

„Sunday Morning – CBS im WDR“

Die Sendung, die vom Himmel fiel

Als der Westdeutsche Rundfunk im Mai dieses Jahres von seiner Absicht berichtete, jeden Sonntagmorgen amerikanische Sendungen auszustrahlen, erhob sich lautstarke Kritik — nicht an den bevorstehenden Sendungen, sondern vorwiegend an der unwirklichen Sendezeit, dem geringen Zuschauerinteresse und dem zunächst undurchsichtigen Geschäftsgebaren des Kölner Senders. Der hatte nämlich zuvor mit dem amerikanischen Columbian Broadcasting System (CBS) einen seit dem 1. Januar 1983 gültigen Vertrag abgeschlossen, der dem WDR drei Jahre lang den unmittelbaren Zugriff auf jährlich 6000 Sendeminuten des erfolgreichen kommerziellen CBS-Programms erlaubt. „1,7 Millionen Mark für ein paar Handvoll Zuschauer“ lautete später die Überschrift des stimmungsmachenden Artikels einer Programmzeitschrift, die bereits vor Beginn der Sendereihe zu wissen glaubte, daß diese mit einer Zuschauerquote von null Prozent zu rechnen habe. Null Prozent — das sind jene bis zu 20 000 Zuschauer von „Sunday Morning — CBS im WDR“, die das Einschalt-Meßsystem nicht erfassen kann.

Seit dem 3. Juli wird „Sunday Morning“ ausgestrahlt. In der Regel bestehen die halbstündigen Sendungen aus

zwei originalsprachigen, deutsch untertitelten Reportagen und einer abschließenden Glosse. Die bisherigen Themen reichten von einem Porträt des ehemaligen drogensüchtigen Johnny Cash bis zu einem Bericht über die gestiegene Alterskriminalität in den Vereinigten Staaten; von der Beschreibung der unentgeltlichen Adoptionsvermittlung eines Amerikaners bis zur Situationsskizze kubanischer Emigranten; von der Rekonstruktion einer im letzten Augenblick verhinderten Flugzeugkatastrophe bis hin zur Diskussion der Fragwürdigkeit diplomatischer Immunität. Diese Berichte werden in einer „lockeren“ Mischung aus Unterhaltungs- und Informationselementen angeboten. Stets sind es einzelne, im Mittelpunkt stehende (Star-)Reporter, die das jeweilige Thema behandeln. Sowohl ihren Hang zur Selbstdarstellung als auch die Inszenierung ihrer Recherche sind Bestandteil einer Sendeform, die nicht selten den Charakter eines Minidramas annimmt. Mit Hilfe der spannenden und packenden Form der „Dok-Dramas“ — etwa bei „Das Flugzeug, das vom Himmel fiel“ — versuchen Autoren, Ereignisse teils dokumentarisch, teils fiktiv zu rekonstruieren.

Die Vorstellung des amerikanischen Fernsehens und seiner erfolgreichen

Sendungen ist eines, jedoch nicht das vorrangige Ziel des umfangreichen WDR-CBS-Abkommens. Wesentlicher scheint die künftig mögliche Zusammenarbeit von öffentlich-rechtlichem und privatwirtschaftlichem Rundfunk zu sein. Bisher erlaubte sie durch „kostengünstigen Programmeinkauf“ (WDR-Pressestelle) den — für Korrespondentenberichte notwendigen — Zugriff auf Material, dessen Erwerb sonst mit außerordentlichem finanziellem Aufwand verbunden war. Die „jetzige Vertragssituation“ aber verschafft nach den Worten von WDR-Programmdirektor Heinz Werner Hübner der ARD „erhebliche Vorteile“; Vorteile jedoch, die sich dem Zuschauer erst im „Laufe der nächsten drei Jahre“ vollends zeigen und nicht allein auf die Sendereihe „Sunday Morning“ beschränkt sein werden. Denn CBS-Sendungen werden auch in anderen Sendungen der ARD — etwa im „Weißen Fleck“ — vorgestellt werden. „Sunday Morning“ sei also „lediglich ein Nebenprodukt des Vertrages“ und nutze „das vorhandene Material, um für die Zielgruppe englischkundiger und englischsprechender Zuschauer ein attraktives Angebot zu machen“.

Dies ist gelungen. Vom 11. September an wird „Sunday Morning“ unter dem Titel „Thirty Minutes — CBS im Dritten“ sonntags um 17.30 Uhr vor einem vermutlich größeren Publikum angeboten werden — auch einige andere dritte Programme werden „Sunday Morning“ wohl übernehmen.

KARL H. KARST