

Leben an der Fiebergrenze

Die Reihe „37 Grad“ im ZDF. Von *Michaela Pilters*

Mit der Wahl des Titels für unsere Sendereihe haben wir vor mehr als zwanzig Jahren eine Entscheidung getroffen: Wir wollten Geschichten von Menschen erzählen, die in einer besonderen Situation sind, die sich in existentiellen Krisen befinden, wenn menschliche Körpertemperatur an der Grenze zum Fieber steht. Und wir wollten unsere Protagonist_innen selbst zu Wort kommen lassen. Aus dieser Grundlegung ergeben sich eine Reihe von Konsequenzen für die Formatarbeit und immer neue medienethische Überlegungen.

„37 Grad“ ist in mehrfacher Hinsicht einzigartig in der deutschen Fernsehlandschaft. Sowohl das journalistische Format als auch die Organisationsform haben keine Parallele in anderen Sendern. Das entscheidende Alleinstellungsmerkmal für mich und meine Kolleg_innen ist jedoch der besondere Zugang zu unseren Themen. Nicht diskursiv, nicht pro und kontra und mit sachverständigen Expert_innen, sondern subjektiv und nah an den Protagonist_innen. Ohne den journalistisch notwendigen Abstand zu verlieren, erwerben sich die Autor_innen das Vertrauen der Menschen. Voraussetzung dafür ist der Respekt, mit dem „37 Grad“ mit seinen Protagonist_innen umgeht. Niemand wird vorgeführt, auf die Persönlichkeitsrechte wird strengstens geachtet, auch in der weiteren Verwertungskette des ZDF (Wiederholungen, Klammermaterial, Lizenzen). Oft begleiten die Autor_innen die Protagonist_innen über Monate, manchmal auch Jahre, Bindungen entstehen auch über den Sendetermin hinaus. Die Zuschauer_innen spüren diesen Respekt.

„37 Grad“ inszeniert und skriptet nicht. Die Lebenswirklichkeit steht im Mittelpunkt, in aller Konsequenz und Widersprüchlichkeit. Mit Empathie für die Menschen und Realitätssinn berichtet „37 Grad“ über Schicksale und Menschengeschichten. Mit diesem Qualitätsjournalismus erreicht das Format eine hohe Glaubwürdigkeit beim Publikum. Die Sendung wird als

*Michaela Pilters,
Diplomtheologin, ist
Leiterin der ZDF-
Redaktion „Kirche und
Leben katholisch“.
Sie ist unter anderem
verantwortlich für
Dokumentationen der
ZDF-Reihe „37 Grad“.*

herausragendes Beispiel des öffentlich-rechtlichen Fernsehens wahrgenommen.

Bei der Auswahl der Themen liegt das Augenmerk der Redaktion nicht zuletzt darauf, dass sich in den vorgestellten Schicksalen die gesellschaftliche, politische und ökonomische Wirklichkeit hierzulande abbildet. Von der Internet-Partnersuche bis zur Angst vor Altersarmut, vom Aussteigertraum bis zum Pflegenotstand – „37 Grad“ erzählt von dem, was Menschen in Deutschland bewegt. Auch die aktuelle Flüchtlingskrise hat ihren Niederschlag in mehreren Programmen gefunden. Wir stellen fest, dass die Relevanz der Themen einen entscheidenden Einschaltimpuls darstellt.

Immer wieder haben wir die Erfahrung gemacht, dass gerade Themen, von denen man erwarten könnte, dass ihnen der Zuschauer lieber aus dem Weg geht, nicht nur erfolgreich laufen, sondern auch in den Sozialen Medien große Resonanz erzeugen. Im Laufe der Jahre hat sich das Profil der Sendung stärker fokussiert auf die Lebenswelt unserer Zuschauer. Nicht mehr der US-Soldat in Vietnam mit seinem Schicksal steht im Mittelpunkt, sondern der Bundeswehrsoldat, der traumatisiert aus Afghanistan zurückkommt. Und nicht der aktuelle Schnellschuss wird vom Zuschauer belohnt, sondern der vertiefende Blick, die Entwicklung einer Geschichte und die relevante, semiaktuelle Fragestellung. Die Form folgt dem Thema, jede starke Geschichte erzählt sich anders. Leben lässt sich nicht in eine vorgeschriebene Form pressen – und eine Reihe über das Leben soll überraschend bleiben, auch formal.

Unseren Zuschauern geht es nicht um Voyeurismus. Sie schätzen die Authentizität, die Alltagsnähe und die Vielfalt der Themen. Die Reihe vermittelt ihnen Einblicke in Lebenswelten von Menschen, die sie normalerweise nicht kennenlernen, auch im Fernsehen nicht. Die Sendung gibt den Zuschauern die Möglichkeit, sich selbst ein Urteil zu bilden. Aus den Reaktionen im Netz, den Diskussionen auf unserer „Facebook“-Seite, wissen wir, dass sie mehrheitlich unsere „Heldinnen und Helden“ bewundern für ihren Mut, ihren Optimismus, und dass sie sich fragen, wie sie selbst in einer ähnlichen Situation reagiert hätten. Es ist die geheime Agenda unserer Filme, dass am Ende ein Impuls steht: Wie hätte ich mich in so einer Situation verhalten? Was bedeutet das Thema für mich selbst? Erkenne ich mich in

Es ist die geheime Agenda unserer Filme, dass am Ende ein Impuls steht: Wie hätte ich mich in so einer Situation verhalten?

den Protagonist_innen wieder, kann ich mich mit ihnen identifizieren? Oder grenze ich mich von ihrem Verhalten ab, habe meine eigenen Werte? Die Grundstimmung der Sendung vermittelt Hoffnung, denn Menschen, die gar keinen Ausweg mehr sehen, die nicht kämpfen, gehen in der Regel auch nicht vor die Kamera.

Was uns selbst immer wieder wundert und berührt, ist die Offenheit unserer Protagonist_innen vor der Kamera. Die Printmedien haben durch die Möglichkeit der Anonymisierung viele Vorteile beim Erzählen von Schicksalen. Im Fernsehen sind Stimme und Gesicht unverkennbar. Man kann natürlich Gesichter verpixeln, immer nur von hinten filmen und Stimmen nachsprechen, aber das hat zum einen immer den Charakter einer Kriminalisierung, zum anderen entsteht dabei keine Sympathie oder Identifizierung, die eine halbe Stunde lang Interesse weckt. Dass es unseren Autor_innen gelingt, ein solches Vertrauensverhältnis herzustellen, dass Einblicke in das (Seelen-) Leben gewährt werden, die man normalerweise nur einem guten Freund anvertraut und die nicht für ein Millionenpublikum

bestimmt sind, ist eine hohe Kunst. Aber es sind genau diese Momente, diese Vertiefungen, die „37 Grad“ so intensiv und wertvoll machen. Unsere Heldinnen und Helden wissen, dass wir sie nie bloß stellen werden,

dass wir ihnen mit Respekt begegnen und sie im Zweifel sogar vor sich selbst schützen. Am Tag nach der Sendung müssen unsere Protagonist_innen nicht nur in den Spiegel schauen können, ohne sich zu schämen – auch der Weg zum Bäcker und zur Arbeit darf kein Spießbrutenlaufen werden.

Schon bei der Themenwahl ist uns dieser medienethische Aspekt wichtig. Manche Vorschläge werden nicht realisiert, weil abzusehen ist, dass die Protagonist_innen sich angreifbar machen in der Öffentlichkeit, dass ein Outing folgenschwere Konsequenzen hätte. Die Redaktion kennt die Mechanismen der Medien besser als unsere Mitwirkenden, wir müssen für sie die Konsequenzen mitbedenken. In den meisten Fällen sind diese eher positiv, von Heirats- und Jobangeboten bis hin zu finanzieller und ideeller Unterstützung. Die Recherche für die Themen ist langwierig und kompliziert. Menschen, die sich freiwillig vor die Kamera drängen, die sich selbst anbieten, um ihre Geschichte im Fernsehen zu sehen, scheiden nach unseren Kriterien eher aus, müssen zumindest kritisch auf ihre Motivation hin befragt werden. Die Helden unserer Geschichten geben ihr schriftliches

*Schon bei der Themenwahl
sind der Redaktion
medienethische Aspekte wichtig.*

Einverständnis für die Dreharbeiten. Nicht selten ziehen sie es plötzlich zurück, während der Recherche oder schon im Produktionsprozess. Das ist für Autoren und Redaktion schwierig, bringt Probleme für Planung und Programmierung, aber wir müssen solche Gesinnungswechsel akzeptieren. So hatte der Vater eines Kindes, das von einer Leihmutter ausgetragen wurde (in Deutschland verboten), zunächst bereitwillig das Team an allen Stationen teilhaben lassen. Immer wieder hatten wir uns versichert, ob er dazu in der Öffentlichkeit stehen würde, was er bejahte. Als der Film dann gesendet werden sollte, bekam er plötzlich Skrupel, fürchtete von der Dorfgemeinschaft negative Reaktionen und Komplikationen für die Integration seines Kindes. Rein rechtlich hätten wir den Film ausstrahlen dürfen – wir haben es nicht gemacht, weil wir diese Konsequenzen nicht verschulden und den Ruf der Sendereihe nicht schädigen wollten.

Immer wieder berichten unsere Autorinnen und Autoren, dass der Name „37 Grad“ ein Türöffner ist, dass Menschen ihre Geschichte nur uns anvertrauen wollen, weil sie wissen, dass sie bei uns gut aufgehoben sind. Dieses Vertrauen haben wir uns in zwanzig Jahren aufgebaut. Es ist uns kostbar und wir werden es nie aufs Spiel setzen.