

Stand-Up Comedy

Der Comedy-Boom im deutschen Fernsehen

Zwei grundsätzliche Arten von TV-Comedy-Angeboten lassen sich unterscheiden: Auf der einen Seite stehen die fiktionalen Comedy-Serien bzw. Sitcoms, die sich bereits in den 1950er-Jahren im angloamerikanischen Raum etablierten und später auch fürs deutsche Fernsehen lizenziert wurden. Auf der anderen Seite stehen die nonfiktionalen Comedy-Shows, die sich an den US-amerikanischen Comedy-Shows und frühen Fernsehdarbietungen von Größen wie Heinz Erhardt, Lorient und Rudi Carrell orientieren und seit den 1990er-Jahren im deutschen Fernsehen weit verbreitet sind (vgl. Knop 2007). Hier gibt es eine Reihe von speziellen Formaten und Mischformen, die von den Solo-Bühnenshows der Stand-Up-Comedy (z. B. Bülent Ceylan, Carolin Kebekus, Cindy aus Marzahn, Anke Engelke, Michael Mittermeier, Atze Schröder und Kaya Yanar) über Mixed-Shows (z. B. „NightWash“ und „Quatsch Comedy Club“, „RebellComedy“, „StandUpMigranten“) und Sketch-Shows (z. B. „Die Dreisten Drei“ und „Mensch Markus“) bis hin zu Panel-Shows (z. B. „7 Tage, 7 Köpfe“ und „Genial daneben – Die Comedy Arena“) und Impro Comedy (z. B. „Frei Schnauze“ und „Schillerstraße“) reich(t)en.

Bereits zu Beginn der 2000er-Jahre machte das Comedy-Angebot im deutschen Fernsehen einen erheblichen Anteil des gesamten Gesamtangebotes aus. Im Jahr 2002 wurden in den Programmen der acht Anbieter ARD, ZDF, RTL, Sat.1, Super RTL, ProSieben, VOX und KABEL 1 in der Programmwoche vom 24. bis 30. August 36 verschiedene Einzeltitel und insgesamt 129 Comedy-Angebote gezählt. Im Angebot fanden zum einen 20 Comedy-Serien bzw. Sitcoms. In diesen fast ausschließlich ausländische Produktionen ging es häufig um Probleme in Familien, Freundschaften und Partnerschaften, die humorvoll gemeistert werden oder an denen die Protagonisten in komischer Weise scheitern. Zum anderen fanden sich im Angebot 16 Comedy-Shows. In den ausnahmslos deutschen Produktionen wurden in einer Art parodistischer Verdoppelung Fernsehangebote formal und inhaltlich persifliert (ebd.).

Der Comedy-Boom – mit einer starken Zunahme von Ethno-Comedy – hat auch in den darauf folgenden Jahren angehalten. Die unzähligen Comedy-Angebote finden sich nicht mehr nur in den Vollprogrammen der öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehanbieter, sondern auch in Spartenprogrammen. So ging Januar 2007 der deutschsprachige Ableger des US-Comedy-Kanals „Comedy Central“ auf Sendung und strahlte neben deutschen Eigenproduktionen auch US-amerikanische, britische und kanadische Comedy-Angebote aus. Darüber hinaus feierte die Stand-Up-Comedy in den 2000er-Jahren auch außerhalb des Fernsehens große Erfolge.

In deutschen Großstädten etablierten sich Stand-Up-Clubs mit offenen Bühnen für Laien und Mixedshows für fortgeschrittene oder etablierte Comedians. Letztere suchen ihre Themen inzwischen vor allem im persönlichen Umfeld und füllen damit Säle, die früher allenfalls berühmte Bands gefüllt haben (vgl. Hirschhausen 2009). Mit kurzen, interaktiven und spielerischen Formen ist Humor auch zu einem kurzweiligen Zeitgeist-Phänomen im Internet geworden, z. B. wenn in Formaten wie „Ehrensensf“ (2005-2011) in knackig und schwungvoll moderierten Dialogen die neuesten Lieblingslinks präsentiert wurden (vgl. Wehn 2010).

Quellen

Hirschhausen, Eckart von 2009: „Spaß treibt Gehirn an“. Interview mit Arzt-Comedian Hirschhausen. In: Spiegel-Online, 20.2.2009.

<http://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/0,1518,608439,00.html>

Knop, Karin 2007: Comedy in Serie. Medienwissenschaftliche Perspektiven auf ein TV-Format. Bielefeld: transcript.

Wehn, Karin 2010: Humor als Geburtshelfer. Worüber wir im Internet lachen und welche neuen Kunstformen das hervorbringt. In: tv diskurs, Heft 2/2010, S. 34-39. Download unter: <http://fsf.de/medienarchiv/beitrag/heft/humor-als-geburtshelfer-worueber-wir-im-internet-lachen-und-welche-kunstformen-das-hervorbringt/>