JOURNALISTEN

Die Clip-Schule vom Lerchenberg

Mit Geschichtsfernsehen für ein Massenpublikum stieg Guido Knopp zum TV-Quotenstar und Bestsellerautor auf – trotz harscher Kritik von Historikern. Nun plant der ZDF-Journalist weitere Produktionen rund um sein Hauptthema Adolf Hitler.

Prominenz schüchtert ein. Erst nach einigem Zögern fasst der Rentner aus der ZDF-Besuchergruppe den Mut, geht vor dem Studio des Mainzer Senders entschlossen auf den Hünen im schwarzen Anzug zu, den er seit vielen Jahren vom Bildschirm kennt.

„Sie sind ja noch schöner als in der Glotze“, umschmeichelt der Mann sein Idol und hakt nach: „Warum sieht man Sie in letzter Zeit so selten?“

Der promovierte Historiker lächelt, als seien ihm gerade geheime Tagebücher aus der Nazi-Zeit anvertraut worden. „Ach, wissen Sie“, sagt er, „Dokumentationen erfordern viel Zeit, da komme ich kaum noch vor die Kamera.“ Der Bewunderer nickt und trottet zurück zu seiner Kaffeefahrt-Runde.

Guido Knopp, 51, ist mit heiklen Themen rund um die braune deutsche Vergangenheit zum TV-Star geworden. Er steht heute im Zentrum eines quoten- und umsatzträchtigen Imperiums, das den Deutschen jene Vergangenheit näher bringt, die nicht vergehen will.

Hauptsächlich der Faszination des Bösen verdankt der Redaktionsleiter Zeitgeschichte des öffentlich-rechtlichen Senders Zuschauerzahlen zwischen fünf und sieben Millionen zur besten Sendezeit. Mittlerweile laufen Knopps TV-Spiele in 50 Ländern, allein sein Video „Hitler – Eine Bilanz“ verkaufte sich knapp 160 000-mal.

Er sei „ein Flaggschiff für ein bestimmtes Genre“ geworden, „jeder weiß, was Knopp ist“, sagt Alexander Coridaß, Chef der Sendertochter ZDF Enterprises, über den Exportknüller. In TV-Schlüsselmärkten wie den USA, Großbritannien, Frankreich oder Australien habe sich der Historiker „großes Renommee“ erworben.

So stiegen Knopp und sein Heer von Helfern zum Markenzeichen auf. Im Gedenkjahr 1999 stehen seiner Redaktion so viele Sendeplätze wie noch nie zur Verfügung, etwa zu Jahrhundertereignissen wie den Weltkriegen sowie dem Bau und Fall der Mauer. Parallel zu seinen TV-Serien publizierte der Historiker Jahr für Jahr Buch-Bestseller am Fließband, im vergangenen Jahr gleich drei. Damit war der ZDF-Angestellte (Gesamtverkauf aller Druckwerke: über eine Million Exemplare) der erfolgreichste deutsche Sachbuchautor.

T. WEGNER / LAIF

Medienstar Knopp: *„Wir arbeiten auch für den Arbeiter von der Werkbank“*

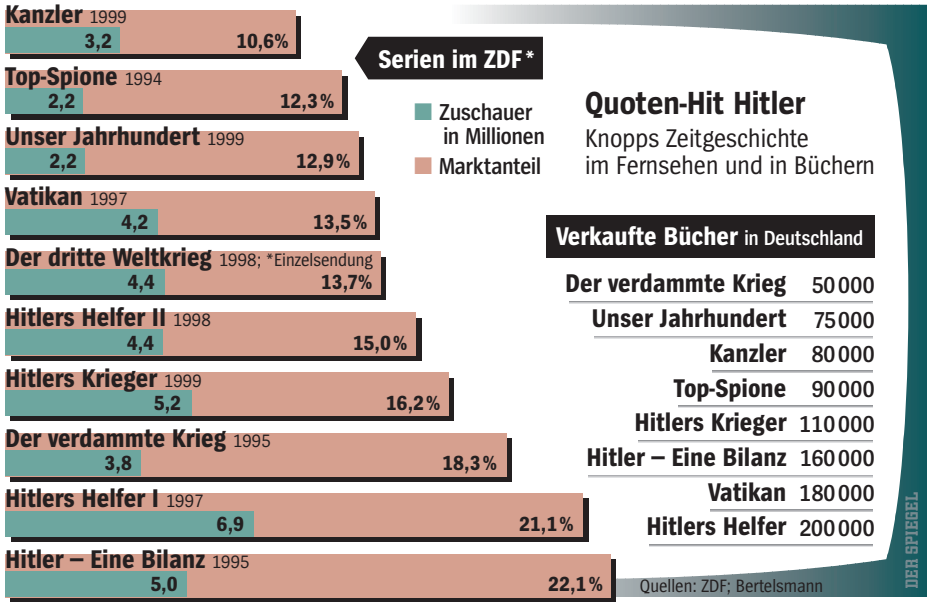
Keiner hat beim Massenpublikum mehr Deutungsmacht in Sachen Drittes Reich.

Der Ex-Wissenschaftler, der seine Doktorarbeit über Debatten zwischen SPD und USPD nach dem Ersten Weltkrieg abgeliefert hatte, stieg über Kurzgastspiele bei „Bunte“, „Welt am Sonntag“ und „Frankfurter Allgemeine“ in den Journalismus ein. Doch es drängte ihn zum Fernsehen. 1978 landete er beim ZDF und überzeugte sechs Jahre später Senderchef Dieter Stolte, eine eigene Redaktion Zeitgeschichte zu gründen.

Nun sitzt Knopp bei Presseterminen im lichtdurchfluteten Clubraum des Intendanten, streckt vor einem Kolossalgemälde über die Vertreibung der Juden aus Ägypten pathetisch die Arme aus und doziert über die Aufgabe, „ein großes Publikum für Geschichte zu gewinnen“. In der Vergangenheit habe die britische BBC eine Vorrangstellung bei historischen Produktionen gehabt, „jetzt aber spielen wir mit, haben vielfach sogar Standortvorteile – durch größere Nähe zum Material und zu den Zeitzeugen“.

Dem egostarken Geschichte-Erzähler vom Mainzer Lerchenberg schwebt eine regelrechte „Pyramide“ zur NS-Deutung vor: Erst versendete er 1995 in einem Sechsteiler den Diktator selbst („Hitler – eine Bilanz“), dann den inneren Führer-Kreis („Hitlers Helfer“), schließlich die Generäle und Soldaten („Hitlers Krieger“).

Als Nächstes sind im Frühjahr 2000 die Jugendlichen der NS-Zeit („Hitlers Kinder“) dran und im Herbst die Opfer: In der Serie, auf dem Weltmarkt verkaufsträchtig als „Hitlers Holocaust“ annonciert, sollen neue Archivfunde zur Judenverfolgung präsentiert werden, etwa Bilder von Pogromen im Baltikum. Diesmal will Knopp streng chronologisch erzählen und Bilder penibel den Ereignissen zuordnen. Das Werk werfe, wirbt das ZDF, „ein neues Licht auf die dunkelste Seite des 20. Jahrhunderts“. Für 2001 plant Knopp dann eine Serie über Magda Goebbels, Eva Braun, Zarah Leander und andere Frauen aus der NS-Zeit, eine Reihe über die Vertreibung



am Kriegsende sowie, zum Finale, eine Gesamtschau über die Verstrickung der Deutschen („Hitlers Volk“).

Wer sich derart intensiv mit der deutschen Düsternis zwischen 1933 und 1945 befasst, braucht sich um Kritik nicht zu sorgen. So viel Aufmerksamkeit für die Nazi-Zeit empfindet „FAZ“-Herausgeber Frank Schirrmacher längst als Exzess. Er entdeckte bei Knopps NS-Arbeiten „einen fast rauschhaften Steigerungs- und Überbietungswillen“, der einen „Zug ins Irrwitzige“ bekommen habe.

Der Grund der ausführlichen und scheinbar nie enden wollenden TV-Aufarbeitung ist dabei simpel: Hitler sorgt für Quote. Zwar hat sich Knopp an vielen Stoffen versucht, etwa über die Kanzler der Republik und die Päpste des Vatikan, doch jedes Mal lagen die Zuschauerzahlen deutlich unter den NS-Stücken. Auch sein bizarres Waswäre-wenn-Dokumentarspiel „Der Dritte Weltkrieg“ fiel spürbar ab.

Nur wenn das Hakenkreuz auftaucht, ist Knopp seinem Ziel ganz nah, um 20.15 Uhr gegen Hollywood-Filme, Arztschnulzen, Actionreihen und Fußballübertragungen bestehen zu können. Dagegen setzt er ein Potpourri aus kurz geschnittenen Schwarzweißsequenzen alter Filme, nachgestellten Szenen in Farbe (das Prinzip übernahm Knopp von der BBC) und Kurzbefragungen von grell ausgeleuchteten Zeitzeugen vor dunklem Hintergrund. Als Untermalung dienen dramatische Musik und eine raue Kommentarstimme, bevorzugt vom Synchronsprecher des Mafioso-Darstellers Robert De Niro.

Das schöne Styling und die meist in osteuropäischen Archiven akquirierten teuren Senderechte für Alt-Filme treiben die Kosten gewaltig nach oben. Während die ARD im Frühjahr für eine Folge von „20 Tage im 20. Jahrhundert“ zwischen 90 000 und 140 000 Mark ausgab, kostet einmal Knopp bis zu einer Million Mark. Davon trägt das ZDF knapp die Hälfte, den Rest steuern internationale Koproduzenten bei, etwa Arte aus Straßburg, RAI aus Italien und History Channel aus den USA.

„Bewegte Bilder und bewegende Zeitzeugen sind die Pfunde, mit denen wir wuchern können“, sagt Knopp über seine Populärfilme: „Wir arbeiten nicht nur für den

ZDF

FOTOS: CH. POPKES (M.); ZDF (re.)

Knopp-Produkte: *„Bewegte Bilder und bewegende Zeitzeugen sind die Pfunde, mit denen wir wuchern können“*

Universitätsprofessor, sondern auch für den Arbeiter von der Werkbank, der abends müde nach Hause kommt und sich unterhalten will."

Volksfernsehen statt Volkshochschule – unter Historikern und Dokumentarfilmern ist dieser Quotenjournalismus höchst umstritten. Knopp erkläre wenig, verzichte auf Zusammenhänge und setze vor allem „auf Tempo sowie die Suggestivkraft von Bildern und Musik", kritisiert Wissenschaftler Hans Woller vom Münchner Institut für Zeitgeschichte, alles zerfließe „in einem großen Brei". Das Niveau für Geschichts-TV werde so systematisch gesenkt. Der ZDF-Mann gelte „unter Historikern so viel wie Jürgen Fliege unter Bibelforschern", spottet das Satireblatt „Titanic".

Besonders umstritten ist das Inszenieren, im Fachjargon „Nachdreh" genannt, von historischen Szenen, für die es keine Bilder gibt, etwa vom erzwungenen Selbstmord des Generalfeldmarschalls Erwin Rommel oder von frühen Treffen Winston Churchills mit NS-Größen. Zu sehen sind schwarze Limousinen, blank geputzte Schaftstiefel, Häuserfronten mit dunklen Figuren oder eine Hand, die mit der Schreibmaschine etwas tippt („gez. Adolf Hitler").

REUTERS

ZDF-Chef Stolte

Bei vielen Wissenschaftlern ist auch die Art der Präsentation von Zeitzeugen verpönt, die Knopps Filmen Authentizität verleihen sollen. „Da werden laufend irgendwelche Leute aus der Nähe Hitlers interviewt, die relativ wenig Einblick hatten und lauter Belanglosigkeiten erzählen", wettert Historiker Woller: „Ein apologetisches Geraune."

Über die Masche wird selbst im Knopp-Kreis gelästert. „Bei uns gilt das Prinzip: Kein Zeitzeuge über 20 Sekunden, nur der Heilige Vater bekommt 30", erzählt ein Mitarbeiter. „Ein Satz und dann die Schwarzblende", kommentiert WDR-Chefhistoriker Klaus Liebe die Arbeit der Clip-Schule vom Lerchenberg.

Die Kritik perlt an dem Chefhistoriker des ZDF freilich ab. „Da schwingt auch manchmal Neid mit", sagt Knopp. „Wir recherchieren sehr penibel und lassen uns umfassend wissenschaftlich beraten." Dann schiebt er nach, dass er im Übrigen „Journalist für Zeitgeschichte" sei und kein Dokumentarfilmer.

Seinen Erfolg verdankt der „Experte für Geschichte und Gefühl" („Stuttgarter Zeitung"), der derzeit über einen ZDF-Kanal für Historisches im Internet nachdenkt, einer 30-Personen-Truppe aus fest angestellten Redakteuren, Zuträgern, Rechercheuren, Dokumentaristen und Praktikanten. Unentwegt sammeln Knopps Mitarbeiter Erinnerungen älterer Deutscher. So interviewten sie in einem „Jahrhundert-Bus" überall in Deutschland 6000 Leute zur Nazi- und Nachkriegszeit – eine „Katharsis-Box" (Knopp), die an Steven Spielbergs Shoah-Stiftung erinnern und künftig in einem „Jahrhundertstudio" auf dem Mainzer ZDF-Gelände zur Dauereinrichtung werden soll.

Auch für die Bücher zu den Fernsehhits sind die vielen fleißigen Mainzelmännchen im ZDF-Trakt FR Ost 2 stark eingespannt. Ein großer Teil der Werke stammt von je einem halben Dutzend von Koautoren. Für die Forschung hatten die Bände keinen Effekt – wohl aber für die Bilanzen von Verlagen, Buchhändlern und für Knopp selbst.

So brachte allein der Spitzentitel „Hitlers Helfer" (Verkaufsauflage: 200 000) dem Autorenteam schätzungsweise eine Dreiviertel Million Mark Erlöse. Das Geld werde, so Knopp, „nach einem festen Schlüssel" zwischen ZDF, ZDF Enterprises und der Redaktion aufgeteilt. Der Löwenanteil dürfte bei Knopp bleiben, Koautoren werden schon mal pauschal mit 5000 Mark abgegolten. Er sei „teils als Autor aktiv, teils als Herausgeber", sagt die Hauptfigur über seine Rolle, „dann machen meine Mitarbeiter Vorlagen, die ich redigiere, umschreibe oder auch nicht".

Sein Stammverlag Bertelsmann hat mit dem umtriebigen TV-Promi bereits acht Bücher publiziert. Nur für das aktuelle Werk „100 Jahre – Die Bilder des Jahrhunderts" ließ das Medienhaus seinen Top-Autor zur Konkurrenz ziehen, es erschien den Buchmanagern zu verwechselbar mit dem zuvor veröffentlichten „Unser Jahrhundert".

Nun erscheint das Bilderbuch zur täglichen ZDF-Abendsendung bei Econ und hat reichlich redaktionelle Schützenhilfe vom Boulevardblatt „Bild", das ebenso wie der Econ Verlag zum Axel-Springer-Konzern gehört. Zu Silvester soll die Reihe sogar nonstop 16 Stunden auf dem Spartenkanal Phoenix laufen – der totale Knopp.

Längst ist der Mann aus Aschaffenburg ein Star geworden, so sieht er sich, und so sollen ihn andere sehen. Seinen 50. Geburtstag feierte der Historiker 1998 denn auch standesgemäß mit einer Riesenparty auf einem alten Studiogelände in Wiesbaden, unter den vielen prominenten Gästen war auch der israelische Botschafter.

ZDF-Chefredakteur Klaus Bresser hielt vor über 200 Leuten eine launige Rede, in der er beziehungsreich über die Allüren seines Mitarbeiters scherzte: „Als kleiner Angestellter kann ich mir eine solche Feier nicht leisten."

HANS-JÜRGEN JAKOBS