

„Der Medienlippizaner“¹

Fernsehen in Österreich nach 1955

Monika Bernold

„Auf den Dächern unserer Häuser wachsen Wälder. Nicht aus Holz, sondern aus Stahl. Es sind Antennen, deren kürzere und längere Arme in die Welt hinauszugreifen scheinen, um die Wellen einzufangen. In unseren Wohnungen ist der Fernsehapparat zum Mittelpunkt geworden. Um ihn gruppiert sich alles: die Familie am Feierabend, nach des Tages Last und Mühe, aber auch die Möbel unseres Heimes“²

„Fernsehen war gestern“, mit diesem Satz wurde unlängst für ein pay-TV Angebot geworben, das, so die Botschaft, die Zukunft des Fernsehens sein werde.

Der Werbetext propagiert das Ende einer Vorstellung, nämlich der, daß Fernsehen in Österreich so wie in den meisten Ländern Europas seit seiner Einführung nach 1945 öffentlich-rechtliches Programmfernsehen gewesen ist. Fernsehen als mediales Dispositiv³ wie es sich in den Nachkriegsjahrzehnten formierte, befindet sich seit einigen Jahren in einem grundlegenden Transformationsprozeß, der engstens mit der Herausbildung neuer Medienlandschaften und Medienökonomien verknüpft ist. Deregulierung, zunehmende Integrations- und Konzentrationsprozesse verschiedener Telekommunikationsbranchen, die Reartikulierung von globalen und regionalen Mediengeografien sind die aktuellen Rahmenbedingungen dieser Veränderungen.

Bereits seit den 80er Jahren haben Satelliten- und Kabelfernsehen die territorialen Beschränkungen und Festlegungen nationalstaatlicher Fernsehanstalten unterlaufen. Historisch gesehen – diese Periodisierung betrifft Westeuropa – ist zwischen der Phase der langsamen Etablierung von ‚Fernseh-Nationen‘ in den ersten Nachkriegsjahrzehnten und deren Erosion ab den 80er Jahren durch Satelliten, Kabelanbieter und Privatfernsehen zu unterscheiden. Gegenwärtig scheint es so, als ob die ‚alten‘ Potentiale des Fernsehens, eine Vorstellung des ‚dabei-seins‘, des ‚dazu-gehörens‘ – zumindest im Sinne von nationaler Identität – zu generieren, kleiner werden, beziehungsweise sich redefinieren. Von dieser aktuellen Situation aus macht es Sinn, in einem Blick auf jene Jahre, als das ‚alte‘ Medium ‚neu‘ war⁴, jene spezifischen dominanten Ausprägungen und Anordnungen des Fernsehens zu beschreiben, die derzeit so nachhaltig in Veränderung begriffen sind.

Ich möchte im folgenden ein paar ganz allgemeine Überlegungen zum historischen Zusammenhang von Fernsehen und nationalen Identitätskonstruktionen vorstellen und am Beispiel ORF konkretisieren. Es geht dabei darum, über das Fernsehen in Österreich als Teil einer sich etablierenden transnationalen Medienrealität in ihrer konkreten nationalstaatlichen Ausprägung nachzudenken und die Konstruktion eines nationalstaatlichen Sende-/Empfangsraums⁵ im Kontext einer spezifischen Nachkriegsgesellschaft, die

¹ Der Begriff ist einer televisuellen Selbstdarstellung des ORF aus dem Jahr 1992 entliehen, einem Film, der vom ORF zu dem Jubiläum ‚25 Jahre Rundfunkreform‘ produziert worden ist. Diese Selbstkettierung markiert, wie ich finde, sehr treffend die, in dem Text beschriebenen Konstitutionsmerkmale des österreichischen Fernsehens unter den Bedingungen einer sich entwickelnden Konsumkultur. Die Semantik „Medienlippizaner“ verweist auf einen andauernden Fusionsanspruch von Hoch- und Populärkultur, in der die nationale Veranstaltung Fernsehen technologischen Fortschritt und habsburgische Kulturtradition um den Preis eines historischen Bewusstseins von den Jahren des Nationalsozialismus kurzzuschließen scheint. Der Begriff ‚Medienlippizaner‘ reproduziert jene gesellschaftlichen Widerspruchszone, die primär in Form ihrer Verleugnung die spezifische Ausprägung des österreichischen Fernsehens mitkonstituierten.

² Oskar und Peter Payer: *Haushalt und Wohnung*, Wien

1967, S. 14.

³ vgl. zu kontroversiellen Anwendungen der Foucaultschen Begrifflichkeit auf das Fernsehen u. a.: Knut Hickethier: *Apparat – Dispositiv – Programm: Skizze einer Programmtheorie am Beispiel des Fernsehens*; in: Knut Hickethier/Siegfried Zielinski (Hg.): *Medien/Kultur: Schnittstellen zwischen Medienwissenschaft, Medienpraxis und gesellschaftlicher Kommunikation*, Berlin 1991; Thomas Steinmauer: *Zur Theorie und Geschichte des Fernsehempfangs. Die Geschichte der televisuellen Disposition. Fernsehempfang im Spannungsfeld von Mobilisierung und Privatisierung*, phil. Diss., Salzburg 1996.

⁴ vgl. Marvin Carolyn: *When old technologies were new: thinking about communications in the nineteenth century*, Oxford 1988.

⁵ vgl. Monika Bernold: *Die österreichische Fernsehfamilie. Archäologien und Repräsentationen des frühen Fernsehens in Österreich*, phil. Diss., Wien 1998.

„aufbaut“, zu reflektieren⁶. Es gilt also zu fragen, in welcher Weise die Identitätsangebote des öffentlich-rechtlichen Fernsehens mit der langsamen Herausbildung einer modernen Konsumkultur in Österreich verknüpft gewesen sind. Das ‚alte‘ nationalstaatliche/öffentlich-rechtliche Fernsehen unterscheidet sich – darauf hat Melita Zajc verwiesen⁷ – von Kabel und Satellitenfernsehen unter anderem dadurch, daß es tendenziell nur in einem territorial begrenzten Raum zu sehen ist und gleichzeitig vorgibt, überall hinzusehen – „die Welt ins Haus zu bringen“, sozusagen. Die Weltkugel als durchgängiges Emblem der Nachrichtensendungen der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten versinnbildlichte über Jahrzehnte hinweg diesen Anspruch.

Den imaginären Punkt, von dem aus die Welt gesehen werden kann, mit der nationalen Sendeanstalt zu verbinden, bedurfte in den Anfangsjahren des Fernsehens einer Vielzahl von Repräsentationen und Praxen (der Name, das Logo, die Hymne, die Fahne...), die über die Effekte der jeweiligen Adressierungen durch die konkreten Programme hinausging.

„Dienst am Kunden“ hieß bezeichnenderweise eine bereits 1957, also mit der Aufnahme des regulären Sendebetriebs des ORF eingeführte Sendung der Programmdirektion, in der sich der „Sender“ durchaus paternalistisch in der Verkörperung des Fernsehdirektors Gerhard Freund seinen ZuschauerInnen präsentierte. Über viele Jahre hinweg verkörperte der Fernsehdirektor in seinen wöchentlichen Ansprachen, die meist am Wochenende rund um die *Zeit im Bild*, also im Hauptabendprogramm, zu sehen gewesen sind, jenen imaginären Blickpunkt, der die national-

staatliche Rundfunkanstalt und damit immer auch ein territorial fixiertes Publikum repräsentierte beziehungsweise adressierte. Diese personalisierte Form der Repräsentation war Ausdruck einer noch nicht stabilisierten gesellschaftlichen Wahrnehmung der Fernsehanstalt, zu deren Identifizierung wenige Jahre später ein Logo genügte, das gewissermaßen als „Super-Narrator“⁸ fungierte. Erst mit seiner langsamen Etablierung wurde der ORF in der medialen Anordnung zum *unsichtbaren ‚storyteller‘*, der den virtuellen totalisierenden Blick eines ‚österreichischen Publikums‘ auf die Welt glaubhaft inszenieren und generieren konnte.

Der Großteil der Techniker, Autoren, Programmplaner, Redakteure und Regisseure des frühen Fernsehens in Österreich waren Männer aus dem Radio- und aus dem Theaterbereich. Mit ihnen etablierte sich eine Medienelite, deren gesellschaftlicher Auftrag der ‚Dienst‘ an einem Publikum war, das sich als österreichisches Publikum formieren und sich als solches im Fernsehen repräsentiert fühlen sollte. Der Anspruch dieser männerbündisch geprägten Elite auf die Repräsentation einer nationalstaatlichen Öffentlichkeit⁹ war eine zentrale Dimension der österreichischen Fernsehgeschichte der 50er und 60er Jahre, die die rundfunkpolitischen Neuordnungen von 1966/67 und auch jene von 1974 überdauerte.

Mit der Gründung einer privaten Gesellschaft „Österreichische Rundfunk GesmbH“ im Dezember 1957, als deren Haupteigentümer der Bund fungierte, bekam der *Österreichische Rundfunk* zunächst auch jene paradoxe rechtliche Form, die dem oft zitierten „sowohl als auch“ als Leitbedingung österreichischer Politik entsprach. Der sogenannte Parteienproporz („Schwarze Welle/Roter Schirm“)¹⁰ als struktureller Hintergrund dieser Konstruktion war nicht nur Teil der

Die Entwicklung einer konsumorientierten Kultur war die Voraussetzung der beginnenden Massenwirksamkeit des Fernsehens

⁶ vgl. Irene Bandhauer-Schöffmann/Ela Hornung (Hg.): *Wiederaufbau Weiblich*, Wien – Salzburg 1992; darin: Siegfried Mattl: *Aufbau. Eine männliche Chiffre der Nachkriegszeit*.

⁷ Melita Zajc: *The Apparatus of National TV. The Beginnings of Television in Slovenia*; in: *Zeitgeschichte* 7/8, 1997, S. 241 ff.

⁸ Ruth Sarah Kozloff: *Narrative Theory and Television*; in: Robert C. Allen (Hg.): *Channels of Discourse*, London – New York 1987, S. 93 f.

⁹ vgl. Marie-Luise Angerer: *Ohne Echo – Ohne Hall. Medialer Feminismus am Beispiel des Österreichischen Rundfunks*; in: Dies. u. a. (Hg.): *Auf glattem Parkett*,

Wien 1991; vgl. auch Hans Heiz Fabris: *These von der ‚Männerdominanz‘ in dem gesamten österreichischen Medienbereich*; in: Ders.: *Der ‚österreichische Weg‘ in die Mediengesellschaft*; in: Reinhard Sieder/Heinz Steinert/Emmerich Tálos (Hg.): *Österreich 1945 – 1995. Gesellschaft Politik Kultur*, Wien 1995, S. 645; und Theodor Venus: *Fernsehpioniere. Eine empirisch-historische Studie zur „ersten Generation“ österreichischer Fernsehmitarbeiter*; in: Hans Heinz Fabris/Fritz Hausjell (Hg.): *Zur Geschichte und Kultur des Journalismus in Österreich seit 1945*, Salzburg 1987, S. 125 u. 134.

¹⁰ vgl. Hermann Stöger: *Schwarze Welle – Roter Schirm*, Wien 1965.

Medien¹¹ und Programmpolitik des *Österreichischen Rundfunks* sondern auch die Grundlage der politischen, ökonomischen und kulturellen Konsenspolitik der Nachkriegsjahrzehnte.¹² Die gesellschaftliche Konsensbildung korrespondierte eng mit der Generierung spezifischer Tabu- und Mythenbildungen, die in den Programmen und der Programmierung des österreichischen Fernsehens mitkonstituiert, ausverhandelt und partiell auch aufgebrochen worden sind.

Fernsehen realisierte sich nach 1945 als eine Technologie, in der zentral produziert und in einer Logik der Einweg-Kommunikation Programm an private Haushalte versendet wurde. Fernsehen als häusliche Unterhaltungsform stand damit im Gegensatz zu früheren Anordnungen, wie etwa den Fernseh-Stuben im nationalsozialistischen Deutschland von 1935-1941, die als öffentliche und kollektive Rezeptionsform angelegt gewesen sind.¹³ Die dominante Ausprägung des Fernsehens als primär private, häusliche und familial kodierte Rezeptionsform nach 1945 hatte ganz wesentlich mit dem langsamen Übergang von einer Ökonomie des Mangels zu einer Kultur des materiellen Wohlstands zu tun. Die Entwicklung einer konsumorientierten Kultur war auch in Österreich die Voraussetzung der beginnenden Massenwirksamkeit des Fernsehens, die ihrerseits die Etablierung einer modernen Konsumkultur ganz wesentlich mitgenerierte.¹⁴ Dies ist – so wie die familiäre Kodierung des Fernsehens, von der noch zu sprechen sein wird – auch vor dem Hintergrund eines geschlechtsspezifisch segregierten Arbeitsmarktes zu interpretieren, der sich mit den strukturellen Veränderungen der Nachkriegsgesellschaft neu formierte und sich nicht zuletzt in dem zunehmend höheren Frauenanteil (das gilt besonders für die Nied-

riglohgruppen) in jenen Produktions- und Wirtschaftsbereichen ausdrückte, die zu den wirtschaftlichen Leitsektoren der Konsumkultur avancierten, wie Handel und Elektroindustrie.¹⁵

Der beginnende Wohlstand der 50er und 60er Jahre war in komplexer Weise mit der unmittelbaren Vergangenheit von Krieg und Nationalsozialismus und den je unterschiedlichen Positionierungen, Erfahrungen und Verdrängungsbedürfnissen der historischen AkteurInnen verknüpft. Die Vorstellung und Herstellung von Wohlstand war ebenso grundlegend mit der Gegenwart des Kalten Krieges, mit dessen spezifischen Bedrohungsszenarien und Identitätsangeboten verbunden. „Heisser Krieg und Wohlstand, kalter Krieg und Wohlstand: Die drei gehören zusammen, will man einem zeitpolitischen Anspruch von Konsumgeschichte festhalten.“¹⁶ Diese drei, so ist der pointierten Bemerkung Sybille Brändlis hinzuzufügen, gehören auch zusammen, wenn ein zeitpolitischer Anspruch von Mediengeschichte in Österreich festgehalten wird. Die Herstellung von *Simultanität*, also das LIVE-Moment des Fernsehens, wird vor diesem Hintergrund als wesentliche Grundlage für die Bindungskraft des Fernsehens erkennbar.¹⁷ Diese Bindungskraft verweist auf das, was Benedict Anderson als zentrales Moment von nationaler Identitätsbildung dargestellt und als „erlebte Erfahrung vorgestellter Gemeinschaft“ beschrieben hat¹⁸. ‚Imagined Communities‘ ist ein Begriff, der für das Verstehen des frühen Fernsehens eben deshalb hilfreich gewesen ist, weil er das Potential der Technologie, ein Publikum als imaginiertes „Wir“ zu konstruieren, ins Zentrum setzt. Menschen zu versammeln, die nicht am gleichen Ort sind, und sie mit Übertragungen von ‚Erfahrungen‘, die an einem anderen Ort

¹¹ Den Begriff ‚Medienpolitik‘ unhinterfragt auf die 50er und 60er Jahre zu übertragen ist schwierig. Es ginge darum, die Grundlagen und Rahmenbedingungen des Verhältnisses von Politik und Medien für die 50er und 60er Jahre eingehend zu reflektieren, um die Qualität von dem, was österreichische Medienpolitik in den ersten Jahrzehnten der Zweiten Republik bedeutete, zu erfassen. vgl. u. a. dazu Sonja Wenger: *Der ‚Verband Österreichischer Zeitungsverleger‘: Sozialpartnerschaftliche Medienpolitik am Beginn der Zweiten Republik*, Wien 1993.

¹² vgl. u. a. Siegfried Mattl: *Die regulierte Demokratie. Eine kritische Bilanz der sozialen Systeme in Österreich*, in: Kos/Rigele (Hg.): *Inventur 45/55. Österreich im ersten Jahrzehnt der Zweiten Republik*, Wien 1996.

¹³ vgl. u. a. Klaus Winker: *Fernsehen unterm Hakenkreuz. Organisation, Programm, Struktur*, Wien 1994.

¹⁴ vgl. Monika Bernold/Andrea Ellmeier: *„Addressing the Public“ Television, Consumption and the Family in*

Austria in the 1950s and 1960s, in: Mica Nava/Andrew Blake/Iain MacRury/Barry Richards (Hg.): *Buy this Book. Studies in Advertising and Consumption*, London – New York 1997.

¹⁵ vgl. u. a. Hertha Firnberg/Ludwig Rutschka: *Die Frau in Österreich*, Wien 1962.

¹⁶ Sybille Brändli: *Supermarkt im Kopf*, Wien – Köln – Weimar 2000, S. 12.

¹⁷ William Urrichio sieht in der Herstellung von Simultanität das wesentliche Bestimmungselement des ‚klassischen‘ Fernsehdispositivs, dessen aktuelle Veränderungen eben auch genau in die Richtung zielen würden, das Fernsehen von einer Technologie der Simultanität in ein Speichermedium zu verwandeln. William Urrichio: *The trouble with television*, in: *Screening the Past*, 4, 1998.

¹⁸ Benedict Anderson: *Die Erfindung der Nation. Karriere eines folgenreichen Konzepts*, Frankfurt – New York 1996 (1983).

gemacht, inszeniert, erlebt werden/wurden, zu konfrontieren, war dafür ebenso zentral wie die imaginierte *Synchronisierung* von Alltagserfahrungen.

Die Bedeutung des Gefühls ‚dabei zu sein‘, zum Beispiel bei einer Gesellschaft, die aufbaut, war nach 1945 für die meisten Staaten Europas von grundlegender Bedeutung. In vielen dieser Länder war der Fernsehstart mit nationalen Großereignissen und Symbolen verknüpft. In England mit der Krönungszeremonie der Königin 1953, in der DDR 1952 mit Stalins Geburtstag, in Österreich mit der Wiedereröffnung von Staatsoper und Burgtheater im Herbst 1955, also im Jahr des österreichischen Staatsvertrags. Bei allen großen Fernsehereignissen (Sportgroßereignissen, Hochzeits-/Krönungszeremonien, Begräbnisfeierlichkeiten...), die die beginnende Massenwirksamkeit des Fernsehen begleiteten, ging es darum, daß mit der Übertragung von *Aktualität* auch die fiktive Gewißheit mitübertragen wurde, daß es jemanden geben wird, der sich, wie Vräath Öhner es ausdrückt, zukünftig an diese Bilder erinnern will und erinnern wird.¹⁹

Die Rezeption war in den Anfangsjahren des Fernsehens ja davon geprägt, daß das Publikum von einem Ort kam, den es heute nicht mehr gibt, nämlich von einem fernsehfreien Erfahrungsraum. Diese Tatsache war sehr sehr wichtig für die nationalstaatliche Bindungskraft des Fernsehens – das Fernsehen produzierte als eine Technologie der Simultanität und der Synchronisierung neben dem Versprechen im Moment des Ereignisses ‚dabeizusein‘ und ‚dazuzugehören‘ auch ein Bewußtsein von der zukünftigen Gegenwart solcher medialer Aktualitäts-Bilder.

Als Repräsentationsinstanz von Öffentlichkeit wurde das österreichische Fernsehen daher gerade auch in seinen Anfangsjahren ein Generator der Konsolidierung nationalstaatlicher ‚Stabilität‘, noch bevor es als Konsumartefakt und als tägliches Programmangebot alltagsweltliche Stabilität für ein breites Publikum darstellen konnte.

In der Rekonstruktion verschiedener Formen gesellschaftlicher Sinnproduktionen zum Fernsehen in den 50er und 60er Jahren wird deutlich, daß diese den Glauben an einen Alltag produzierten, dessen Zentrum der fiktive Wert ‚Familie‘ war. Fernsehen war so wesentlich um Konzepte der Familiarität arrangiert, weil diese als Ideologem zum imaginären und oft auch ‚realen‘ Zentrum des privaten Konsums werden sollte und als Signifikant von Stabilität, Sicherheit und von Zukunft fungierte. Vorstellungen vom Wohlstand, vom besseren Leben formierten und artikulierten sich in dem Bild von Familie. Die Wohnung wurde, so vorhanden, sukzessive zu einem Ort, an dem Kaufentscheidungen getroffen und moderne, standardisierte Objektwelten eingerichtet worden sind.

Die familiäre Kodierung des Fernsehens allerdings dominierte in jener Phase der Etablierung des Mediums – also bis in die 60er Jahre –, als in erster Linie nichtfamiliale, kollektive Rezeptionsformen die Fernseherfahrung und -erwartung der potentiellen zukünftigen Gerätebesitzer bestimmten. Fernsehen fand in diesen Jahren im Rahmen öffentlicher Einrichtungen, in Schulen oder an Orten der Volksbildung, vor allem aber in Kaffee- und Gasthäusern²⁰, bei Nachbarn oder Freunden und nur für sehr wenige im engen Format der Kleinfamilie statt.²¹ Während so unterschiedliche Interessensträger wie Gastwirte, Pädagogen und Volksbildner das kollektive Rezeptionspotential der neuen Technologie durchaus als Anreiz zur Anwerbung von Kunden bzw. Staatsbürgern begriffen²², war die Perspektive des ‚Individualempfangs‘ in der Familie die dominante Perspektive von Handel und Industrie.²³ Die Differenz von kollektiven/öffentlichen und familialen/privaten Rezeptionsformen trug in den 50er und 60er Jahren primär eine sozial differenzierende Bedeutung. Der Fernsehapparat als Möbel und als häusliche Unterhaltungsform fungierte als Aufstiegsversprechen für Männer und Frauen; er stand für die Teilhabe/Teilnahme am Massenkonsum, aber

¹⁹ vgl. Vräath Öhner: *Fernsehen oder die Repräsentation der Vergangenheit in seinen Bildern*; in: *Zeitgeschichte* 7/8, 1997, S. 228 f.

²⁰ Noch 1965 titelte der *Express*: „Bei Start der neuen Fernseh-Krimi-Serie: Kinos oft halbleer – TV-Cafes bummvoll!“, *Morgen Express*, 20. 1. 1965, S. 1.

²¹ vgl. u. a. Kurt Luger: „*Es ist alles irgendwie so vorbeigezogen*“. *Erinnerungen an den Alltag, Medienereignisse und Bilder der Zweiten Republik*, in: Hans Heinz Fabris/Kurt Luger (Hg.): *Medienkultur in Österreich*,

Wien – Köln – Graz 1988; Wolfgang Pensold: *Die Welt aus erster Hand. Als das Fernsehen nach Ottakring kam*, Wien 1999.

²² vgl. u. a. Josef Pöppl: *Fernsehen und Volksbildung: Ein Handbuch für den Volksbildner*, Wien 1962.

²³ vgl. zur diskursiven Konstruktion des Publikums in verschiedenen Fernsehskulturen (USA, GB, NL) Ien Ang: *Desperately Seeking the Audience*, London – New York 1991.

auch für die Teilnahme am nationalen Programm.

Fernsehen in Österreich fand in den städtischen Zentren des Landes seine schnellste und ausgiebigste Verbreitung. Das konfliktbesetzte Verhältnis von Zentrum und Peripherie, von urbanen Räumen und ländlichen Regionen strukturierte als umkämpftes Feld politischer Entscheidungen und kultureller Bedeutungen die Verbreitungsgeschichte des Fernsehens wie auch die Institutionsgeschichte des ORF ganz wesentlich mit. Es war für praktisch alle das ‚erste‘ Fernsehgerät, das angeschafft wurde, und diese Anschaffung war für die meisten KonsumentInnen ein überaus großer Posten im Haushaltsbudget. Die ‚Zukunftssicherheit‘ des Produkts war deshalb ein zentrales Motiv, mit dem die Geräterwerbung argumentierte und womit die Unsicherheit gegenüber der technischen Ausgereiftheit der Empfänger zu überwinden gesucht wurde. Die Semantik der *Sicherheit* und *Haltbarkeit*, die die Werbung in der Einführungsphase des Fernsehens in Österreich begleitete, bediente damit gleichzeitig zentrale Wertbegriffe der sich formierenden österreichischen Nachkriegskultur.

1955 richteten einige Wiener Radiohändler Fernseh-Vorführstudios im Inneren ihrer Verkaufslöcher für die „realen“, also zahlungskräftigen KonsumentInnen ein. Die Inszenierung des Privaten im Geschäftslokal verwies auf das moderne Wohnzimmer der 50er Jahre und simulierte in doppelter Weise das Modell Familie im öffentlichen Verkaufsraum. Der häusliche Wohnraum wurde zum Ausstellungsraum für den Fernsehapparat, der Fernseh-Verkaufsraum zum Ausstellungsraum der neuen Familiennorm. Die familiäre Modellierung der Rezeptionssituation „im kleinen Kreis“, wie sie im Verkaufsstudio ausgestellt und in der Wohnung der Kunden eingerichtet werden sollte, verweist auf jenen Blickpunkt, der auch in den dominanten Fernsehprogrammen der 50er und 60er Jahre wie der *„Fernsehfamilie Leitner“* gewissermaßen naturalisiert worden ist. Es war der Blick einer aufstrebenden (primär städtischen), an konservativen Werthaltungen und heterosexuellen Normvorstellungen orientierten Mittelschicht.²⁴

Die Wohnung selbst wurde in den fünfziger und sechziger Jahren zum Stützpunkt werbender, beratender und pädagogischer Diskurse, die die Vorstellung vom Freizeit- und Konsumraum ‚Familie‘ mitkonstituierten, in deren Zentrum immer häufiger der Fernsehapparat plazierte worden ist. Nach einer Phase, in der die Diskurse in Wohnzeitschriften und Ratgebern primär von der Frage „Wohin mit dem Fernsehapparat“, also von der funktionalen Positionierung des Fernsehgeräts in beengten Wohnräumen handelten, wurde der Apparat ab Mitte der sechziger Jahre in den normativen Diskursen des Wohnens zunehmend zum Leit-Möbel, an dem sich die Gestaltung der Wohnung selbst und mit ihr die Vorstellung von einer am Konsum orientierten Freizeitkultur auszurichten hatte. Die in den Wohnratgebern abgebildeten Innenräume vermittelten, das gilt in immer stärkerem Maße für die 60er Jahre, ‚Familiarität‘ durch physische Abtrennung bei gleichzeitiger visueller Anbindung an den Außenraum. Glaswände und groß dimensionierte Fenster wurden zu Signifikanten einer architektonischen Strategie, in der der propagierte mobile Blick im transparenten Wohnraum zum Stützpunkt für Kontroll- und Arbeitsanforderungen wurde, die in erster Linie an die, in diesen Bildern mitkonstituierte ‚moderne Hausfrau‘ gerichtet waren. Funktionalisierung und Rationalisierung des Wohnraums, wie sie in den zeitgenössischen Wohnzeitschriften propagiert wurden, verbanden sich mit traditionellen Wertvorstellungen und Geschlechterstereotypen, die in die normativen Architekturen des televisionären Familienraums der 60er Jahre noch sehr gut einbaubar gewesen sind.

Festzuhalten bleibt, daß dieses Ideal des ‚Innenraums Familie‘ wie es etwa die Wohnratgeber entwarfen, noch bis Mitte der 60er Jahre für einen großen Teil der österreichischen Bevölkerung der materiellen Grundlage entbehrte. Am 1. 1. 1967 waren knapp über 850.000 Fernseh-TeilnehmerInnen bei der Post registriert, im gleichen Jahr wurde die 100. und letzte Folge der *Familienserie Leitner* ausgestrahlt, 1968 provozierte die Aktion Tapp- und Tapskino, in der die Videokünstlerin Valie Export einen, um ihren Oberkörper geschnallten Blechkasten zum Kino-

²⁴ Der Vater Leitner ist Prokurist, die Mutter Hausfrau, der Sohn leitender Angestellter; die Berufstätigkeit der Töchter (im Büro) ist ein zentrales Thema, das bei den *Leitners* immer wieder verhandelt wird. Der Erzählstrang

‚Gerda (die jüngste Tochter) und ihre Verehrer‘ endet im vorletzten Jahr der Laufzeit der Serie mit deren Entscheidung für einen Bankbeamten...

saal, und ihre Haut zur mobilen Leinwand erklärte, einen Skandal.

Die Fernseh-Übertragung der Mondlandung, der Beginn des Farbfernsehens in Österreich und die Überschreitung der 1 Millionen TeilnehmerInnen-Grenze korrespondieren Ende 1969 mit der Festsetzung einer maximalen Wochenarbeitszeit von 40 Stunden im österreichischen Parlament.

Das über das Fernsehen distribuierte Teilhabe-Versprechen, das primär an kleinbürgerliche Wertvorstellungen appellierte, trug bis in die 60er Jahre zur Stilllegung von sozialen,

geschlechts- und generationsspezifischen Differenzen und Asymmetrien bei, die sich andererseits ab Mitte der 60er Jahre vermehrt auch durch und im Fernsehen artikulierten.²⁵ Erst in den späten 60er Jahren wurde Fernsehen in Österreich zu einer medialen Anordnung, in der die Idee des ‚angeschlossen-seins‘ an ein nationales, territorial fixiertes Kollektiv zu einer gesamtgesellschaftlichen Alltagserfahrung geworden ist. In diesem Prozeß der Konsolidierung einer ‚Fernseh-Nation‘ begannen sich während der 70er Jahre soziale, geschlechtliche und kulturelle Differenzen in einem nationalen Kontext (neu) zu organisieren.

Dr. Monika BERNOLD (1962)

Lektorin an den Instituten für Geschichte, Zeitgeschichte, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien. Firnberg-Forschungsstelle am Institut für Zeitgeschichte der Universität Wien. Veröffentlichungen zu Mediengeschichte, Gender-Studies, feministische Auto/Biographieforschung.

²⁵ vgl. Monika Bernold: *Austrovision und Telefamilie. Zu den Anfängen einer ‚historischen Sendung‘*; in: Reinhard

Sieder/Heinz Steinert/Emmerich Tálos (Hg.): *Österreich 1945 – 1955. Gesellschaft Politik Kultur*, Wien 1995.