

Brutaler Fall

Sexueller Mißbrauch ist ein beliebtes Thema von TV-Movies – nicht immer nur, um aufzuklären. Abscheu fesselt den Zuschauer.

An diesem Mittwoch sendet die ARD unter dem Titel „Schande“ (Buch: Burkhard Driest, Regie: Claudia Prietzel) einen besonders harten Mißbrauchsfilm: die Geschichte der 13jährigen Bénice, die vom Lebenspartner ihrer nichtsahnenden Mutter mißbraucht wird.

Die neue Dimension an „Schande“ ist der erbarmungslose Schluß: Der Zuschauer sieht, wie Bénice Selbstmord begeht und sich vom Balkon auf die Straße stürzt. Der brutale Fall markiert, zumindest im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, einen Einschnitt. Als Hans W. Geissendörfer, der Vater der Serie „Lindenstraße“, vor Jahren den Selbstmord eines Waisenkindes zeigen wollte, brachten ihn die Verantwortlichen des WDR davon ab: Der Suizid könne zu Nachahmungstaten führen. Geissendörfer änderte die Drehbücher. Heute gelten solche Bedenken offenbar nichts mehr. Der Grund dafür ist nicht etwa eine bessere Kenntnis darüber, ob das Fernsehen labile Menschen zu Nachahmungstaten animiert. Ursache ist die Verschärfung der Lage auf dem



Aufmerksamkeitsmarkt Fernsehen: Die Macher glauben, nur mit Tragik pur lasse sich der Zuschauer fesseln, nicht mit „falscher Versöhnung“ (WDR-Programmtext).

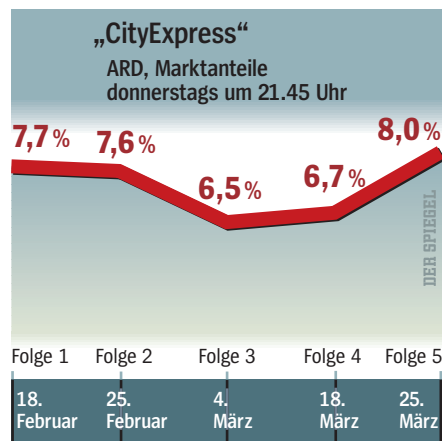
So ergibt sich „Schande“ dem Pathos des Unheils, nichts kann das Schicksal stoppen. Das strafft die Dramaturgie, das betäubt Nachdenken über Auswege.

Alle Energie verschwenden die Bilder, um zu zeigen, wie der Schuft sein Opfer mit Cocktailkleid und Sekt in der Badewanne als Sexualobjekt zurichtet. Und selbst, als das Mädchen in den Tod stürzt, springt die Kamera neugierig hinterher. Kein Wort über Therapiemöglichkeiten, aber die Quote wird stimmen. Den Verantwortlichen ist allerdings nicht wohl: Hinterher gibt es eine Diskussion.

QUOTEN

Geisterzug

Jede einzelne Folge der 40teiligen Eisenbahn-Soap „City Express“ kostet eine halbe Million Mark – die Serie ist mit aufwendiger Digitaltechnik produziert worden, damit die Landschaft an den Fenstern perfekt vorbeifliegt. Doch der Luxus-Express bleibt ein Geisterzug, der Marktanteil krebst bei durchschnittlich sieben Prozent – jenseits der Werte, die für die ARD tolerabel sind. Der technische Aufwand vermag die Belanglosigkeit der Handlung, die katastrophale Regie und den geballten Dilettantismus der Darsteller nicht zu übertünchen.



PROJEKTE

St.-Pauli-Königs Erben

Dieter Wedels Rotlicht-Opus „Der König von St. Pauli“ wird weitergeführt – als wöchentliche Seifenoper auf Sat 1. Nach einer Wiederholung des Quoten-Erfolgsstücks mit Sonja Kirchberger und Heinz Hoenig, die Wedel mit neuem Schnitt bearbeitet hat, startet der Kogel-Sender vom Herbst an eine Weekly (Titel: „Rote Meile“), die in den Kulissen des „Königs von St. Pauli“ auf dem Münchner Bavaria-Gelände produziert wird und am Abend eines noch festzulegenden Wochentags ausgestrahlt werden soll. Auch in dieser Weiterführung geht es um die Kämpfe von Clans rund um die Reeperbahn. Qualitativ liegt die Latte nicht allzu hoch. „Wir streben keinen Grimme-Preis an“, sagt Sat-1-Sprecher Dieter Zurstraßen.



Sonja Kirchberger im „König von St. Pauli“

LEUTE

Verona Feldbusch

Die schöne Ahnungslose des TV-Betriebs beschäftigt auch die Zeichner. Der Münchner Grafiker Bernhard Prinz, 24, läßt Verona in einem Comic „Lindenstraße Strip-Show“, einem sati-

rischen Begleitbuch zur Seifenoper, ein Interview mit Else Kling, der giftigen Hausmeisterin der Serie, über deren letzten Sex führen. Die Kling-Antwort „Neunzehnfünfundvierzig“ verleitet Verona zu falschen Vermutungen: Der alte Mensch denkt sexuell nicht in Äonen, sondern Stunden. Sorry, Verona, auch der moderne Greis ist heiß.

