Programm und Informationsgehalt angepasst. Das hat die Basis einigermaßen demokratischer Willensbildung und damit ein wichtiges Element unserer politischen „Kultur“ massiv beschädigt.
- Die Ausbreitung der kommerziellen Programme ist mit Kommerz, Werbung, noch mehr Werbung und der Öffnung für noch mehr Gewalt und vor allem auch eine gewalttätige Sprache verbunden. Das kann man harmlos finden oder sogar wollen. Dann sollte man aber nicht so tun, als würde die „Kultur“ Mitteleuropas vor allem von Flüchtlingen bedroht.

NachDenkSeiten - Die Kommerzialisierung des Fernsehens hat die „deutsche Kultur“ um vieles mehr verändert, als Hunderttausende von Flüchtlingen das schaffen könnten. |
Veröffentlicht am: 20. Oktober 2017 | 1

Die Kommerzialisierung des Fernsehens hat die „deutsche Kultur“ um vieles mehr verändert, als Hunderttausende von Flüchtlingen das schaffen könnten. | Veröffentlicht am: 20. Oktober 2017 | 2

- Die Dauer der Fernsehnutzung und der Nutzung elektronischer Medien anderer Art ist messbar angestiegen. In der folgenden Abbildung wird sichtbar, dass zu Beginn der Kommerzialisierung die durchschnittliche Fernsehdauer pro Tag bei 121 Minuten lag, 2015 dann bei 208 Minuten. Es waren 2 Stunden und sind jetzt gut dreieinhalb Stunden.

Entwicklung der durchschnittlichen Fernsehdauer pro Tag, Zuschauer ab 14 Jahren, in Minuten. Quelle: Reitze/Ridder 2011, Engel/Breunig 2015, S. 312. Bis 1990 nur Darstellung der alten Bundesländer. ([Grafik als PDF zum Download](#)) Lizenz: [cc by-nc-nd/3.0/de/](#) (bpb)



Bei jungen Menschen, 14-29 Jahre, hat sich die Nutzung von Fernsehen zugunsten des Internets verschoben. Das zeigt die folgende Abbildung:



Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer junger Menschen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (2015). Quelle: Engel/Breunig 2015, S. 312; ([Grafik als PDF zum Download](#)) Lizenz: [cc by-nc-nd/3.0/de/](#) (bpb)

Die 14- bis 29-jährigen haben 2015 im Durchschnitt 144 Minuten das Fernsehen genutzt und 187 Minuten das Internet. Das macht zusammen 331 Minuten. Darin enthalten sind durchaus Minuten der Kommunikation und nicht alleine des Empfangs von Sendungen. Aber eindeutig ist eine starke Konzentration auf die elektronische Kommunikation festzustellen. 331 Minuten, also fünfeinhalb Stunden, elektronische Kommunikation einschließlich des Fernsehens an einem Tag - wenn das die „Kultur“ des Einzelnen und eines Volkes nicht verändert?!

Die Kommerzialisierung unserer Medien und die Vermehrung der Programme ist nicht vom Himmel gefallen. Sie ist ab 1984 von Seiten der damaligen Regierung Kohl, der Union und FDP massiv mit Geld unterfüttert worden.

Milliarden DM - nach meiner Erinnerung mindestens 10 Milliarden DM - wurden für die Verkabelung in Fernsehverteilnetzen und für das Satellitenfernsehen ausgegeben. Die genauen Daten sind schwer zu ermitteln. Von Anfang an ist vertuscht worden, wie der Steuerzahler und der Gebührenzahler für Post und Telefon für das Vorantreiben der Kommerzialisierung genutzt worden ist. Von Seiten der Regierung wurden in der öffentlichen Debatte nur die angeblichen Vorteile verkündet. Der Katzenjammer kam dann

Die Kommerzialisierung des Fernsehens hat die „deutsche Kultur“ um vieles mehr verändert, als Hunderttausende von Flüchtlingen das schaffen könnten. | Veröffentlicht am: 20. Oktober 2017 | 3

einige Zeit später, als die wahren Konservativen in der Union merkten, was sie ihrer eigenen Welt von Werten, von Familie und Zusammenhalt mit der Kommerzialisierung und Programmvermehrung angetan hatten.

Seit 1978 hatten CDU und CSU zusammen mit den am kommerziellen Fernsehen und Hörfunk interessierten Firmen und Medienkonzern für die Programmvermehrung und damit für die Kommerzialisierung mobil gemacht. Sie haben die Regierung Schmidt der Technologiefeindlichkeit geziehen, weil diese nicht bereit war, öffentliches Geld in technisch uninteressante Fernseherteilnetze zu stecken.

Damals hat die Planungsabteilung des Bundeskanzleramtes, deren Leiter ich war, dem Bundeskanzler vorgeschlagen, kein Geld für die Verkabelung von elf Städten auszugeben, wie es die Union und der von ihr vereinnahmte SPD-Postminister Gscheidle forderten. Wir hatten uns in der Welt, zum Beispiel in den USA und in Belgien, wo die Verkabelung schon fortgeschritten war, umgesehen. Wir hatten mit sozialwissenschaftlichen Studien mit Hilfe des Sinus-Instituts in Heidelberg ermittelt, was die Erwartungen und Befürchtungen der Menschen sind, wenn nicht mehr nur drei Fernsehprogramme, sondern zehn und mehr zur Verfügung stehen. Das waren interessante Studien. Sie ergaben eindeutig, dass damals die Mehrheit ein sensibles Gespür dafür hatte, was auf sie und vor allem auf die Familien zukommt.

Der damalige Bundeskanzler Schmidt hat sich am 26. Mai 1978 in der öffentlichen Debatte mit einem langen Essay [in der „Zeit“ engagiert](#). Dieser hatte den provokanten Titel: **„Plädoyer für einen fernsehfreien Tag**. Ein Anstoß für mehr Miteinander in unserer Gesellschaft.“ Anzumerken ist dazu: der etwas provozierende Haupttitel sollte dazu anreizen, den Essay zu lesen. Das haben auch viele getan. Und es gab erkennbar eine Mehrheit für Vorsicht mit der Programmvermehrung und ihrer Kommerzialisierung.

Wenn man die Sprache der heutigen Debatte um die kulturellen Folgen des Zuzugs von Menschen aus anderen Ländern benutzt, dann könnte man sagen: der damalige Bundeskanzler hat sich Gedanken über die Kultur in unserem Land gemacht. Und er hat die Sorge geäußert, dass die Kommerzialisierung und Vermehrung der Fernsehprogramme wichtige Elemente dieser Kultur zerstören würden.

Damals hat sich die Bundesregierung offensichtlich noch um sogenannte „weiche“ Themen gekümmert. Es gibt keinen Grund, dies heute nicht auch zu tun. Nur deshalb erinnere ich an diesen Vorgang.

Die Position von Schmidt war übrigens mehrheitsfähig. Er und seine Mitstreiter bekamen

Die Kommerzialisierung des Fernsehens hat die „deutsche Kultur“ um vieles mehr verändert, als Hunderttausende von Flüchtlingen das schaffen könnten. | Veröffentlicht am: 20. Oktober 2017 | 4

Unterstützung auch aus Kreisen der Union. So gehörte zum Beispiel das CDU-Mitglied Bausch, Intendant des Süddeutschen Rundfunks, zu einem kleinen Kreis von fachkundigen Mitstreitern. Auch Dr. Hubert Burda zählte zu den Gegnern der Kommerzialisierung von Fernsehen und Rundfunk. Aber das hat sich später verändert.

Schmidt hat seinen Widerstand übrigens bis zum Ende seiner Regierungszeit im September 1982 durchgehalten. Die Regierung Kohl und insbesondere der damalige Postminister Schwarz-Schilling haben dann alle Hebel in Bewegung gesetzt, um der Kommerzialisierung auch mit öffentlichem Geld den Weg zu bereiten. Das war eine mit Steuergeld bewirkte Beschädigung der „Deutschen Leitkultur“. Das sollten die rechten und konservativen Kreise unseres Volkes mal bedenken, wenn sie sich heute ihre Gedanken über die „deutsche Kultur“ machen. Falls sie sich überhaupt Gedanken machen.

Teilen mit:

- [E-Mail](#)