

Peter Moritz

Kommunikationskultur im Fernsehen

Zur Pädagogik der Talkshow

Ein beliebiger Wochentag, nachmittags kurz nach 15 Uhr, immer das gleiche Ritual: Die adrett gekleidete, mit pappiger Brille geschmückte Ilona Christen betritt das Fernsehstudio.¹ Frenetischer Applaus. Das Thema heute: „Mein Partner hat mich zerstört.“ Kein langes Fackeln, media in res: „Detlev, Sie haben Probleme mit Ihrer Frau, erzählen Sie uns davon!“ Großaufnahme. Unerbittlich fängt die Kamera die verhärmten Züge des ersten von insgesamt acht Kandidaten ein. Detlev, 30, Kraftfahrer, lächelt schüchtern in die Kamera. „Ja, das war so: Meine Frau hatte einen Liebhaber, und der hat bei uns in der Wohnung gelebt, im Zimmer meiner Frau. Wenn ich schlafen ging, habe ich die beiden nebenan gehört.“ Burschikos im Gestus und vermeintlich unwissend legt die Moderatorin nach: „Wie, das haben Sie sich gefallen lassen? Sind Sie da nicht ausgerastet?“

Selbstverständlich kennt die Moderatorin den Ausgang von Detlevs Pein, der für Minuten zum blamabel-entblößten Fernsehstar mutiert. Routiniert legt sie nach und spitzt die Fragen zu, forschnachhakend, in die beabsichtigte Richtung lenkend: „Detlev, was haben Sie dann getan?“ Jetzt gibt es kein Halten mehr. Millionen Augenpaare, verteilt über die gesamte Republik, verfolgen die medial arrangierte Hinrichtung und starren gespannt auf die blasse Figur, die ihr Inneres eruptiv hervorkehrt: Er habe seine Frau sehr geliebt, aus Kummer viel getrunken, schließlich einen Bus samt Fahrer entführt, um sie von der Arbeit abzuholen, sie zu überraschen: „Meine Frau wollte schon immer mal ganz alleine mit einem Bus fahren.“

Der engagierten Medienpädagogik eröffnen sich angesichts einer derart zugespitzten Kommunikation wenigstens zwei Problemhorizonte: Welche Tabus streift die tägliche Plauderei und in welche kommunikativ-medialen Strukturen sind sie eingelassen? Beide Komplexe münden in die gesellschaftlich brisante Frage, inwieweit diese Art von Fernsehen pädagogisiert und den sozialen Alltag eines Millionenpublikums berührt. Auch wenn die dem Medium in verschiedenen Epochen mit unterschiedlichen Methoden und Beweggründen aufgelastete pädagogische Bürde, die Nation zu erziehen, mittlerweile als Anachronismus gilt, weil sich das Publikum auf den Weg pädagogisierender Besserwisserei nicht mehr ohne weiteres mitnehmen läßt, bleibt vor allem unter der Prämisse des Fernsehens als einer sozialisationsrelevanten Instanz die Frage brisant, inwiefern das Medium bestimmte Einstellungen und Haltungen, aber auch vorgestanzte Standards für Normalität zu generieren vermag.

Bevor die folgenden Ausführungen der Eigenstruktur des Materials nachspüren und aufzeigen wollen, inwieweit sich das Genre plastisch der Unterhaltungserwartung anschmiegt und nach den jeweiligen Präferenzen unterschiedlicher Zielgruppen ausformen läßt, folgt eine Charakteristik der populärsten, wochentags ausgestrahlten Talkshows. Ihnen allen ist gemein, daß die Sendungen den Namen des jeweiligen Moderators tragen, um durch die Personalisierung die persönliche Note des Produkts zu unterstreichen und dessen Bindung ans Publikum zu untermauern.

Quasseln ohne Ende: Talk als säkulare Beichte

Talkshows erfreuen sich derzeit besonderer Beliebtheit. Auch die ARD mischt beim Dauerplausch fröhlich mit, in der Hoffnung, wenigstens einen Teil der davonzappenden Zuschauer wieder einzufangen. Um ihre Spots gewinnbringend plazieren zu können, überschwemmen insbesondere die kommerziellen Anbieter den Fernsehmarkt mit vergleichsweise billigen Produktionen. Die Kandidaten fungieren als fernsehtaugliche, kostengünstige Ware, die ein Stückweit Authentizität verspricht. Wer will, kann vormittags, mittags und abends dem Talk frönen. Das Genre beansprucht nicht nur, das Publikum zu unterhalten; Konzeption und Moderation bemühen sich darüber hinaus, den Eindruck zu erwecken, den Zuschauern etwas mitzugeben, sie über aktuelle Geschehnisse zu informieren, bisweilen über die Vielschichtigkeit zwischenmenschlicher Probleme aufzuklären. In diesem Sinne erklärt der öffentlich-rechtliche Fernsehpfarrer Jürgen Fliege selbstbewußt die Absicht seiner Sendung: „Kleine Geschichten hänge ich an die große Glocke! Da müßte doch das Herz jedes Demokraten aufgehen!“² Den Reigen der täglichen Talkshows eröffnet SAT 1 am Vormittag.

„**Johannes B. Kerner**“. Kerner wirkt aufgeschlossen und frisch. Mit jugendlichem Charme versucht er, das Publikum stärker in den Talk einzubinden: Er moderiert die Sendung zeitweise aus den Rängen heraus. Neben Themen aus dem familialen Zusammenhang dominieren sexuelle Inhalte („Auf einmal war sie lesbisch“, „Schatz, ich liebe unsere Katze mehr als dich!“). Zielgrup-

pe: Jüngerer bis mittleres Publikum; Hausfrauen, Arbeitslose.

„**Vera am Mittag**“ (SAT 1) folgt unmittelbar nach „**Kerner**“ um 12 Uhr. Vera, wie Kerner um die dreißig, präsentiert sich als aufgekratzte, forsch auftretende Moderatorin, die selbstbewußt und autoritär die Sendung leitet. Die Show verwertet alles, was unter der Gürtellinie liegt: Von Transsexualismus bis Penisvergrößerung wird im Wechsel mit Themen aus dem Fantastischen kaum ein Tabu ausgelassen („Ich bin ein Außerirdischer“; „Jungfrau – und vergewaltigt“). Gelegentliche Verbote und Abmahnungen der Landesmedienanstalten finden kaum Gehör. Zielgruppe: Ähnlich wie bei „**Kerner**“.

„**Arabella Kiesbauer**“ (PRO 7) eröffnet zeitgleich mit „**Bärbel Schäfer**“ (RTL) um 14 Uhr den vornehmlich an ein jugendliches Publikum gerichteten Talk. Dementsprechend fügen sich beide Moderatorinnen mit Ende zwanzig in die angesprochene Altersgruppe. Sex, drugs and crime – damit erschöpft sich nahezu das Spektrum der Themen. Die Gespräche tangieren die Bereiche um Prominenz („Auch ich will ein Star werden“), adoleszente Konflikte und Partnerschaft, wobei der Talk die Sexualität entweder unmittelbar anspricht („Alle Männer sind schwanzgesteuert“; „Ich war auf dem Babystrich“; „Tunten, Transen, Travestie“; „Mein Freund muß beschnitten sein!“; „Meine Mutter ist eine Hure“) oder den Bogen, sofern der Thematik nur irgendwie unterzuordnen, zurück zur sexuellen Sphäre zu schlagen versucht. Während die kesse Arabella ihre Schützlinge einfühlsam ermuntert, die Geschichten pointiert vorzutragen, poltert die blonde Bärbel frisch in die Runde und konfrontiert die überwiegend jugendlichen Gäste miteinander. Kandidatenauswahl und Choreographie (schrille Typen, exponierter Auftritt jedes Kandidaten, der sich bei „Bärbel Schäfer“ beim Eintritt ins Studio mit einem kurzen, persönlichen Spruch vorzustellen hat) zielen auf den antago-

nistischen Effekt, den auch Arabella perfekt zu inszenieren weiß: Glückliche Dicke fechten mit modewußten Dünnen, umtriebige Männer streiten mit keuschen Monogamen, überzeugte Atheisten mit militanten Heilsverkündern, eingefleischte Lesben mit biedereren Moralaposteln. Beide Sendungen setzen mehr als die anderen Talkshows auf den Streit der Gäste untereinander, oft mit einer Intensität, die nur noch Geschreie und Gekreische über den Bildschirm jagt.

„**Hans Meiser**“ (RTL) gilt als der Pate aller Talkshows neuen Stils. Seit über tausend Sendungen erreicht er täglich bis zu vier Millionen Zuschauer. Meiser, mit über 50 der älteste im Moderatorenbunde, repräsentiert den hausbackenen, gleichwohl den Trends und gesellschaftlichen Veränderungen gegenüber aufgeschlossenen väterlichen Typ. Themen rund um Familie, Partnerschaft, Haushalt und Gesundheit binden ein vornehmlich älteres Publikum, das zur Kaffeestunde um 16 Uhr dem seriös auftretenden Meiser bei seinem brav-biedereren Plausch folgt. Sexuelle Themen stehen zwar auch auf dem Programm, sie verlieren sich jedoch desto mehr in Andeutungen und Anspielungen, je ausgefallener Sexpraktiken und -gewohnheiten den kleinbürgerlichen Raum zu sprengen drohen. Meiser lenkt souverän und moderat das Geschehen, so daß am Ende der Eindruck herauspringt, die Sendung liefere einen umfassenden Service und Beratung in allen Lebenslagen.

Die ARD trägt zum täglichen Geplauder im wesentlichen mit „**Juliane & Andrea**“, „**Fliege**“ und „**Domian**“ bei. Während sich „**Juliane & Andrea**“, beide um die dreißig, adrett, höflich-bedächtig, selten forsch auftretend, sich am thematischen Spektrum von „**Hans Meiser**“ und „**Ilona Christen**“ orientieren, fällt der TV-Pfarrer Jürgen **Fliege** in gewisser Weise aus dem Rahmen: Die ganze Art der Präsentation, die Auswahl der hausbackenen Themen („Das Schicksal warf mich

auf die Straße! – Obdachlos – hoffnungslos“; „Mein schönstes Weihnachtsfest“; „Meine liebe Omi“; „Mein Hund hat mich geheilt – Tiere als Therapeuten“), vor allem Flieges salbungsvoller Umgang mit den Gästen münden in eine Klebrigkeit, die den stark restaurativ-konservativen Tenor der Veranstaltung auf die Höhe des „**Goldenen Blattes**“ treibt. Tratsch und Tränen wechseln einander ab. Pfarrer Fliege spielt mehr noch als Hans Meiser mit der bloßen Andeutung all jener Themen, deren direktes Aussprechen die Toleranz einer beschränkt-antiquierten Haltung überfordert. Die vermeintliche Obszönität, die bloße Anspielung all dessen, was unter der Gürtellinie liegt, gewinnt für einen Großteil der ins Visier genommenen Klientel (ab fünfzig aufwärts) dadurch ihren Reiz, daß das Sexuelle, Kriminelle und vermeintlich Dunkle zwar behandelt, aber nicht unmittelbar, vielmehr nebulös-verbrämt angesprochen wird. Auf dieser Ebene restauriert der Talk eine Kommunikationskultur, die sich in den fünfziger und sechziger Jahren streng an engstirnige Werte und Normen klammerte und all das, was die Menschen in ihrem Intimleben bewegte, aus der öffentlichen Sprache tilgte: Heraus springt ein verklärtes, von den eigentlichen Bedürfnissen und Problemen ablenkendes Geschwätz, das eher über Wunderquellen und außerirdische Kräfte palavert, statt etwa darüber zu reden, warum der Nachbarssohn zur Spritze greift. Die Schuldigen, das Fremde und Böse bleibt, wie bei der traditionellen Predigt, vor der (Kirchen-)Studiotür. Es wird geschluchzt und geheult, gejammert und geklagt, bis Pfarrer Fliege in sozialtherapeutisch-fürsorglicher Manier mit seinem immergleichen „Passen Sie gut auf sich auf!“ die säkulare Beichte bis zur nächsten Sendung schließt.

„**Domian**“ geht weniger salbungsvoll mit seinen Fans um; er begrüßt und verabschiedet sie mit einem heiteren, ins Mikrofon posauten „Ihr Lieben!“. „**Domian**“

stellt ein Novum in der Medien- und Talklandschaft dar, weil die Sendung zeitgleich via Radio (WDR EINS LIVE) und TV (WDR 3) ausgestrahlt wird. Nachts von eins bis zwei plaudern die zumeist jüngeren Anrufer über Frust und Leid, erhoffen sich von Domian, 38, Rat bei persönlichen Problemen, berichten auch mal über eigentümliche Sexpraktiken. Zwar entfällt bei „Domian“ eine die Gäste entblößende Darstellung, da die Kamera ausschließlich den mit Schirmmütze locker bekleideten Moderator beim Telefonieren einfängt; aber die tabulose Art, selbst über die allerpersönlichsten Dinge zu sprechen, entschädigt ein vornehmlich am Intimleben anderer interessiertes Publikum. Wünscht ein Zuschauer beispielsweise über seine akrobatischen Selbstbefriedigungskünste zu berichten, bricht Domian das Gespräch nicht ab, sondern fragt entwaffnend nach: „Autofellatio? Klasse, wie funktioniert denn das genau?“ Würde Domian den Anrufer moralisch zurechtweisen, ihn abwürgen und auflegen, verhielte er sich dysfunktional dem Gesetz des avancierten medialen Talks gegenüber: daß das Geplauder nicht nur immer weiter geht, sondern diese Art der Kommunikation im wesentlichen davon lebt, den vermeintlichen Endpunkt, die Grenze dessen, worüber öffentlich zu sprechen man sich eigentlich nicht getraut, die Schwelle zum Tabu, immer wieder zu konfrontieren.

Dialektik von Unterhaltung und Betroffenheit

Die eingangs zitierte, von Ilona Christen zugespitzte und ihrem Kandidaten zugeworfene Frage („Sind Sie da nicht ausgerastet?“) wirkt provozierend. Im Vordergrund steht nicht die Auseinandersetzung mit Detlev selbst, sondern der Schlußpunkt, die aus dem Rahmen fallende Verhaltensweise, deren öffentlicher Vortrag das Spektrum des Unterhaltungsfernsehens auf einer qualitativ

neuen Ebene erweitert. Die Technik ist ebenso simpel wie erfolgversprechend: Eine verblüffend hemmungslose Rhetorik fordert den Kandidaten zum verbal-intimen Striptease auf. Nicht die Tatsache, daß überhaupt im Fernsehen über Intimitäten geredet wird, läßt die Veranstaltung suspekt erscheinen; es ist die Art, wie dies geschieht: Eine Handvoll kurzfristig zu Millionären arrivierte Moderatoren geben sich solidarisch mit denen, die sie verbal so lange auspressen, bis das bloßlegende Bekenntnis den nachfolgenden Spot in gewinnbringende Höhen treibt. Ilona Christen forciert die Spitze, die in Detlevs außergewöhnlichem Vortrag liegt. Die Person, die dahinter steht, verschwindet hinter der verbal zur Schau gestellten Sensation. Die auf den Effekt spekulierende Moderationstechnik führt die äußerst knappe Exposition flugs der Klimax zu, um den Zuschauer unversehens mitzunehmen auf den Parforceritt durch Detlevs Gefühls- und Intimleben.

Die Wendung der Geschichte strukturiert funktional zwei Komponenten, die dialektisch ineinander verwoben sind: Detlevs Schilderung macht das Publikum auf eine Art und Weise betroffen, die es zugleich unterhält: Der Blackout, die Entführung des Busses wirkt schockierend und bestürzend („Mein Gott, was hätte da alles passieren können!“); die Distanz zum Geschehen, die Konsumtion des Unglaublichen zu Hause am Bildschirm in heimeliger Atmosphäre macht das Spektakel zugleich zur netten Unterhaltung am Nachmittag bei Kaffee und Kuchen. Das Schema sieht vor, die Balance der Pole von Unterhaltung und Betroffenheit zu halten. Sie konstituieren den Spielraum der Veranstaltung und bestimmen die Richtung des Talks: Die Moderatorin darf Detlev nicht auf eine Weise provozieren, daß dieser, der Worte nicht mehr mächtig, heulend zusammenbricht. Die Geschichte will erzählt sein, bis zum bitteren Ende, unter Umständen mit massiver Schüt-

zenhilfe des Talkmasters. Auf der anderen Seite steigert eine wohl-dosierte Portion an Tränen und Emotionen das für die voyeuristische Komponente notwendige Maß an Betroffenheit. Das Spiel hat dort seine Grenze, wo die aus der Kontrolle geratene Dialektik die Eigenstruktur der Veranstaltung zu torpedieren droht. Bei „Domian“ wird das besonders deutlich: Kulminiert der Pol Betroffenheit etwa dadurch, daß ein am Boden zerstörter Anrufer den Suizid als Ultima ratio seines Leidens andeutet, versucht Domian, das Gespräch sanft zu beenden und den Lebensmüden an den stets präsenten Psychologen im Hintergrund weiterzureichen. Der Talk muß sich in kalkulierten Bahnen bewegen. Alles andere wäre der Quote und damit dem Geschäft abträglich.

Die konstatierte Dialektik findet ihren Niederschlag nicht nur in der Auswahl der täglich wechselnden Themen und den variierenden, teilweise exaltiert auftretenden Typen³; das wechselseitige Verhältnis der Pole bleibt auch auf der Ebene des Arrangements gewahrt: Nach Detlevs Geschichte folgt eine, die mit einem guten Ende schließt. Das Kameraauge paßt sich den emotionalen Wechselbädern an, indem es zwischen der fragenden Miene der Moderatorin, dem betroffenen Blick oder dem hämischen Grinsen eines Zuschauers und dem bleichen Ausdruck des Vortragenden hin- und herschwankt. Nahaufnahmen von Gesichtern erwecken den Eindruck von Authentizität, die eine lebhaft-wilde Kameraführung bei „Arabella“ noch zu steigern sucht. Die exponierte Darstellung von Mimik und Gestik als Bestandteil der Inszenierung bereichert auf nonverbaler Ebene das ansonsten auf den Schlagabtausch zielende Spektakel. Bei „Arabella“ und „Bärbel“ tritt eine weitere Variation hinzu, eine auditive Komponente: Je nachdem, ob der hereingebetene Gast etwas Trauriges oder Lustiges zu erzählen hat, ertönt aus dem Off eine der jeweiligen Stimmung ange-

paßte Melodie. Die dynamisch agierende Trias im Studio (Moderator – Kandidaten – Gäste in den Rängen) bietet dem Zuschauer ein wechselreiches Spiel und ein Spektrum an Identifikationsmöglichkeiten.

Tabu in Funktion

Das Angebot zur Identifikation wird dadurch verstärkt, daß die Gäste fast durchweg nicht prominent sind und den Eindruck „wie du und ich“ erwecken. Diese Konzeption steht im Gegensatz zu jenen (vornehmlich öffentlich-rechtlichen) Talkshows, die abends über den Bildschirm flimmern: Von „*Boulevard Bio*“ über die „*NDR Talk Show*“ bis zu Erich Böhmes „*Talk im Turm*“ geistern immer dieselben hundert bekannten Gesichter über die Mattscheibe. Viele der am Abend ausgestrahlten Talks laufen im Vergleich zu denen am Mittag relativ ruhig und bedächtig ab. Angesichts der zahlreichen Klagen besorgter Medienpädagogen über die vermeintlich jugendgefährdende Wirkung des Mediums scheint die Fernsehwelt in diesem Punkt auf den Kopf gestellt. In der Tat scheinen die kraß und exotisch anmutenden Themen zu früher Stunde alle Tabus zu sprengen. Halbwüchsige plaudern mit Arabella und Bärbel vor einem Millionenpublikum über intime Dinge, die vor wenigen Jahren kaum jemand in aller Öffentlichkeit auszusprechen sich getraut hätte. Selbst solche Themen wie Vergewaltigung in der Ehe oder Inzest stellen kaum noch ein Tabu dar. Bekundet Hans Meiser immerhin noch, daß „Inzest kein Thema“⁴ für seine Sendung wäre, plaudert Margarethe Schreinemakers hemmungslos mit Mutter und Sohn über den „tragischen Fall“, der dem blaß wirkenden Knaben auf der TV-Couch Vater und Opa in einer Person bescherte.⁵ Eine derartige Inszenierung bedient den nachgefragten Voyeurismus, der funktional die Pole von Unterhaltung und Betroffenheit zusammenschweißt. Thematisch scheint der Tabubruch weitgehend ausge-

reizt; er setzt sich mittlerweile auf anderer Ebene, in der Art der Präsentation fort: Die auftretenden Typen werden schriller, die Fragen direkter und der Ton der Gäste untereinander aggressiver. Wenn ein Tabu noch besteht, dann in der Rolle des Moderators: In manchen amerikanischen Talkshows heizt dieser die Gäste mit derben Worten regelrecht auf, beschimpft und beleidigt sie mit fäkalischen Ausdrücken. In dieser Hinsicht bleibt das Genre hierzulande noch entwicklungsfähig.

Indem das Tabu zur fernsehtauglichen Ware avanciert, überschreitet es die Grenze, Tabu zu sein. Dieser Mechanismus schreit nach immer ausgefalleneren Themen, nach exotischen und wilden Stellungen, Gegenständen und Perversionen, um sie der medialen Verwertung zu überführen und gewinnbringend in Talk-Stoff umzumünzen. Dieser Zusammenhang beschneidet wesentlich jene aufklärende Wirkung, die angesichts der Veröffentlichung brisanter, gleichwohl unter den Teppich gekehrter Angelegenheiten denkbar wäre.

Fatale Pädagogik: Effekt vor Inhalt

Der Eindruck grenzenloser Offenheit, daß man über alles und jedes sprechen könne, täuscht über die Produktionsbedingungen hinweg: Der Talk dient nicht der Volksaufklärung, sondern in erster Linie den Kassen der Sender.⁶ Dieses Prinzip führt dazu, daß der Effekt im Vordergrund steht, nicht die inhaltliche Auseinandersetzung. Aus diesem Grunde arriviert das Fernsehen, nicht das Radio, zum idealen Medium einer substanzlosen Plauderkultur: Das Fernsehen bietet im Gegensatz zum Hörfunk ein farbenfrohes Spektrum; der Tanz des Kameraauges fängt erstaunte Mienen, überspannte Gebärden, poppige Farben, eine attraktive Moderatorin ein (welche Augenweide: die dunkelhäutige, durch das Studio schwebende Arabella mit ihren grell-glitzernden Kostümen!), deren persönlich-ver-

trauliches Lächeln über den arrangierten Charakter des Geplauders ebenso hinwegzutäuschen hilft wie die zuweilen munter gepflegte Lärmerei. Der Inhalt erlangt dadurch Bedeutung, daß er an Tabus kratzt. Eine derartige Kommunikation agiert nicht zweckfrei, sie ist instrumentell an Regeln orientiert, die anderen als emanzipativen Interessen folgen.⁷ Zurück bleibt ein Halbwissen, das den Zuschauer glauben macht, er sei umfassend informiert worden über AIDS, Transsexualismus, Drogen, Hexenkult, Außerirdische und Wunderquellen – über jene Vorkommnisse, die Detlev haben zum Äußersten greifen lassen.

Anmerkungen:

- 1) Wochentags um 15 Uhr von RTL ausgestrahlte Talkshow, die den Namen der Moderatorin trägt („Ilona Christen“).
- 2) Jürgen Fliege: Wider die Herrschaft des Kopfes über das Private des Herzens, in: Seelenfrust als Quoten-bringer? (FORUM MEDIENETHIK 2, Tübingen/Stuttgart 1995). „Fliege“ (ARD) wird wochentags von 16 bis 17 Uhr ausgestrahlt.
- 3) Mittlerweile etablierten sich Casting-Agenturen wie die „Real Life Casting“, deren Kartei mehrere tausend Talkshow-Kandidaten zu den skurrilsten Themen füllt (vgl. DER SPIEGEL 16/96).
- 4) Hans Meiser, in: DER SPIEGEL 5/96.
- 5) „SCHREINEMAKERS LIVE“ (SAT 1) vom 21. November 1996.
- 6) Der Wettbewerb gilt für die Öffentlich-Rechtlichen insofern, als diese sich dem Diktat des Marktes um der Einschaltquote willen (der Legitimation vor dem Gebührenzahler) beugen. – Das Produktionsprinzip bindet noch die Auseinandersetzung des Genres respektive des Produktes mit sich selbst: „Kerner“: „Ich bin süchtig nach Talkshows“; „Arabella“: „Arabella hat mein Leben verändert“. Die Ware „Talkshow“ vermarktet sich so auf der Ebene der Selbstreferenzialität noch einmal.
- 7) Vgl. Peter Moritz: Seife fürs Gehirn. Fernsehen im Serienalltag, Münster 1996.

PD Dr. phil. habil. Peter Moritz ist an der Univ. Hannover, FB EW1 tätig.