

**Die Melodien der Kultur und die Geräusche der Politik.  
Zur Stellung und Funktion von Musik und Sound in Eröffnungssequenzen  
von Fernsehmagazinen**

Kathrin Lämmle & Andreas Wagenknecht (Mannheim)

Fernsehmagazine stehen in einem Konkurrenzkampf um die Gunst der Zuschauer und müssen sich neben anderen Sendungen im Programmfluss behaupten. Neben der Profilbildung und Zuschauerbindung der jeweiligen Magazine über die Form und den Inhalt der einzelnen Beiträge, den thematischen Grundtenor sowie die spezifische Moderation spielen auch das Corporate Design und die Corporate Identity eine wesentliche Rolle bei der Etablierung des einzelnen Magazins als eine wieder erkennbare Marke.

Von großer Bedeutung ist vor diesem Hintergrund neben dem visuellen Corporate Design auch das auditive Corporate Design und dort neben dem Duktus, der Intonation und der Klangfarbe der Moderation und des Kommentars vor allem das Musik- bzw. Sounddesign. So beträgt laut Klüppelholz die Musik in Trailern, Station-IDs und Sendungskennungen bis zu einer Stunde Sendezeit täglich (2005, 173). Besonders zum Tragen kommt dieses Musik- und Sounddesign in der strukturell verfestigten und jede Ausgabe eines Magazins einleitenden Eröffnungssequenz. Da der Terminus des Vorspanns im Rahmen der Betrachtung von Fernsehmagazinen zu kurz greift, wird im Folgenden die Arbeitsbezeichnung Eröffnungssequenz verwendet.

Die Eröffnungssequenz von Fernsehmagazinen ist im Vergleich zum klassischen Filmvorspann komplexer und kann sich aus Elementen wie: Sendungskennungen, Themenübersicht, Begrüßung etc. zusammensetzen die teilweise ineinander übergehen, in der Abfolge variieren können und nicht immer wirklich distinkt sind. Kennzeichnend ist, dass jede Eröffnungssequenz eines Magazins ihren eigenen spezifischen musikalischen sowie soundtechnischen Gestus besitzt, sich aber gleichzeitig zahlreiche akustische Gemeinsamkeiten zwischen Magazinen mit gleichem thematischen Schwerpunkt, beispielsweise zwischen Wissensmagazinen, im Musik- und Sounddesign finden.

Die These, die es aufzuzeigen gilt, lautet daher: Fernsehmagazine vergleichbarer thematischer Struktur und Kategorisierung kennzeichnen in den Eröffnungssequenzen eine in den Grunddimensionen vergleichbare und teilweise homogene Musik- und Soundgestaltung. Diese kann, etwas pointiert formuliert, dazu führen, den Rezipienten auf der nicht-sprachlichen auditiven Ebene in einem spezifischen Themenspektrum zu verorten bzw. eine entsprechende Erwartungshaltung an den Inhalt und damit eine bestimmte Magazin-Kategorie auditiv zu evozieren.

Im Folgenden soll diese These an Sendungen aus den Bereichen der Wissensmagazine, der Politischen Magazine, der Kulturmagazine sowie deren Bestandteil an den Magazinen von Alexander Kluge exemplarisch entwickelt werden. Die Auswahl der Magazine orientiert sich an den natürlichen Alltags- und Ethnokategorisierungen, den Bezeichnungen in Programmzeitschriften sowie den Kategorisierungen durch die Sender selbst.

### **Eröffnungssequenzen von Magazinen als auditives Corporate Design**

Die Eröffnungssequenz von Fernsehmagazinen setzt Fixpunkte im Programmfluss, schafft Aufmerksamkeit und verortet durch im sendungstypischen Corporate Design gehaltene Inserts und Grafikelemente den Zuschauer gleichzeitig im jeweiligen Magazin und weist in Bild und Ton kurz auf die Themen der folgenden Beiträge hin. Sie soll Neugierde und Interesse wecken und dazu anregen, die Sendung weiter zu verfolgen - kurz: sie stimmt, und dies vor allem auditiv, auf die Sendung und deren thematischen und gestalterischen Grundtenor ein, gleichzeitig führt sie aber auf Seiten der Rezipienten bei Kenntnis des Magazins zur Eröffnung eines spezifischen Erwartungshorizontes, den die Sendung zu erfüllen verspricht (vgl. u.a. Bullerjahn 2001, 300; Schmidt 1976, 296). Zum Corporate Design der Eröffnungssequenz gehört daher auch das Corporate Design von Sound und Musik, welches sich aus Geräuschen, Tönen, Jingles, Melodieansätzen und -bögen etc. amalgamiert. Dabei kommt diesem, häufig durch ein Aufmerksamkeit generierendes Spiel mit der Lautstärke - gerade im Zeitalter des Fernsehens als Begleitmedium - eine Signalwirkung zu. Der Sound verweist auf etwas Neues im Programmfluss, er ist Eigenwerbung und Imagebildung in einem. Auf diese Weise wird eine Art spezifischer Erwartungsmodus geschaffen, der die Aufmerksamkeit und Rezeption

lenken und steuern kann. Das Musik- und Sounddesign der Eröffnungssequenz konstruiert und konstituiert ein akustisches Erscheinungsbild, das den Zuschauer unmittelbar und für ihn erkennbar zu adressieren versucht. Dieses geschieht nicht selten durch Bemühungen, den Inhalt und den thematischen Fokus des jeweiligen Magazins akustisch umzusetzen und somit eine auditive Wiedererkennbarkeit zu gewährleisten.

### **Musik- und Sounddesign der Eröffnungssequenz von Wissensmagazinen**

Im Mittelpunkt von Wissensmagazinen steht die Inszenierung des Berichtens über Wissenschaft, Technik und Alltagsphänomene. In den einzelnen Beiträgen der Sendungen werden stets Alltagsbezüge hergestellt oder Alltagsprobleme als Anlass genommen bzw. redaktionell gesetzt, um eine mehr oder weniger wissenschaftliche jedoch alltagsrelevante Frage zu formulieren, die anschließend filmisch beantwortet wird. Dabei geht es immer um eine verständliche und unterhaltsame Erklärung eines Phänomens. Die Stilvariation der einzelnen Wissensmagazine reicht von boulevardhaft populärwissenschaftlich - z.B. GALILEO (Pro7) - bis zu seriös wissenschaftlich - z.B. NANO (3SAT). Dabei reicht das Argumentationsspektrum von Bauernschläue, über Funktionswissen bis zu wissenschaftlichen Hintergrundinformationen. Ein essentielles Element der Inszenierung ist vor allem die tricktechnische Animation und Visualisierung (häufig in Analogie- oder logischen Bildern) sowie die (schau-)spielerische Re-Inszenierung von komplexen Phänomenen im Sinne einer Reduktionsleistung für den Zuschauer, die in mehr oder weniger unterhaltender und meist nicht belehrender Form präsentiert wird.

Trotz der inhaltlichen und gestalterischen Unterschiede führt in den hier exemplarisch betrachteten Wissensmagazinen - GALILEO (Pro7), PLANETOPIA (SAT1) und NANO (3SAT) - übergreifend ein cleanes und synthetisches, teilweise sphärisches Sound- und Musikdesign der Eröffnungssequenzen in die jeweilige Sendung ein.

Alle betrachteten Eröffnungssequenzen sind komplett mit einem Musik- und Soundteppich unterlegt, der während der Beitragsankündigungen in den Hintergrund rückt, jedoch durchgehend präsent ist. Jede Eröffnungssequenz besitzt zwar eine spezifische Melodieführung, nichtsdestotrotz gibt es Ähnlichkeiten in Soundqualität und Klangfarbe. Auffällig ist, dass neben dem etwas sterilen Synthesizersound zahlreiche Geräusche, die an elektronische Multimediaklänge oder Bediensignale von Computern erinnern, verwendet werden sowie mit Hall- und Verzerreffekte gearbeitet wird. Das Musik- und Sounddesign der Eröffnungssequenzen erhält dadurch bei allen vorgestellten Magazinen einen technoiden, artifiziellen, geheimnisvollen bis mystifizierenden Unterton. Besonders bei PLANETOPIA und GALILEO lassen sich Referenzen auf die musikalische Gestaltung von fiktionalen Mystery- und Science-Fiction Serien erkennen. Die Musik- und Soundgestaltung symbiotisiert, vor allem bei GALILEO und PLANETOPIA mit den im Ankündigungskommentar verbal heraufbeschworenen und apokalyptisch prophezeiten Gefahren, die in

Frageform geäußert werden und so eine Aufklärung versprechende Erwartungshaltung beim Zuschauer evozieren. Auch die visuelle Gestaltung der Eröffnungssequenzen trägt zu der technoiden und synthetischen Grundaussage bei, da dieser abstrahierend ein optisch ähnliches Grundkonzept zugrunde liegt. In einer symbolisierten Visualisierung der Verbindung zwischen Mensch, Natur und Technik entwickelt sich bei GALILEO aus einem menschliche Auge eine Kameralinse sowie aus einem Fledermausflügel ein Parabolspiegel, bei PLANETOPIA fliegt ein Molekül-Modell durch den Raum und eine steife menschliche Silhouette dreht sich auf den Zuschauer zu, bei NANO entstehen aus Zellen Fingerabdrücke.

Die Eigenständigkeit der Musik- und Soundgestaltung der Eröffnungssequenzen von Wissensmagazinen, wird besonders deutlich, wenn man die Eröffnungssequenzen von Politischen Magazinen vergleichend hinzuzieht.

### **Musik- und Sounddesign der Eröffnungssequenz von Politischen Magazinen**

In Politischen Magazinen wird über nationale und/ oder internationale Themen in seriöser, hintergründiger und im nationalen bzw. internationalen Zeitgeschehen verortender Form berichtet. Es wird dem Zuschauer die Möglichkeit geboten, tiefer in ein Thema einzusteigen.

Das Themenspektrum bewegt sich zwischen der Bewertung und Durchleuchtung von klassischen politischen Aktionen von Regierung und Opposition, der Diskussion von Arbeitnehmer- und Arbeitgeberseite sowie der Darstellung und Aufarbeitung von gesellschaftlichen, kulturellen, sozialen und zeitgeschichtlichen Problemen. Dabei reicht die Art des Berichtens von stark moralisierend und wertend, ja polarisierend und polemisch meinungsbildend, bis zu neutral und emotional distanziert. Das Moment des Hinterfragens von Entscheidungen und Entscheidungsträgern steht ebenso im Mittelpunkt der Inszenierung wie das Aufspüren von Missständen und Zuständen aus dem Umfeld des Themas sowie die Darstellung von Folgen und Betroffenen.

Die Präsentation der Themen ist direkt, aktuell und dynamisch, was bereits im Musik- und vor allem Sounddesign der Eröffnungssequenzen von Politischen Magazinen angekündigt wird.

Im Gegensatz zu den Eröffnungssequenzen der Wissensmagazine sind die der vorgestellten Politischen Magazine - FAKT (ARD), PANORAMA (ARD) und FRONTAL 21 (ZDF) - visuell eher nüchtern und zurückhaltend gestaltet. Auf figurative Elemente wird verzichtet. Auffällig ist jedoch, dass alle drei Eröffnungssequenzen von kühlen Blautönen dominiert werden. In kurzen stakkatoartiger und dynamischer Abfolgen werden Ausschnitte aus einzelnen Beiträgen der jeweiligen Magazinausgabe aus dem Off kommentiert, aneinandergesetzt.

Das Musik- und Sounddesign kommt ebenso dynamisch und eruptiv daher und unterstützt und ergänzt die optische Aussage systematisch. Meist tritt dieses dominant in den Vordergrund und wirkt durch die Betonung jeweils einer Instrumentierung (Bass bei FAKT, Percussions bei PANORAMA und Streicher bei FRONTAL 21), welche auditiv ins Zentrum drängt, aufdringlich bis aggressiv. Die Bilder werden durch die signal- und tuschhaften Musik- und Soundfetzen scheinbar vorangetrieben. Wobei die Melodieführung sehr einfach und kurz gehalten ist. Die jeweiligen Ausschnitte aus kommenden Programmteilen separiert ein synthetisches Störgeräusch, welches die Melodieführung unterbricht - bei FRONTAL 21 ein Geräusch, das an den anschlagenden und zurückfahrenden Schlitten einer mechanischen Schreibmaschine erinnert, bei PANORAMA ein durch Halleffekte verfremdeter Trommelwirbel sowie bei FAKT ein technoides zischendes Geräusch, welches eine Funken sprühende Stromleitungen suggeriert.

Das Musik- und Sounddesign der Eröffnungssequenzen von Politischen Magazinen sind zwar im Detail heterogen, vom Grundgestus her und der evozierten kühlen und abgeklärten Stimmung, vermitteln sie jedoch homogen eine disharmonische Stimmung. Diese scheint dominant und signalhaft auf Nachfolgendes hinzuweisen - die daran anschließende Aufdeckung von Widersprüchen und Kontroversen in Politik und Gesellschaft in den thematischen Beiträgen der jeweiligen Sendungen.

Damit unterscheidet sich das sporadische, minimalistische sowie eher geräuschorientierte und gerade dadurch dennoch sehr markante Musik- und Sounddesign der Eröffnungssequenzen der Politischen Magazine erheblich von dem der Wissensmagazine - vor allem durch die artifiziellen Stör- und Signalgeräusche und dem eruptiven Duktus. Diese Spezifik tritt besonders im direkten Vergleich zu den nahezu ausufernden und harmonischen Melodien der Kulturmagazine hervor.

### **Musik- und Sounddesign der Eröffnungssequenz von Kulturmagazinen**

Kulturmagazine eint in erster Linie der thematisch kulturelle Schwerpunkt, welcher jedoch aufgrund der den Sendungen zugrunde liegenden unterschiedlich weiten Kulturbegriffe verschieden dimensioniert und umgesetzt sein kann. Auffällig für die Beiträge in Kulturmagazinen ist, dass sie häufig Hintergrund- und Zusatzinformationen liefern, indem sie ein kulturelles Thema (Neubau eines Gebäudes, Erscheinen eines Films oder Buches) zum Anlass nehmen, einen Beitrag zu dem dahinter liegenden Thema zu gestalten. Dadurch werden die Themen im Kontext des Magazins verortet und auf ein abstrakteres Niveau gehoben, welches eine Art Orientierungsmöglichkeit und Strukturierung bietet, die der Zuschauer für sich verwerten kann.

Wider Erwarten ist das Musik- und Sounddesign in den Eröffnungssequenzen der Kulturmagazine auf den ersten Blick, besonders im Vergleich zur Optik der Magazine aber auch im Vergleich zur auditiven Gestaltung einiger einzelner Beiträge nicht markant.

Alle Eröffnungssequenzen kennzeichnet eine sich entwickelnde und relativ lang im akustischen Raum verweilende Melodieführung, die ausgeglichen, harmonisch und freundlich klingen kann - wie bei KULTURZEIT (3 SAT) und TITEL, THESEN, TEMPERAMENTE (ARD) - aber auch nervös und hektisch arrangiert sein kann, wie bei ASPEKTE (ZDF). Übergreifend lässt sich formulieren, dass die Einschätzung von Schätzlein, dass das ×Image des seriösen Kulturprogramms entsprechend mit Kontrabass und Percussionsinstrumenten (2005, 201) instrumentiert wird, überholt zu sein scheint. Denn auch in den Eröffnungssequenzen der Kulturmagazine finden sich neben klassischen ebenfalls synthetische elektronische Klänge. Gemeinsam ist dem Sound- und Musikdesign, dass die musikalischen Themen gleichförmig und stringent durchlaufen und nicht von Störgeräuschen - so beispielsweise zwischen einzelnen Teilen des Inhaltsüberblicks bei Wissensmagazinen und Politischen Magazinen - signalhaft durchbrochen werden. Der Hinweis auf den Anfang eines neuen Beitrags im Programmüberblick erfolgt harmonisch durch ein wiederkehrendes musikalisches Element, welches ein sich wiederholender Bestandteil des musikalischen Themas ist. Trotz dieser Gemeinsamkeiten tritt das Musik- und Sounddesign der Eröffnungssequenzen der Kulturmagazine heterogener in Erscheinung als das doch recht homogene der Politischen Magazine und der Wissensmagazine. Auch die Homogenität der letztgenannten im Zusammenspiel mit der durchaus vergleichbaren bzw. in Grunddimensionen verwandten visuellen Gestaltung, findet sich so bei den Kulturmagazinen nicht. Ist die Eröffnungssequenz von ASPEKTE sehr auf die beiden sich abwechselnden Moderatoren fixiert, die persönlich im Bild erscheinen, so ist die von TITEL, THESEN, TEMPERAMENTE eher abstrakt und typografisch orientiert. Auch variieren die im Inhaltsüberblick angekündigten Themen zwischen drei bis vier bei KULTURZEIT sowie ASPEKTE und nur einem bei TITEL, THESEN, TEMPERAMENTE. Interessant ist auch - und damit wieder zurück zum Musik- und Sounddesign - eine auditive Besonderheit bei ASPEKTE: die Unterbrechung der Melodieführung durch eine jeweils andere Melodie, die unter den Kommentar aus dem Off für einzelne Beitragsankündigungen innerhalb der Eröffnungssequenz gelegt wird. Diese scheinen den Grundtenor des jeweiligen Beitrags, als thematisch ernst bzw. leicht, auditiv nachzuzeichnen. Alles in allem sind die Eröffnungssequenzen der Kulturmagazine nur rudimentär vergleichbar und nicht so homogen wie die anderer Magazine.

Unterstellt man eine bewusste Andersartigkeit, ließe sich diese auf die thematische Fixierung auf das vielfältige Gebiet der Kunst und der Kultur und den eventuellen Anspruch der Kulturmagazine, selber einem kulturellen Niveau Genüge tragen zu wollen, zurückführen. Ein Anderssein bzw. ein Anderseinwollen oder -müssen, welches besonders die Magazine von Alexander Kluge identifizierbar kennzeichnet und die gesonderte audiovisuelle Gestaltung von Kulturmagazinen unterstreicht.

## Musik- und Sounddesign der Eröffnungssequenzen der Magazine Alexander Kluges

Die eigenwilligen Magazine Alexander Kluges, die zu der Gruppe der Kulturmagazine zu zählen sind und seit 20 Jahren das Kulturfenster der privaten Sender prägen, gilt es im Folgenden vor allem auch im Hinblick auf ihre musikalische Besonderheit hin zu betrachten.

Die Eröffnungssequenz von Magazinen mit ihrem musikalischen Thema, übernimmt eine Anzeigefunktion, sie ermöglicht Wiedererkennung, liefert Orientierungen und hilft dem Zuschauer, sich im Programmfluss zu verorten. Im Gegensatz zu den bereits betrachteten Magazinen, zeichnen sich die Magazine Kluges NEWS & STORIES (SAT 1), 10 VOR 11 (RTL) und PRIME TIME SPÄTAUSGABE (RTL) jedoch gerade nicht durch ein einheitlich gestaltetes musikalisches Eröffnungsthema aus. Auf ein stets wiederkehrendes musikalisches Thema wird hier gerade verzichtet - und dies sowohl die jeweiligen Sendungen als auch die einzelnen Ausgaben betreffend.

Ogleich es sich bei NEWS & STORIES, 10 VOR 11 und PRIME TIME SPÄTAUSGABE dem Titel nach um unterschiedliche Magazine handelt, gestaltet es sich sowohl formal als auch inhaltlich schwierig, sie gegeneinander abzugrenzen. Sie differieren in Länge und Magazintitelgestaltung, ähneln sich jedoch in den für die sich anschließende Betrachtung wesentlichen Merkmalen, weshalb sie im Folgenden einheitlich behandelt werden.

Bevor nun auf das spezifische Musik- und Sounddesign der Eröffnungssequenzen eingegangen wird, soll zunächst ihr Aufbau kurz skizziert werden.

Zu Beginn der Eröffnungssequenz steht das dctp-Logo als Produktionskennung, worauf die Magazintitel folgen. Diese verwenden zwar unterschiedliche Motive, verfolgen aber gemeinsame ästhetische Gestaltungsmittel. So beispielsweise die Farbgestaltung, die von den Farben schwarz, rot und weiß dominiert ist, durch welche auch die im Vorfeld betrachteten Kulturmagazine bestimmt sind. Derart wird auf eine gestalterische Ähnlichkeit in der Kategorie Kulturmagazine verwiesen. Wie bereits erwähnt, verzichten nun die einzelnen Sendungen auf eine eigene, die Eröffnungs- und Abschlussequenz bezeichnende Titelmusik zugunsten eines von Fall zu Fall unterschiedlichen Sounds, eine für jede Ausgabe spezifische Melodie, eine mit dem Thema assoziativ verbundene Atmo oder Ausschnitte aus Theater, Oper und Film.

Ein weiteres, die Magazine Kluges von üblichen deutschen Fernsehmagazinen unterscheidendes Stilelement ist die im unteren Bildrand ablaufende Schrift, die den thematischen Rahmen der jeweiligen Ausgabe angekündigt, ja assoziativ umreißt und die klassische Anmoderation ersetzt. Im Hintergrund sind zur ablaufenden Schrift in einem assoziativen sowie bebildernenden Verhältnis stehende Fotografien, Filmausschnitte oder Szenen aus Oper und Theater etc. zu sehen.

Abgeschlossen werden die jeweiligen Eröffnungssequenzen stets durch eine, den gesamten Bildschirm einnehmende, Titel und Untertitel der jeweiligen Ausgabe beinhaltende Schrifttafel im Stil des Stummfilm-Zwischentitels.

Diese gestalterische Besonderheit, ja Exotik, haftet, und dies sei der Vollständigkeit halber erwähnt, nicht nur der Eröffnungssequenz an, denn die Abschlussequenzen der Magazine mit ihren in der Regel weiterlaufenden Gesprächen, welche nach der erneuten Einblendung des Magazinlogos meist unvermittelt abbrechen, ist ähnlich fernsehuntypisch gestaltet. Nur in seltenen Fällen ist Abschlussequenz mit der Eingangsmusik unterlegt.

Insgesamt zeichnen sich die Formate auf der visuellen Ebene durch eine Armut an filmischen Mitteln aus. Kamerabewegungen, wie Zoom, Schwenk, Fahrt fehlen nahezu komplett. Auch die gewohnte Magazinaufteilung in mehrere, thematisch differente, kurze Beiträge und die Anmoderation dieser durch einen Moderator entfallen. Im Gegensatz dazu zeigen die Formate Kluges lediglich einen Gesprächspartner, der im Dialog mit dem sich im Off befindenden und aus dem Off agierenden Alexander Kluge steht. Unterbrochen bzw. gerahmt werden diese Dialoge durch kurze Zwischenbilder, Film-, Theater- oder Opernszenen sowie Texttafeln, die thematische Eckpunkte aufgreifen, unterstreichen oder aber konterkarieren (vgl. hierzu Schulte 2000, 45ff; Uecker 2000, 92ff).

Ogleich nun ein stets wiederkehrendes und so die Eröffnungssequenz prägendes musikalisches Thema in den Sendungen Kluges fehlt, ist ihnen dennoch ein Widererkennungswert nicht von vornherein abzusprechen. Im Gegenteil, für die Corporate Identity ist, so die diesbezügliche These, gerade die eigenwillige Andersartigkeit, welche den Zuschauer und Zuhörer innehalten lässt, charakteristisch. Hier ist es nicht das immer gleiche musikalische Thema, das das Interesse der Zuschauer weckt, sie aufhören bzw. aufschauen lässt; sondern die kurzzeitige Orientierungslosigkeit, die hier Aufmerksamkeit auf charakteristisch assoziative Art bündelt und lenkt.

Musik wird in den Kulturmagazinen Alexander Kluges scheinbar vor allem verwendet, um Assoziationen zu wecken, ja einen Klangraum zu eröffnen und den Zuschauer und -hörer somit an das je spezifische Thema akustisch in der Eröffnungssequenz heranzuführen.

Drei Arten solch spezifischer, musikalischer Ausgestaltung der Eröffnungssequenz sollen im Folgenden exemplarisch vorgestellt werden.



## **Atmosphärisches Sound- und Musikdesign**

Das Nachzeichnen einer themenspezifischen Atmo stellt eine besondere Art des musikalischen Designs der Eröffnungssequenzen in den Magazinen Kluges dar. Anhand des Zusammenspiels von Melodiestücken, dem Thema entsprechenden Geräuschen oder der Nachbildung dieser wird eine thematische Referenz hergestellt und derart Assoziationen geweckt, die dann für die jeweilige Sendung auch inhaltlich bezeichnend sind. Die Ausgabe VOLLES SCHLACHTGETÜMMEL (FULL BATTLE RATTLE)/ EINÜBUNG IN DEN IRAKKRIEG IN EINER ATTRAPPENSTADT (10 VOR 11, RTL, 06.05.2008), soll als Beispiel für eine solch assoziative Verwendung der Atmo dienen.

Die Eröffnungssequenz beginnt mit dem dctp-Logo sowie der Sendungskennung. Darauf folgend erscheinen auf schwarzem Hintergrund verschiedene Sequenzen, welche Soldaten in der Wüste, Helikopter, Kampfszenen, Zivilisten und Verwundete die in Schutz gebracht werden zeigen. Währenddessen läuft das inhaltlich skizzierende und für die Magazine Kluges charakteristische Schriftband im unteren Bildrand ab. Die Eröffnungssequenz wird mit der ebenfalls typischen Schrifttafel, welche den oben genannten Titel der Ausgabe trägt, abgeschlossen. Der Sound dieser Sequenz beginnt mit der Aufblende des dctp-Logos, also bereits vor der Sendungskennung und reicht bis zur Abblende der Schrifttafel.

Es handelt sich hierbei um spannungsgeladene aber sphärische Klänge, die das musikalische Grundgerüst bilden und die Atmos gewissermaßen tragen. Die sich ablösenden sowie sich überlagernden Atmos bestehen aus arabisch-englischem Stimmengewirr und Sprachfetzen, Schreien, Maschinengewehrsalven und Sirenen. Im Verlauf der Anfangssequenz kommt eine leise arabische Melodie hinzu, die jedoch durch die immer rhythmischer werdende und von Percussion gelenkte Grundmelodie in den Hintergrund gedrängt wird. Mit Aufblenden der Schrifttafel, klingt die Melodie allmählich aus und wird von Stimmengewirr in unterschiedlichen Sprachen abgelöst.

Insgesamt erinnert dieses Sound- und Musikdesign an das des Kriegsfilms - die Assoziation also zum Inhalt, nämlich das es hier um Krieg, um Gefechte, aber auch um Zivilisten gehen muss, wird durch das Sounddesign evoziert. Hinzu kommt die arabische Melodie, die das assoziierte Kriegsgeschehen gleichsam geographisch verortet.

## **Fernsehspezifisch besetztes Sound- und Musikdesign**

Eine andere Art Verweisstrukturen herzustellen und Assoziationen zu wecken, ist die Verwendung von durch das Fernsehen geprägten Musik- und Soundstrukturen, das als fernsehspezifisch besetztes Sound- und

Musikdesign zu benennen ist. Ein derartiges Design rekuriert, um eine thematische Rahmung musikalisch vorzunehmen, in erster Linie, so die Annahme, auf das Fernsehwissen, die Fernseh- und Hörerfahrung der Zuschauer. Ein Beispiel für eine derartige Verwendung von Musik ist die Sendung vom 20.05.2008 mit dem Titel RUDOLF AUGSTEIN/ PETER MERSEBURGER ÜBER DEN SPIEGEL GRÜNDER (*10 VOR 11*, RTL).

Sendungstypisch beginnt die Musik auch in dieser Ausgabe mit der Aufblende des dctp-Logos und wird mit der Abblende der Schrifttafel ausgeblendet. Die wiederum von einem Schriftbanner begleiteten Bilder zeigen Augstein alleine, mit der Redaktion, im Interview, auf dem Cover seines Magazins, bei seiner Verhaftung 1962 sowie bei der Verleihung des Bundesverdienstkreuzes. Musikalisch wird diese Eröffnungssequenz durch die Rieni Ouvertüre Wagners gerahmt, die der *Spiegel TV Reportage* bekanntermaßen als Corporate Identity Sound dient. Die Assoziation, die sich hier höchstwahrscheinlich mehr auf fernsehspezifisches Erfahrungswissen, denn auf die Kenntnis klassischer Stücke gründet, ruft dem Zuschauer folglich die Spiegel-Formate ins Gedächtnis, hebt das Thema der Ausgabe derart hervor, wodurch sich der Zuschauer thematisch verorten kann und einen auditiven Hinweis auf die inhaltliche Ausgestaltung erhält.

### **Kulturell besetztes Sound- und Musikdesign**

Unter kulturell besetztem Sound- und Musikdesign soll abschließend ein Design verstanden werden, das über die Verwendung kulturspezifischer Klänge Verweise zum Gegenstand respektive der Kultur herstellt. Als ein solches Beispiel dient die Ausgabe GRAND DESIGN TÜRKISCHER POLITIK/ DIE TÜRKEI ALS NETZWERKER IM UMKREIS VON 35 LÄNDERN (*10 VOR 11*, RTL, 17.06.2008).

Aufgebaut ist auch diese Ausgabe nach dem bereits erläuterten Muster. Die in der Eröffnungssequenz eingeblendeten Bilder zeigen die türkische Flagge, eine Fotografie Kemal Atatürks, zwei städtische Nachtaufnahmen sowie zwei Landkartenausschnitte.

In der Eröffnungssequenz zu hören ist von Trommeln, Nay und Saz geprägte Folklore, die einem eingängigen und straffen Rhythmus folgt. Ab den ersten Tonfolgen ist die Assoziation mit dem Orient geweckt. Die Verbindung zur Türkei schließlich liefern erst die Bilder, eine grobe Verortung gewährleistet jedoch bereits das Hören der Musik.

Auch in diesem Beispiel zeigt sich also, dass Musik in erster Linie verwendet wird, um auf einen spezifischen Gegenstand, hier einen spezifischen Kulturraum zu verweisen. Die derart erzielte thematische Verortung erfolgt assoziativ, durch den gezielten musikalischen Appell an ein Erfahrungs- und Medienwissen.

Die Magazine *NEWS & STORIES*, *10 VOR 11* und *PRIME TIME SPÄTAUSGABE* steigern, so lässt sich an dieser Stelle resümieren, die im Vergleich zu anderen Magazintypen angedeutete Andersartigkeit der Kulturmagazine. Nicht nur die dominante und fernsehuntypische Verwendung von Schrift in der Eröffnungssequenz, der magazinuntypische Aufbau und die Abwesenheit eines Moderators machen die Magazine Kluges zu Exoten im deutschen Fernsehen. Es ist, neben gestalterischen Eigenarten, vor allem das Corporate Sound- und Musikdesign, welches ein Alleinstellungsmerkmal darstellt. Streng genommen wird hier ja auf ein solches verzichtet, doch lässt sich der charakteristische Stil der Musikverwendung gerade als Sound bezeichnen, der die Corporate Identity der Magazine ausmacht und insofern als Corporate Design Sound zu benennen ist, der sich durch einen spezifischen Klangraum, ein charakteristisches Soundscape auszeichnet und sich derart von anderen Magazinen abhebt.

Das dieses Design eines ist, das sich vor allem auf Verweisstrukturen gründet und so an unser Alltags- und Medienwissen appelliert, wurde hinreichend aufgezeigt. Inwiefern allerdings eine, die kurzzeitige auditive Orientierungslosigkeit ablösende Widererkennung, im Sinne der zuvorst beschriebenen Magazine, durch dieses eigenwillige Sound- und Musikdesign gewährleistet wird, darüber bleibt zu spekulieren.

## **Resümee**

Abschließend bleibt aufgrund der eingangs formulierten These festzuhalten, dass sich der vergleichbare und damit spezifische Sound- und Musikgestus verwandter Magazine nun jedoch vor allem aus der komparativen Betrachtung, die die kennzeichnenden Homo- und Heterogenität zu Tage fördert, ergibt. Zumeist sind es einzelne identifizierbare Strukturen, die zur Absetzung einer Art von Magazin gegenüber einer anderen führen. So beispielsweise das Sounddesign, mit dissonanten Stör- und Signalgeräuschen der Politischen Magazine im Gegensatz zu den sphärischen und synthetischen Melodie der Wissensmagazine oder den als Melodieverlauf lang stehen gelassenen Bögen der Kulturmagazine und der in sich geschlossenen, sich jedoch im Vergleich zu anderen Magazinen entziehenden und dadurch als Alleinstellungsmerkmal kennzeichnenden Musik- und Soundstruktur der Magazine Alexander Kluges.

Dennoch bleibt an dieser Stelle unklar, ob die Eröffnungssequenzen als solche auch für den Zuschauer (der ja nicht zwingend komparativ aktiv wird) erkennbar sind, so dass auch hier eine Charakterisierung als Kulturmagazin oder Wissensmagazin erfolgen kann. Eventuell reicht auch eine entsprechende Mediensozialisation mit auf diese Weise impliziertem Wissen um die Beschaffenheit verschiedener musikalischer und soundtechnischer Verfasstheiten unterschiedlicher Genres und Magazinformen aus, um thematische und inhaltliche Identifikationen aufgrund eines musikalischen Erinnerens vornehmen zu können. Selbstverständlich kommt auch beispielsweise dem sprachlich kommentierten Themenüberblick, der hier bewusst ausgespart wurde, eine entscheidende Rolle bei der Identifizierung zu - wobei der Sound und die

Musik aber sicherlich eine stärkere Signalkraft innehaben als das Wort. Weiterhin erscheint es vielversprechend, die Sendungen im Ganzen zu betrachten und die Verwendung von Sound und Musik zwischen einzelnen Beiträgen sowie im Abspann zu analysieren, um so ein vollständiges Klangbild unterschiedlicher Magazintypen zu erhalten.

Sicher ist jedoch, dass dem Musik- und Sounddesign der Eröffnungssequenzen von Magazinen eine gesonderte Stellung im Kampf um die Aufmerksamkeit innerhalb des Programmflusses des Fernsehens zukommt, das auch eine thematische Hinweisfunktion haben kann.

## **Literatur**

- Bullerjahn, Claudia (2001) *Grundlagen der Wirkung von Filmmusik*. Augsburg: Wißner.
- Klüppelholz, Werner (2005) Musik im Fernsehen. Ein Zwischenbericht. In: *Sound. Zur Technologie und Ästhetik des Akustischen in den Medien*. Hrsg. von Harro Seeberger und Frank Schätzlein. Marburg: Schüren. S. 172-183.
- Schätzlein, Frank (2005) Sound und Sounddesign in Medien und Forschung. In: *Sound. Zur Technologie und Ästhetik des Akustischen in den Medien*. Hrsg. von Harro Seeberger und Frank Schätzlein. Marburg: Schüren. S. 24-40.
- Schmidt, Hans-Christian (1976) Musikalische Titel von Serien-Sendungen des Fernsehens. Überlegungen zu einer alltäglichen Erscheinung. In: *Musik in den Massenmedien Rundfunk und Fernsehen. Perspektiven und Materialien*. Hrsg. von Hans-Christian Schmidt. Mainz: Schott. S. 296-318.
- Schulte, Christian (2000) Konstruktion des Zusammenhangs. Motive, Zeugenschaften und Wiedererkennung bei Alexander Kluge. In: *Die Schrift an der Wand. Alexander Kluge: Rohstoff und Materialien*. Hrsg. von Christian Schulte. Osnabrück: Rasch. S. 45-67.
- Uecker, Matthias (2000) (k)ein Kulturmagazin. Themen und Formen des Magazinformats. In: *Anti-Fernsehen? Alexander Kluges Fernsehproduktionen*. Hrsg. von Matthias Uecker. Marburg: Schüren. S. 82-100.

**Empfohlene Zitierweise:**

Kathrin Lämmle, Andreas Wagenknecht: Zur Stellung und Funktion von Musik und Sound in Eröffnungssequenzen von Fernsehmagazinen.

In: *Kieler Beiträge zur Filmmusikforschung* 3, 2009.

URL: <http://www.filmmusik.uni-kiel.de/beitraege.htm>

Datum des Zugriffs: 1.5.2009.

Kieler Beiträge zur Filmmusikforschung (ISSN 1866-4768)

Copyright © by Kathrin Lämmle, Andreas Wagenknecht. All rights reserved.

Copyright © für diese Ausgabe by Kieler Gesellschaft für Filmmusikforschung. All rights reserved.

This work may be copied for non-profit educational use if proper credit is given to the author and „Kieler Beiträge zur Filmmusikforschung“.