Ergänzend zum Eintrag vom 30.11. über Wa(h)re Bildung bei Anne Will schickte uns einer unserer Leser die Ergebnisse seiner Beobachtung und Recherche. Interessant: Albrecht Müller

Hier die Mail des NachDenkSeiten-Lesers:

> "**Schleichwerbung bei Anne Will**
>
> Als ich nach langer Zeit mal wieder die Sendung mit Anne Will anschaute, fiel mir die Gesprächspartnerin Frau Nelke-Mayenknecht auf. Irgendwas stimmte da nicht. Sie wurde vorgestellt als eine Mutter, die hundertprozentig für private Schulen eintritt. Im Gesprächs schwächte sie das immer wieder auffällig ab.
>
> Schließlich war ein kaum verkappter Werbefilm für den kommerziellen Bildungsanbieter FasTracKids zu sehen, der schon Kleinkinder mit 12 „Fächern" traktiert. Auf eine Frage von Frau Will nach dem Sinn einer solchen „Bildungsmaßnahme" wartete man vergebens.
>
> Eine Internetrecherche auf der Seite von Frau Nelke-Mayenknecht brachte ein überraschendes Ergebnis: Unter dem Link „referenzen" liest man den Satz „Astrid Nelke-Mayenknecht unterstützt FasTracKids im Bereich PR und Öffentlichkeitsarbeit seit Februar 2007." Das hat uns Frau Will verschwiegen!
>
> Sie tingelt als angeblich unabhängige Mutter von drei Kindern, die das Beste für den Nachwuchs will, durch die Talkshows (bei Plasberg war sie auch schon), lässt sich im „Spiegel" zum Thema Bildung als bildungsbeflissene Mutter, die sich für Privatschulen einsetzt zitieren, und promotet dadurch ihre Kunden."

Soweit der Bericht.

Dass sich private Interessen in den Talkshows und Sendungen der verschiedenen Sender breitmachen, kennen wir zur Genüge von den vielfältigen Auftritten zu Gunsten privater Vorsorge und zulasten der gesetzlichen Rente. Immer wenn Raffelhüschen oder Rürup oder Miegel in den Sendungen auftauchen, war immer schon sichtbar geworden, dass sie die Interessen der mit ihnen verbundenen Versicherungswirtschaft und Banken vertreten. Wir kennen die PublicRelations-Arbeit mittels der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft, der es immer wieder gelungen ist, ihre Professoren in den Talkshows und anderen Fernsehsendungen zu platzieren.

Jetzt machen offenbar auch die an der Privatisierung des Bildungswesens Interessierten verstärkt PR-Arbeit. Der Auftritt von Frau Nelke-Mayenknecht gehört dazu.

Das Problem der Auslagerung der Produktionen Öffentlich-rechtlicher Sender in private Produktionsgesellschaften

Im konkreten Fall ist auf eine Entwicklung hinzuweisen, die immer mehr zum Problem wird: Die Sendungen prominenter Stars sind inzwischen nahezu alle in eigene Produktionsgesellschaften der Fernsehstars und ihrer Partner ausgelagert:

- Anne Will wird von „Will Media GmbH“ produziert,
- „Hart aber fair“ seit 2005 von der Fernsehproduktionsfirma „Ansager & Schnipselmann“, deren Inhaber Frank Plasberg und Jürgen Schulte sind;
- Kerner produziert seine Sendungen für Sat1 bei seiner „JBK TV Produktion“, seine bisherigen ZDF-Sendungen wurden von der Produktionsfirma “Fernsehmacher” produziert, deren Teilhaber bis dahin Johannes B. Kerner war;
- Die AVE Gesellschaft für Fernsehproduktion mbH, eine Tochter der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck, produzierte die SWR-Sendung „Quergefragt“.
- Für Reinhold Beckmann heißt es auf einer Seite von DasErste.de: „Produktion: Cinecentrum im Auftrag von Beckground TV, Redaktion: Olaf Köhne/Peter Käfferlein(Cinecentrum) Tim Gruhl (NDR)“
- Usw.

Man kann ja einigermaßen gut verstehen, dass unsere Fernsehstars gerne die relativ bürokratischen Verfahren der Öffentlich-rechtlichen Sender bei der Abrechnung, bei der Honorargestaltung und bei vielen organisatorischen Belangen meiden. Aber die Auslagerung bedeutet eben zugleich, dass sie sich in wichtigen Fragen der Kontrolle durch die eigentlich Verantwortlichen Sender entziehen. Die Öffentlich-rechtlichen Sender selbst kontrollieren die Sendungen zwar noch, aber in der Praxis eingeschränkt durch das tägliche Geschäft der Produktionsgesellschaften. Wie im Falle von Reinhold Beckmann sind die Redaktionen für die Sendungen von beiden Stellen besetzt – von der Produktionsgesellschaft und vom Sender.
Die wichtige Frage z.B., wer in die Sendungen eingeladen wird, wird dann in der Praxis

vermutlich bei starkem Einfluss der Produktionsgesellschaft und ihrer Vertreter in der Redaktion entschieden. Die Produktionsgesellschaften sind aus meiner Sicht und nach meiner Erfahrung auch die Einflugschneisen für die Kampagnen der Public Relations Industrie.

Ich habe diese Problematik ausführlich in Kapitel 21 meines Buches „Meinungsmache“ analysiert. „Das Verschwinden der Medien als kritische Instanz“ hat auch mit dieser Auslagerungstendenz zu tun. Ich schlage dort deshalb im Schlusskapitel vor:

> „11. Die Auslagerung der Produktion von Sendungen wie Talkshows und Dokumentationen in eigene Produktionsgesellschaften muss beendet werden. Wenn solche für die Willensbildung relevanten Beiträge vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk gesendet werden, müssen sie auch in dessen tatsächlicher Verantwortung stehen, nicht nur formal.“ (Seite 425 von „Meinungsmache“)