Gottfried Zmeck & Theresa Brüheim - 26. Februar 2019

Heimat im Fernsehen

Der Heimatkanal weckt auf dem Sofa Heimatgefühle

Das Medienunternehmen Mainstream Media AG betreibt den Heimatkanal, einen im Pay-TV verfügbaren Fernsehsender. Filmklassiker aus der Goldenen Ära des Heimatkinos werden dabei mit neueren Produktionen gemischt. Theresa Brüheim fragt bei dem Mitgründer Gottfried Zmeck nach, wie Heimat im TV aussieht.

Theresa Brüheim: Was bedeutet für Sie Heimat, Herr Zmeck?
Gottfried Zmeck: Ach, das ist eine Vielfalt von Empfindungen. Heimat hat mit Sprache, Menschen, Landschaft, gesellschaftlich-kulturellen Wurzeln zu tun. In der Heimat muss man nicht erklären, wer man ist. Man kennt einander und fühlt sich geborgen. Vielleicht ist Heimat auch ein Heimathafen, also ein dynamischer Bezugspunkt, von dem aus man sich in andere Bereiche begeben kann – gleichzeitig mobil und trotzdem sicher.

Sie haben einen Fernsehsender mitgegründet, den Heimatkanal, der vorwiegend Filme, Serien, Theaterstücke und mehr rund um das Thema Heimat zeigt. Welche Idee steckt dahinter?
Wir haben eine unverwechselbare Positionierung: Schaut man sich die Programmlandschaft insbesondere im Pay-TV an, dann ist diese im Unterhaltungsbereich durch überwiegend US-amerikanische Serien, Spielfilme und natürlich Sport geprägt. Das eröffnet den Bedarf an Local Content. Man weiß, Local Content schlägt jeden anderen Content, wenn er gut gemacht ist. Dahinter steht natürlich ein Kalkül. Man muss es ja wirtschaftlich betreiben können. Das Kalkül ist, dass der Heimatkanal unverwechselbar, nicht austauschbar ist und damit zum Angebot einer jeden Plattform im deutschsprachigen Raum gehören sollte. Dafür haben wir ein Unterhaltungsprogramm entwickelt, das eine Mischung aus traditionellen Klassikern und modernen Formaten verschiedenster Genre bedient – vom traditionellen Spielfilm über Serien, aber auch Musikreportagen bis hin zu Komödie und Kabarett. Wir wollen diese bodenständige heimatliche Farbe dynamisch in die Gegenwart, in ein zeitgemäßes Lebensgefühl transportieren. Das ist uns wichtig. Entsprechend haben wir Eigenproduktionen wie die Kurzfilmreihe „Kleine Sünden“, die Kabarettsendung „Ottis Aquarium“ mit Ottfried Fischer oder Musikreportagen wie „Lieder, Land und Leute“. Das Maß an Eigenproduktionen bei uns ist hoch, im Gegensatz zu vergleichbaren Spartensendern. Man sieht dabei, dass diese Programmfarbe sehr aktuell ist. Man hat ein Lebensgefühl (wieder-) entdeckt, das eine moderne Bodenständigkeit ausdrückt. Das ist eine gewisse Sehnsucht nach Authentischem, nach Bekanntem. Und eine Neugierde, wie man eine Brücke von Tradition in das heutige Leben schlagen kann.

Welche Zielgruppe haben Sie mit dem Heimatkanal im Blick?
Unsere Zielgruppe definiert sich weniger demografisch. Als Spartensender bedienen wir eine gewisse Nische, diese ist allerdings die Masse. Wir wenden uns an die Familie, wir

wenden uns an ein breites Publikum, das nach Alternativen zur Programmwelt mit vielen Gewaltszenen sucht. Das hat alles seinen Platz. Ich will das nicht problematisieren. Um es plastisch zu sagen, der Heimatkanal braucht niemals eine Jugendschutzvorsperre. Wir haben uns dazu entschlossen, den Sender Heimatkanal mit GoldStar TV und Romance TV in dem Angebot „Fernsehen mit Herz“ zu bündeln. Dieses eigenständige Bouquet ist auch über Streaming-Dienstleister wie Amazon, TV.de und Zattoo verfügbar. Das zeigt, dass wir es mit einem Publikum zu tun haben, das mit modernen Medien umgehen kann.

Welche sind die Publikumslieblinge Ihrer Zuschauerinnen und Zuschauer?
Ich weiß nicht, ob Sie so lang Zeit haben.

Ein, zwei Beispiele …
Gefragt sind die traditionellen Stars des klassischen Heimatfilms. Das spannt sich von Romy Schneider, Paul Hörbiger, Theo Lingen, Hans Moser, Gunther Philipp bis hin zu Peter Alexander. Aber natürlich gehören Serien wie „Der Landarzt“ mit Wayne Carpendale oder „Der Bergdoktor“, „Die Bergretter“ und „Forsthaus Falkenau“ bei uns zu den wichtigen und gern gesehenen Programmen.

Welches Bild von Heimat wollen Sie mit dem Heimatkanal vermitteln?
Wir haben nicht den Ehrgeiz, ein bestimmtes Heimatbild zu vermitteln. Denn jeder hat seine eigenen Assoziationen zur Heimat und soll sich seinen eigenen Heimatbegriff bilden. Wir versuchen, eine Brücke vom
Traditionellen zum Modernen zu schlagen. Uns geht es vor allem darum, dass sich das Publikum beim Heimatkanal wohl und zu Hause fühlt.

Dieses Interview ist zuerst erschienen in Politik & Kultur 03/2019.

Copyright: Alle Rechte bei Deutscher Kulturrat