

Let Me Entertain You  
Hell is gone and heaven's here  
There's nothing left for you to fear [...]

Life's too short for you to die  
So grab yourself an alibi [...]

Separate your right from wrongs  
Come and sing a different song [...]

So come on let me entertain you  
Let me entertain you

# „Let Me Entertain You“ -

oder: Haben Sie noch Zeit - zu lesen?

Am Anfang war das Wort - am Ende die IFA. Eine Unterhaltung ist ein Gespräch zwischen Menschen - die Unterhaltungs-industrie ist eine Ökonomie der Medien. Bei allem Zeit- und Kostendruck wird es immer fraglicher, wie wir uns heute noch mit der Zukunft der Medien auseinander setzen. Auch wenn wir eben dies fortwährend behaupten, wohlwissend, dass unsere eigene Zukunft davon abhängt.

Eben weil dem so ist, ist es besonders bedrohlich, ständig über die Zukunftsträchtigkeit eines Produktes, einer Strategie reden zu müssen und zugleich eigentlich keine Zeit mehr zu haben um weiter zu denken, als bis zum Ende des Quartals, des Jahres, der Legislaturperiode.

Auch das ein IFA-Thema: Fritz Reheis in rbb vom 31. Juli interpretiert wurde „als Folge der Überforderung des menschlichen Immunsystems“ durch jene industriell generierten Reize, mit denen der Mensch „bombardiert“ wird und zu deren Verarbeitung ihm die Zeit fehlt - mehr denn je.

Thesen wie diese scheinen uns so was von lapidar und altbacken zu sein, dass es müßig scheint, noch hinzuhören zu müssen. Müssen wir doch unsere Aufmerksamkeit darauf richten, zu jenen zu gehören, denen es auch weiterhin gelingt,

mit der zunehmenden Beschleunigung in der Arbeitswelt noch Schritt halten zu können - und sei es im Laufschrift.

Es gibt - jenseits der Welt des Militärs und der Börse - kaum eine Industrie, die so unkritisch auf zeitkritische Entwicklungen reagiert wie die der Unterhaltung: Und diese wiederum so selber mit bestimmt. Es scheint ein unumgängliches Gesetz zu sein, der Erste sein zu müssen, wenn man denn die Nummer Eins werden will. Und wie steht es mit der Regel: „dem Ersten der Tod, dem Zweiten die Not, dem Dritten das Brot?“ Die Königin aller Geräte und Software ist die „Killer-Application“. Und auch jede andere Anwendung ist noch gut genug, vorausgesetzt, sie bringt neues Geld in die Kasse.

Der Gegen-Satz, man müsse sein Publikum lieben und nicht töten klingt seinerseits nach Provokation - und ist doch keine. Es legt vielmehr nahe, aus dem Overkill der Reizüberflutungen wiederum eine Strategie zu entwickeln, die in der Lage ist, sich Aufmerksamkeit zu verschaffen: Als ultimative Massenvernichtungs-Waffe gegen die Langeweile.

Im Gegensatz zu früheren Epochen ist der von uns erlebte Zeithorizont nur noch sehr kurz. Eigentlich - so Joanna Macy - leben wir in der modernen Wachstumsgesell-

schaft wie eingesperrt: in einer Art „Zeitkäfig“.

Hören wir auf diesen Satz, so ist seine Signalwirkung eine doppelte: Es geht um die zunehmende Entfremdung von Vergangenheit und Zukunft und zugleich um eine zunehmende Beschleunigung des Erlebten im Rahmen des uns noch verbliebenen Zeitfensters.

Das ermöglicht der Unterhaltungs-industrie, in einem bis dato kaum gekannten Maße, eigene „Dreamworld“-Welten zu entwerfen und uns zur Identifikation anzubieten. „Offline“ und „Online, zur Unterhaltung mit uns selbst und anderen, mit Bekannten und Unbekannten, mit Menschen wie mit Avataren. Gegen Geld und bis zur Preisgabe unserer Identität. Und das alles: Zu unserer Unterhaltung.

Es ist so, wie wenn Robbie Williams im Rahmen seines Auftritts auf dem „Live-8“-Konzert am 2. Juli 2005 ausgerechnet mit dem Song „Let Me Entertain You“ auf die Bühne kommt. Und während alle mitsingen glauben viele, damit der Politik beispringen zu können. Das ist wahrlich gute Unterhaltung, von den Füßen in den Kopf gestellt. Der als Unterhaltung inszenierte Dialog mit dem Publikum wird medial eingespeist in die Zentralen der Politik. Die Politik immer weniger mit dem Bürger und stattdessen immer häufi-

ger mit sich selbst: vermittelt der Medien: Gemäß den Konventionen der so genannten Unterhaltungs-Medien.

Die IFA Convention verspricht uns „Information“ und „Innovation“: „Global News“ „Crossmediale Inhalte- und Vertriebsstrategien“, „Digitalen Rundfunk“ samt „mobiler Kommunikation und Diensten“, einen Einblick in den „Filmstandort Deutschland“, die Frage nach der Fußball-WM 2006 als den „Beginn einer neuen Medienära?“ eine „Reise in die Welt akustischer Räume und Identitäten“ und einen ganzen Tag lang alles um das Thema „e/home“, inklusive einem „Best Practice“-Vortrag zum Thema: „Jetzt einsteigen und neue Umsatzchancen nutzen“.

Wenn es Ihnen also an Zeit fehlt zu lesen: Betreiben Sie die Waren-Wirtschafts-Auslese vor Ort in Berlin. Denn wenn der „Showdown“ beginnt, sind sie alle da mit ihren „State-of-the-Art“-Statements: Die Macher der Unterhaltungsindustrie als „Killer-Apps-Manager“, die ihr Publikum lieben - wie sich selbst. [wolf.siegert@iris-media.com](mailto:wolf.siegert@iris-media.com) ■

Axel Zerdick gewidmet, der auf der IFA 2003 noch unter uns weilte - und sich nicht einzumischen scheute.

WOLF SIEGERT