

Maya Götz, Christine Bulla, Caroline Mendel

Sprungbrett oder Krise?

Das Erlebnis Castingshow-Teilnahme

Sprungbrett oder Krise?

Das Erlebnis Castingshow-Teilnahme

Sprungbrett oder Krise? Das Erlebnis Castingshow-Teilnahme

Eine Befragung von ehemaligen TeilnehmerInnen
an Musik-Castingshows

Maya Götz, Christine Bulla, Caroline Mendel



Ein Kooperationsprojekt des Internationalen Zentralinstituts
für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)
und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

Impressum

Herausgeber:

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

Zollhof 2, 40221 Düsseldorf

www.lfm-nrw.de

ISBN 978-3-940929-28-0

Bereich Kommunikation

Verantwortlich: Dr. Peter Widlok

Redaktion: Regina Großefeste

Bereich Medienkompetenz und Bürgermedien

Verantwortlich: Mechthild Appelhoff

Redaktion: Dr. Meike Isenberg

Titelbild: Collage © Wild GbR

Lektorat: Viola Rohmann M. A.

Gestaltung: disegno visuelle kommunikation, Wuppertal

Druck: Börje Halm, Wuppertal

April 2013, Auflage: 1.000 Exemplare



Nichtkommerzielle Vervielfältigung und Verbreitung ist ausdrücklich erlaubt unter Angabe der Quelle Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) und der Webseite www.lfm-nrw.de

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	8
Zusammenfassung	9
Einleitung	11
1 Das System Castingshow	13
1.1 Der Markt der Formate	13
1.2 Musik-Castingshows sind performatives Realitätsfernsehen	15
1.3 Typisierung der TeilnehmerInnen	15
1.4 Crossmediale Berichterstattung	18
1.5 Das System Castingshow	19
1.6 Öffentliche Erniedrigung als legitimer Teil der Show	19
1.7 Musik-Castingshows: Weltweiter Erfolg und Oxymoron	20
2 Warum Kinder und Jugendliche sich regelmäßig Musik-Castingshows ansehen	21
2.1 Angenommene Realität	21
2.2 KandidatInnen mit vielen Anknüpfungspunkten	21
2.3 Die emotionale Bindung an die LieblingskandidatInnen	22
2.4 JurorInnen als ehrliche Kritiker	22
2.5 Spaß am Ablachen und Ablästern über die „Unfähigen“	23
2.6 Musik-Castingshows als Anlass zur Folgekommunikation	24
2.7 Der Genuss von Musik, Inszenierung und einer guten Show	24
2.8 Castingshow als selbstgewähltes informelles Lernen	25
2.9 Die Grundsituation: Musik-Castingshows sind ein Genre mit hohem Gebrauchswert, für die es die entsprechende Inszenierung und das „menschliche Material“ braucht	26
3 Das bisher Bekannte über die Details dessen, was KandidatInnen bei der Teilnahme an Musik-Castingshows im deutschen Fernsehen erwartet	28
4 Methode und Stichprobe	34
4.1 Methode: Schriftliche Befragung von Castingshow-TeilnehmerInnen der letzten zwölf Jahre	34
4.2 Stichprobe	36
4.3 Verteilung der befragten TeilnehmerInnen auf die Castingshows	37
4.4 Musikalische Vorerfahrung der TeilnehmerInnen	38
4.5 Erfolg bei der Castingshow	42
4.6 Zusammenfassung	44

5	Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“	45
5.1	Wie es zu der Teilnahme kam	45
5.2	Der Ablauf, wie ihn die TeilnehmerInnen erlebten	49
5.3	Wie ehemalige KandidatInnen ihre Teilnahme erlebten	52
5.3.1	Positive Momente des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ im Rückblick	52
5.3.2	Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ als Abfolge besonderer Herausforderungen mit Krisenpotenzial	53
5.3.3	Das Erlebnis, abgelehnt zu werden	54
5.3.4	Kritik verdauen	55
5.3.5	Typisierung durch die MedienmacherInnen	55
5.3.6	Überforderung durch die Bühnenshow	58
5.3.7	Die Kombination von abwertender Typisierung und Überforderung durch die Bühnenshow	60
5.4	Quantifizierung der Aussagen innerhalb der Stichprobe	61
5.4.1	„Bitte beschreiben Sie, wie Sie Ihre Teilnahme als KandidatIn einer Musik-Castingshow erlebt und empfunden haben“	62
5.4.2	„Ich bin stolz auf meine Teilnahme“	63
5.4.3	„Die Teilnahme an der Castingshow war eine tolle Erfahrung“	64
5.4.4	„Ich fühlte mich vom Produktionsteam gut betreut“	65
5.4.5	„Ich bin als KandidatIn respektvoll behandelt worden“	65
5.4.6	„Ich wurde von der Jury in fairer Weise beurteilt“	67
5.4.7	„Ich würde jederzeit wieder an einer Castingshow teilnehmen“	68
5.5	Einschätzung der verschiedenen Shows durch die KandidatInnen	71
6	Die TV-Ausstrahlungen und das Feedback von anderen	73
6.1	Wie TeilnehmerInnen die TV-Ausstrahlung erlebten	73
6.1.1	Stolz auf den Auftritt	73
6.1.2	Beschämung durch die mangelnde eigene Leistung	74
6.1.3	Quantifizierung der Empfindung des Fernsehauftritts innerhalb der Stichprobe	74
6.2	Feedback aus dem Umfeld	78
6.2.1	Positives Feedback vom konkreten sozialen Umfeld	78
6.2.2	Deutliche Zunahme der Kommunikation über Telefon und Facebook	80
6.2.3	Von Fremden angesprochen werden	80
6.2.4	Negatives Feedback, Drohnachrichten etc.	81
6.2.5	Quantifizierung der Einschätzung innerhalb der Stichprobe	83

7	Ausblick der KandidatInnen	88
7.1	Was würden die TeilnehmerInnen bei einem potenziellen nächsten Casting anders machen?	88
7.1.1	Noch mehr anstrengen, Details ändern	88
7.1.2	Sich selbstbestimmter inszenieren	89
7.1.3	Andere professionelle Strategien	90
7.1.4	Mit dem Gegebenen abfinden – und es nächstes Mal vermeiden	90
7.2	Was würden die TeilnehmerInnen einer Freundin oder einem Freund raten, die/der teilnehmen will?	91
7.2.1	Eigenschaften, die helfen: Selbstbewusstsein, Vertrautheit mit der Bühne, breites Repertoire	91
7.2.2	Vorsicht vor Verträgen!	92
7.2.3	Abraten von der Teilnahme	93
7.2.4	Vorherige Reflexion über die diversen Momente, die einen erwarten	93
8	Feedback an die Medienprofis	94
8.1	Feedback an Betreuung und einzelne JurorInnen	94
8.2	Kritik an der Wortwahl und der Arroganz der JurorInnen	96
8.3	Kritik an dem Genre an sich	98
9	Die Bedeutung der Castingshow-Teilnahme für die Selbst-Entwicklung	99
9.1	Theoretische Verortung: Menschenbild der humanistischen Psychologie	99
9.2	Die Bedeutung des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ für die Identitätsentwicklung	101
	Typ 1: Profis nutzen die Show (Professionelle Selbstpositionierung)	103
	Typ 2: Die Neuentdeckung (Gefördertes Selbst)	108
	Typ 3: Die Abgewerteten HoffnungsträgerInnen (Verletztes Selbst)	114
	Typ 4: Selbstinszenierung als Heimliche KomplizInnen des Mediensystems (Selbstinszeniertes Selbst)	120
	Typ 5: Die Beschämung umdeuten (Krampfhaft Bewahrtes Selbst)	123
	Typ 6: Die Bloßgestellten (Beschädigtes Selbst)	126
	Typ 7: Die Psychisch Überforderten (Überfordertes Selbst)	129
10	Zusammenfassung: Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ – Krise oder Wachstumschance – sieben typische Umgangsformen	134
	Krisenpotenzial 1: Körperlich anstrengende Belastung	137
	Krisenpotenzial 2: Typisierung durch die MedienmacherInnen	137
	Krisenpotenzial 3: Der Rauswurf und die Abwertung	137
	Krisenpotenzial 4: Redaktionell hergestellte Begründungszusammenhänge für die Ablehnung	138

Krisenpotenzial 5: Überforderung durch die Bühnenshow	138
Krisenpotenzial 6: Prominenz = Jeder meint, Bescheid zu wissen	138
Krisenpotenzial 7: Und dann ist alles wieder vorbei	139
11 Empfehlungen	140
Sensibilisierungen der Produktionsseite	142
Jugendmedienschutz	142
Förderung von Medienkompetenz	143
Selbstdefinition der Qualitätsstandards	143
12 Literaturverzeichnis	145
13 Abbildungsverzeichnis	154
14 Autorinnen	156
15 Anhang	157

Vorwort

Musik-Castingshows sind seit dem Jahr 2000 ein fester Bestandteil der deutschen Fernsehlandschaft und erfreuen sich seither großer Beliebtheit bei den jungen Zuschauern. Formate wie *Popstars*, *X Factor* und *Deutschland sucht den Superstar (DSDS)* laufen alle nach dem gleichen Prinzip ab. Im Laufe der Sendung wird mit Hilfe einer Jury, in mehreren Phasen per Auswahlprinzip, aus einer Vielzahl von Bewerberinnen und Bewerbern ein Gewinner gesucht. Doch es geht nicht immer nur um das Musikalische, denn Kameraperspektive, Schnitt und Ton befördern eine gewollte Stilisierung und zum Teil auch Degradierung der Kandidatinnen und Kandidaten. Die bewertenden Kommentare der Jury tragen zusätzlich dazu bei, einige Teilnehmerinnen und Teilnehmer gezielt lächerlich zu machen.

Warum Kinder und Jugendliche gerne Castingshows sehen, wurde vielfach untersucht. Seh motives sind insbesondere das Mitfeiern mit den favorisierten Kandidatinnen und Kandidaten sowie der Austausch über die Erfolge und Misserfolge der Kandidatinnen und Kandidaten am nächsten Tag auf dem Schulhof. Auch die Möglichkeit zum „Ablästern“ stellt einen Rezeptionsanreiz dar.

Was allerdings die Teilnahme und die Inszenierung für die Kandidatinnen und Kandidaten von Musik-Castingshows selbst bedeutet, blieb bisher unerforscht. Wie empfinden die Kandidatinnen und Kandidaten ihre Castingshow-Teilnahme? Wachsen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer durch diese Erfahrung oder treibt es sie möglicherweise in eine Krise?

Erste Einblicke hierzu sollen die vorliegenden Ergebnisse einer Teilnehmerinnen- und Teilnehmerbefragung geben, die in Kooperation zwischen dem Internationalen Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) und der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) entstanden ist.

Ein zentrales Anliegen beider Institutionen ist die Förderung von Medienkompetenz. Im Rahmen der Kooperation werden daher einerseits analytische Untersuchungen zu aktuellen Formaten durchgeführt, die Interessierten, wie auch Pädagoginnen und Pädagogen für ihre Arbeit mit Heranwachsenden als Hintergrundinformation dienen sollen. Andererseits bilden die Ergebnisse dieser wissenschaftlichen Analysen die Grundlage für die medienpädagogische Handreichung „tv.profiler“. Diese soll Lehrkräften in kürzester Form Materialien an die Hand geben, um aktuelle Formate in Unterrichtskontexten behandeln zu können.

Dr. Jürgen Brautmeier

Direktor der Landesanstalt für Medien NRW (LfM)

Dr. Maya Götz

Leiterin Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)

Zusammenfassung

Musik-Castingshows wie *Popstars* oder *Deutschland sucht den Superstar* erzielen weltweit Höchstquoten und bringen allen Sendern, Produktionsfirmen, Vermarktern etc. ein Mehr an Marktanteilen und Gewinnen. Der Erfolg beruht auf erprobten Konzepten, in denen gezielt für die jeweilige Zielgruppe möglichst viele Anknüpfungspunkte geschaffen und Gebrauchswerte auf unterschiedlichsten Ebenen angeboten werden. Um den ZuschauerInnen dies bieten zu können, braucht es bestimmte, meist junge KandidatInnen. Sie dienen als Identifikations- und Projektionsflächen oder symbolisieren bestimmte Typen von Menschen, von denen man/frau sich abgrenzen bzw. denen er/sie sich überlegen fühlen kann. Enthumanisiert gesagt: Das Genre braucht „menschliches Material“, das sich entsprechend inszenieren lässt. Doch wie geht es diesen Menschen, die meist mit professioneller Fernsehproduktion und dem spezifischen Genre Castingshow wenig Erfahrung haben? Wie empfinden und verarbeiten sie das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“? Ist es etwas, an dem sie wachsen, oder etwas, was sie in schwer zu bewältigende Krisen treibt?

Weltweit erstmalig wurden 59 ehemalige TeilnehmerInnen von Musik-Castingshows in Deutschland befragt. Die Befragung wurde per Onlinefragebogen mit offenen und standardisierten Fragen durchgeführt. Ziel der Studie ist es, die TeilnehmerInnen bezüglich ihres subjektiven Erlebens des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ zu Wort kommen zu lassen. Herausgearbeitet werden soll anhand dieser qualitativen Studie, wie die ehemaligen KandidatInnen den Prozess im Einzelnen erlebt haben. Die zentrale forschungsleitende Frage ist dabei: Welche Bedeutung hat das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ für die Psyche der TeilnehmerInnen? Nehmen sie Schaden, oder ist es etwas, an dem sie wachsen?

Insgesamt wurde das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ von rund der Hälfte der hier Befragten als eher positiv beschrieben, viele haben gemischte Gefühle und einige berichten ausschließlich in negativer emotionaler Konnotation. Fallvergleichend zeigen sich dabei sieben typische Muster, inwieweit das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ zur Wachstumschance oder selbstgefährdenden Krise wurde.

Eine insgesamt sehr positive Erfahrung ist die Castingshow-Teilnahme zum einen für Profis, die die Show als Sprungbrett nutzen und sich durch die Castingshow erfolgreich persönlich und professionell positionieren können. Oft würden sie es zwar nicht erneut mitmachen, dennoch konnten sie die gebotenen Möglichkeiten für sich nutzen und gehen mit einer größeren Klarheit bezüglich ihres eigenen künstlerischen Schaffens und ihrer Lebensgestaltung aus der Erfahrung heraus (Typ 1).

Es gibt auch zum Teil sehr junge Menschen, die das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ emotional sehr positiv erlebt haben und an der Erfahrung gesund gewachsen sind. Diese „Neuentdeckungen“ (Typ 2) wurden durch die Produktion in ihren Talenten gefördert, bekamen Einblicke in die professionelle Medienproduktion und zumindest in Ansätzen in das Musikgeschäft.

Bei den innerhalb des Castingprozesses durchaus erfolgreichen TeilnehmerInnen gibt es auch jene, die zunächst positiv, dann aber negativ in der öffentlichen Darstellung konnotiert wurden. Für diese „abgewerteten HoffnungsträgerInnen“ (Typ 3) ist die mediale Inszenierung verletzend. Sie fühlen sich falsch dargestellt, in ihrer Offenheit und/oder Naivität ausgenutzt und vom „System Castingshow“ betrogen.

Bei denjenigen, die innerhalb des „Systems Castingshow“ (vgl. Lünenborg et al. 2011) als Abgrenzungsfigur („Freak“) inszeniert wurden oder deren Ausscheiden narrativ sehr deutlich als eigenes Fehlverhalten begründet wurde, zeigen sich drei Varianten: Es gibt einige TeilnehmerInnen, die gezielt an ihrer Stilisierung mitgearbeitet haben und so gewissermaßen durch ihre Selbstinszenierung heimliche KomplizInnen des Mediensystems wurden (Typ 4). Andere, die innerhalb der Sendung als völlig ungeeignet typisiert wurden, lassen dies nicht an ihr Selbstbild heran. Sie genießen die öffentliche Aufmerksamkeit, die ihnen im Nachhinein zuteilwird, gehen aus dem Prozess subjektiv als siegreich hervor und deuten entsprechend einen großen Teil des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ für sich als positiv (Typ 5). Die meisten derjenigen, die in den Formaten als Freaks inszeniert wurden, lassen sich dem Typ „die Bloßgestellten“ (Typ 6) zuordnen. Sie gingen naiv und mit großem Vertrauen auf ihre eigene Besonderheit als Mensch in den Prozess, wurden degradiert und zur Schau gestellt und müssen nun zum Teil noch Jahre danach mit der Häme aus dem sozialen Umfeld leben. Sie gehen aus dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ mit einem beschädigten Selbst heraus.

In Selbstkrisen gerieten aber nicht nur die durch das Mediensystem offensichtlich Abgewerteten. Einige der KandidatInnen waren durch die Anforderungen während und nach der Produktion psychisch überfordert. Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ mit seinen diversen Krisenpotenzialen führte sie dauerhaft in eine psychische Krise (Typ 7).

Vor dem Hintergrund der Befragung werden Empfehlungen entwickelt, die vor allem durch die Sensibilisierung der Produktionsbeteiligten, des Jugendschutzes und der Medienkompetenzförderung umgesetzt werden sollten. Im Sinne der Qualitätsförderung werden Qualitätsstandards der Medienproduktion und eine Qualifizierung des öffentlichen Diskurses gefordert.

Einleitung¹

Teilnahmevereinbarung

„Mir ist bekannt, dass die Sendung ‘Deutschland sucht den Superstar’ (‘Produktion’) eine erfolgreiche interaktive Show ist, die insbesondere im Fernsehen und im Internet ausgestrahlt wird und durch Zuschauer – teilweise live – mitverfolgt wird. Während einer mehrmonatigen Auswahlphase (bestehend aus einem Casting, einem Recall sowie einer Auswahlshow entsprechend den Erläuterungen in den beigefügten Regeln) erhalte ich die Chance, als Deutschlands neuer Superstar ins Rampenlicht zu treten und in der Musikbranche professionell beehrt zu werden.

Ich verpflichte mich mit meiner Unterschrift verbindlich zur Teilnahme an der Produktion entsprechend den Erläuterungen in den beigefügten Regeln. [...] Ich werde die Teilnahmevereinbarung und sonstige mir vorab bekannt gegebene Regeln der Teilnahme einhalten.“²

Im Jahr 2000 lief mit *Popstars* die erste Musik-Castingshow in Deutschland. Bei der ersten Staffel wollten über 4.500 junge Frauen Mitglied einer deutschen Girlband – ähnlich den britischen *Spice Girls* – werden. Per Auswahlprinzip werden aus einer Vielzahl von Bewerberinnen Stück für Stück diejenigen identifiziert, die am besten zu der vom Produzenten bzw. der Redaktion gesetzten Zielsetzung passen. Im Fall von *Popstars* ist dies eine Girlband (später auch Boyband oder gemischte Kombinationen). Die Sendung zeigt diesen Auswahlprozess über mehrere Phasen bis hin zur professionellen Schulung der KandidatInnen, Vorbereitung und Begleitung bei ihren Auftritten. Die so im Jahr 2000 erstmals für die ZuschauerInnen verfolgbar gecasteten *No Angels* wurden zur erfolgreichsten Girlgroup Kontinentaleuropas mit zahlreichen Nummer-1-Hits.

Das Prinzip Talentshow an sich ist alles andere als neu.³ In dem von John Dowling zunächst für Neuseeland entwickelten Format *Popstars*, das erstmals 1999 auf Sendung ging (vgl. Bruin, Zwaan 2012), konnten FernsehzuschauerInnen jedoch erstmals im Detail verfolgen, was normalerweise hinter verschlossenen Türen passiert: das Casting und die Inszenierung von *Popstars* bzw. -sternen (vgl. u. a. Carah 2012). Inspiriert durch *Popstars* entwickelten sich rasch verschiedene andere Formate.

Seitdem sind Musik-Castingshows fester Bestandteil der Fernsehlandschaft weltweit. In Deutschland werden mittlerweile sieben Formate davon regelmäßig ausgestrahlt.⁴ Ihnen gemeinsam ist, dass (meist) scheinbar ganz normale Menschen mit einem speziellen Talent im Mittelpunkt stehen, die von einer kleinen Gruppe von JurorInnen oder MentorInnen ausgewählt, geschult und beurteilt werden. Die ZuschauerInnen können vor dem Bildschirm verfolgen,

1 Literaturrecherche mit Unterstützung von Eva Schatz, Heike vom Orde, Sabrina Unterstell, Andrea Holler, Manda Barka.

2 *DSDS*: Teilnahmevereinbarungen, URL:

http://data.rtl.de/fotowettbewerb/dsds8_video/pdf/dsds8_teilnahmevereinbarungen.pdf (letzter Zugriff am 25.01.2013)

3 Die ersten Talentshows lassen sich bis ins Mittelalter zurückverfolgen (vgl. Reijnders 2006).

4 Die Hauptformate sind: *Popstars* (seit 2000 – RTLII/ab 2003 Pro7), *DSDS* (seit 2002 – RTL), *Unser Star für ...* (seit 2010 – Pro7/Das Erste), *X Factor* (seit 2010 – RTL/Vox) oder *The Voice of Germany* (seit 2011 – Pro7/Sat.1). Mehr Details s. Anhang.

wie aus Laien bzw. unbekannten KünstlerInnen Stars gemacht werden, und sich zumeist in der Endphase per Abstimmung am Auswahlprozess beteiligen (vgl. Bruin, Zwaan 2012).

Die KandidatInnen der Castingshows werden vor allem über öffentliche Castingaufrufe ausfindig gemacht. Dem Aufruf zur aktuellen 10. Staffel im Jahre 2013 folgten 32.000 Menschen, insgesamt haben mittlerweile, nach Schätzung der Pressestelle von RTL, etwa eine Viertelmillion Menschen⁵ an einem *DSDS*-Casting teilgenommen. Hochgerechnet auf alle Musik-Castingshows in Deutschland haben sich zwischenzeitlich ca. eine halbe Million Menschen an dem Castingshow-Prozess beteiligt. Was sie im Detail erleben und wie es ihnen mit dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ dauerhaft geht, ist bislang wissenschaftlich nicht erforscht. Wozu mittlerweile Studien vorliegen, sind medienanalytische (Kap. 1) und einige rezeptionsanalytische Perspektiven (Kap. 2) sowie einzelne Details zu den Abläufen der Castingshow-Teilnahme (Kap. 3 und 5).

5 Angabe laut RTL-Pressestelle, telefonische Anfrage Frühling 2012.

1 Das System Castingshow

1.1 Der Markt der Formate

Musik-Castingshows sind meist international vermarktete Formate, d. h., die Sender kaufen vom Formatentwickler bzw. dessen Vermarkter ein vorgefertigtes, getestetes und erfolgreiches Sendungskonzept. In der „Format Bibel“, einem im Falle von *Pop Idol* ca. 100-seitigen Dokument, werden diverse „key branding elements“ festgelegt und z. B. Setgestaltung, Logos, Titelmelodien, die Rollen der JurorInnen, Auswahlkriterien bei KandidatInnen und Musik, Gestaltung der Dramaturgie etc. im Detail beschrieben. Aufbauend auf diversen Marktanalysen werden diese global ähnlichen Grundmuster dann „lokalisiert“, d. h. an nationale bzw. lokale Gegebenheiten, Themen, Sensibilitäten etc. angepasst. „Flying Producers“ agieren weltweit und beraten die jeweiligen Produktionsfirmen vor Ort bei der Lokalisierung des globalen Formates (vgl. Singh, Kretschmer 2012). Entsprechend gleichen sich alle Logos, Titelmelodien und Juroren von *Pop Idol (DSDS)*, *The Voice of...*, *X Factor* etc. weltweit, es werden aber jeweils Menschen aus der nationalen bzw. regionalen Szene inszeniert.

Das erfolgreichste Format weltweit – und auch in Deutschland – ist zum Beispiel das von Simon Fuller erdachte Format *Pop Idol*, das 2001 erstmals in Großbritannien auf Sendung ging (vgl. Rautiainen-Keskustalo 2009). Die Eigner Freemantle Media und 19 Entertainment haben es in derzeit 46 Gebiete verkauft, wo es unter nationalen Sendungstiteln, wie z. B. *Idol stjörnuleit* (Island), *Nokhav Nolad* (Israel) oder *American Idol* (USA) bzw. überregionalen Namen wie *Asian Popidol*, *Arab Idol*, *Latin American Idol* ausgesprochen erfolgreich ausgestrahlt wird.⁶ In allen nationalen oder regionalen Varianten gibt es drei oder vier JurorInnen, die, wenn möglich, unterschiedliche musikalische Ausprägungen oder Berufsbilder in der Popmusikszene repräsentieren. In der ersten Phase finden die Massen-Auditions in verschiedenen Städten statt, in denen neben potenziellen Hoffnungsträgern auch diverse Freaks inszeniert werden, die offensichtlich nicht das Zeug zum Superstar haben. In der zweiten Phase werden die KandidatInnen für die Staffel ausgewählt, indem diese sich auf einer Bühne präsentieren müssen. In der dritten Phase werden die KandidatInnen geschult, erhalten Gesangs-, Tanz- und Stylinghinweise. In der vierten und letzten Phase treten sie in großen Abendshows auf, in der die KandidatInnenzahl durch Zuschauerwotings immer weiter reduziert wird, bis schließlich die oder der SiegerIn gefunden ist (vgl. Bruin, Zwaan 2012). Stets ist es ein zentraler Juror, der sich mit gezielt provozierenden und markigen Kritiken inszeniert.

Die lokalisierten Varianten zeigen neben den formatvorgegebenen Ähnlichkeiten auch nationale Eigenheiten. Meistens zielt das Format *Pop Idol* auf breite Zuschauergruppen. In Dänemark zum Beispiel wurde das Sendungskonzept nicht von einem der Hauptsender, sondern von einem kleineren, eher jugendaffinen Veranstalter erworben und das Format dadurch gezielt frecher,

⁶ Homepage von Freemantle Media, URL: http://www.freemantlemedia.com/Production/Our_Brands/Idols.aspx (letzter Zugriff am 29.01.2013)

grenzüberschreitender und auf eine junge Zielgruppe hin gestaltet (vgl. Jensen 2012). Inhaltlich werden oftmals ohnehin virulente Diskurse aufgegriffen und inszeniert, wie etwa die Frage der Existenz einer panarabischen Identität (vgl. Ghattas 2012; Kraidy 2006) oder die Selbstkonstruktion von Minderheiten, wie etwa von Angehörigen der Roma in Tschechien (vgl. Štětka 2012). Medienanalytisch nachweisbar werden auch in den Diskussionen über Musik-Castingshows gesellschaftliche Diskurse verhandelt, wie zum Beispiel die nationale Identität im post-sozialistischen Bulgarien anhand der Chancen der Eigeninterpretationen von Songs (vgl. Kourtova 2012). Dies muss nicht unbedingt so angelegt sein, ergibt sich aber manchmal durch das gezielte Einbeziehen von KandidatInnen mit diversen ethnisch-kulturellen oder milieuspezifischen Hintergründen. Musik-Castingshows prägen den Diskurs, weil sie zum nationalen bzw. regionalen Event werden, über das Print und andere Medien ständig berichten und alle reden.

Insbesondere bei *Pop Idol* sind die Formatadaptionen ausgesprochen erfolgreich und erreichen Spitzenquoten. 300 Millionen Menschen sahen das Finale 2007 von *Asian Idol* (vgl. Tay 2012), 41 Millionen SMS wurden in der 4. Staffel von *American Idol* versendet (vgl. Rautiainen-Keskustalo 2009). Auch die deutsche Variante *Deutschland sucht den Superstar (DSDS)* ist von Anfang an sehr erfolgreich. Das Finale der ersten Staffel im Frühjahr 2003 verfolgten durchschnittlich 12,8 Millionen Menschen.⁷ *DSDS* steht seit Jahren in den TV-Hitlisten und gerade bei den Jugendlichen rangiert es vielfach auf den ersten Plätzen (vgl. Götz 2013). Dies wiederum bestätigt den Formathandel, der seine größten Zuwachsraten Anfang 2003 erreichte und nach eigenen Angaben 2009 sein Geschäftsvolumen auf 9,3 Billionen Britische Pfund geschätzt hat (vgl. FRAPA 2009). Als Lizenzgebühr für lokale Adaptionen des Formates *Pop Idol* werden beispielsweise pro Staffel mindestens 35.000 Britische Pfund angesetzt. Hinzu kommen Kosten für Beratung und „Flying Producers“ (vgl. Singh, Kretschmer 2012). Der Erfolg des Formats hängt dabei vor allem von einem spezifischen, gut recherchierten Produktions-Knowhow ab, einem konsistenten und überwachten Marketing, der richtigen Positionierung im jeweiligen Medienmarkt, der Einbeziehung aktueller Themen und Trends, und nicht zuletzt von der Ausschöpfung der juristischen Möglichkeiten, um die eigene Marke zu schützen und positiv zu konnotieren (ebd.).

Musik-Castingshows sind ein lukrativer Markt, der gezielt auf höchstem Niveau von einer weltweit agierenden Medienindustrie gestaltet und gepflegt wird. Die Formate werden gezielt auf Massenattraktivität ausgerichtet, sind eng mit der jeweils führenden Pop-Musikindustrie verbunden (vgl. u. a. Tay 2012; Holmes 2009) und gezielt als Multi-Plattform-Angebot angelegt (vgl. u. a. Ytreberg 2008; Bruin, Zwaan 2012).

7 Wikipedia über *DSDS*, URL: http://de.wikipedia.org/wiki/DSDS#Erste_Staffel_.282002.E2.80.932003.29 (letzter Zugriff am 15.01.2013)

1.2 Musik-Castingshows sind performatives Realitätsfernsehen

Castingshows können aus medienwissenschaftlicher Perspektive dem performativen Realitätsfernsehen zugeordnet werden. Performatives Realitätsfernsehen bezeichnet Unterhaltungssendungen, in denen „reale“, meist nicht prominente Menschen in einem inszenierten Setting agieren. Die Situation, die für die Sendung geschaffen wird, fordert von ihnen besondere Leistungen und legt eine Selbstinszenierung nahe, die sowohl fremdgesteuerte als auch eigengesteuerte Anteile hat. Im Mittelpunkt der Sendungen steht nun, wie diese scheinbar „ganz normalen Menschen“ in dieser besonderen Situation agieren (vgl. Mikos et al. 2000; Keppler 1994; Lünenborg et al. 2011). Die Aufbereitung der diversen audiovisuellen Aufnahmen zur Sendung hat auch dokumentarische Züge. Die Aufzeichnungen werden aber gezielt daraufhin bearbeitet, dass sie attraktive, in kurzer Zeit erzählbare und für den Zuschauenden dauerhaft bindende Geschichten erzählen. Die medialen Erzählweisen tragen dabei Züge fiktionaler Genres aus dem Comedy-Bereich, der Soap Opera oder des Musikfernsehens. Auswahl- und Inszenierungsprozess greifen dabei von Beginn an ineinander. Mit jeder Staffel nimmt die Erfahrung bei den Produzierenden zu und sie wissen, was sie suchen und welche Inszenierungsstrategien sie nutzen müssen, um die Sendung, die sie anstreben, zu erhalten. Gesucht (gecastet) werden demzufolge schon Menschen mit den entsprechenden Charakteranlagen, die in bestimmte Situationen geführt werden, in denen sie dann agieren. Dies wird dann noch einmal vereinfacht und in der Ausdeutung fokussiert, sodass bestimmte Rollen und Sinnzusammenhänge entstehen. Diese kurzen Geschichten sind gezielt im Hinblick auf Anschlussmomente für die Zuschauenden gestaltet. Es werden kleine biografische Dramen, typische Problemkonstellationen oder positive Ereignisse einer jugendlichen Alltagswelt erzählt. Dies bietet den ZuschauerInnen diverse Anknüpfungspunkte zum Wiederfinden der eigenen Erfahrungswelt: Es entstehen parasoziale Beziehungen, womit die Wahrscheinlichkeit steigt, dass sie die Sendung wieder einschalten werden. Die Geschichten, die so aus den in realen Situationen entstandenen Aufnahmen zusammengestellt und mit Blick auf den Zuschauenden erzählt werden, spielen zum Teil mit Grenzüberschreitungen, und es sind Tendenzen zur Skandalisierung nachweisbar (vgl. Lünenborg et al. 2011). Im Mittelpunkt stehen Menschen, die aber nicht in ihrer gesamten Komplexität wohlwollend dargestellt und dokumentiert, sondern zu den Typen stilisiert werden, die für das Sendungskonzept gut nutzbar sind.

1.3 Typisierung der TeilnehmerInnen

Alle Formate des Genres Musik-Castingshow reduzieren die gezeigten BewerberInnen auf bestimmte Typen. Dies ergibt sich schon aus dem Verhältnis von vorhandener Sendezeit und der Anzahl der TeilnehmerInnen. Um die gezeigten Menschen (JurorInnen und KandidatInnen) für die Zuschauenden möglichst attraktiv und nutzbar zu machen, werden sie auf wenige Charaktereigenschaften heruntergebrochen. Um sie herum werden durch Auswahl, Montage, Bild- und

Tongestaltung und Kommentar sinnhafte Zusammenhänge hergestellt, von denen die Redaktion annimmt, dass sie für die ZuschauerInnen möglichst viele Anknüpfungspunkte bieten. Die Typisierung richtet sich dabei nach den Phasen, in denen sich die Castingshow gerade befindet. Die meisten Musik-Castingshows teilen sich dabei in drei Phasen auf:

In der ersten Auswahlphase wird gezeigt, wie aus vielen BewerberInnen diejenigen identifiziert werden, die für den Prozess und den Gewinn des Titels als geeignet erscheinen. Um dies möglichst eindeutig und für den Zuschauenden schnell begreifbar zu erzählen, wird kategorisiert. Bestimmte zentrale Eigenschaften werden als geeignet oder auch völlig ungeeignet definiert. Diese Definition findet sprachlich durch die JurorInnen statt und wird mit Worten wie „Du hast genau das, was wir suchen“ oder ähnlichem signifiziert. Um zu zeigen, was nicht gesucht wird, werden auch abgelehnte KandidatInnen gezeigt und entsprechend kommentiert. Wie dies im Einzelnen konnotiert und angelegt wird, hängt vom Formatkonzept ab. In den Formaten *DSDS*, *Popstars* und *Das Supertalent* werden BewerberInnen sehr deutlich in HoffnungsträgerInnen und Loser unterteilt. In den kurzen Porträts der KandidatInnen, die vor deren Auftritt vor der Jury eingespielt werden, wird durch Kameraperspektive, Schnitt und Sounddesign stark interpretiert und eine bestimmte Lesart nahegelegt. Werden einige BewerberInnen durch taktisch eingesetzte Anknüpfungspunkte für die ZuschauerInnen als interessante und angenehme Persönlichkeiten präsentiert, so werden andere gezielt degradiert und abgewertet. Diese bereits angelegte Vorzugslesart wird dann durch die Kommentare der Jury in Worte gefasst. Grafische Einblendungen im Comicstil und ein entsprechender Schnitt von Gesichtsausdrücken der Jurymitglieder verdeutlichen: Dies ist gewollt, und dies ist nicht gewollt (vgl. Götz, Gather 2010).

Es folgt die zweite Phase (Trainingsphase), in der die KandidatInnen dabei beobachtet werden, wie sie sich an den professionellen Produktionsbetrieb anpassen. Ihre Stimme und ihre Performance werden geschult, ihr Äußeres wird gestylt. Zu beobachten ist, wie die TeilnehmerInnen auf ihre jeweils ganz eigene „Heldenreise“ gehen, bei der sie Widerstände überwinden, das Beste in sich aktivieren und für das potenzielle Endziel des Prozesses in Phase drei geschult werden. Die Darstellung der persönlichen Entwicklung der KandidatInnen erfolgt episodisch und nach einem wiederkehrenden Muster (vgl. Gräßler, Riffi 2012). Über eine stereotype Darstellung und Berichterstattung findet eine Emotionalisierung der einzelnen KandidatInnen statt, auch über deren Privatleben und über die Grenzen der eigentlichen Show hinaus (vgl. Kurotschka 2007). Den ZuschauerInnen wird so meist über mehrere Wochen hinweg eine typisierte Person präsentiert und nähergebracht. In vielen Formaten, besonders deutlich bei *Popstars* und *DSDS*, wird implizit ein Wertekanon miterzählt. Gefördert wird, was richtig und zielführend ist und was mit Kommentaren seitens der Jury und der Coaches signifiziert wird, wie z. B. „Kämpf“, „Hol alles aus dir raus!“ oder „Kommt, weitermachen. Nehmt das wirklich ernst, bitte!“. Hinzu kommen Werte, die per narrativer Kontextualisierung integriert werden. Episodisch werden Geschichten über das Verhalten von KandidatInnen in der Gruppe erzählt, wie einzelne Kandidat-

tInnen mit Kritik umgehen und sich selbst an ihre Grenzen bringen – oder eben auch nicht. Ein Verstoß gegen den impliziten Wertekanon des Formates wird mit Rauswurf oder dessen Androhung geahndet. Typischerweise werden in der Sendung, die mit dem Rauswurf oder dessen Androhung endet, Bilder und Szenen gezeigt, in denen die KandidatInnen sich nicht genügend anstrengen, zu viel feiern oder sich in Auseinandersetzungen mit der Gruppe verstricken. Neben diesen Verstößen gegen den Wertekanon kommen auch positive Typisierungen vor einem Ausscheiden vor. In einer Sendung wird mehrfach ein (scheinbar plötzlich) auftretendes moralisches Dilemma thematisiert, z. B. dass ein/e KandidatIn sich ständig fragt, ob sie/er jetzt nicht doch wieder zur Schule gehen müsse oder dass sie/er ihren/seine FreundIn so sehr vermisst, dass sie/er es kaum noch aushalten kann. Wird dann am Ende der Sendung das Urteil des Ausscheidens bekanntgegeben, wird zum Teil explizit auf diesen Zusammenhang von den JurorInnen Bezug genommen oder ein entsprechend deutender Kommentar eingespielt. Diese typisierenden Erzählungen finden dabei aller Wahrscheinlichkeit nach nicht jenseits des real Geschehenden statt, werden aber übersteigert und gezielt gedeutet. Sie dienen in diesem Sinne nicht in erster Linie der Dokumentation der Situation, sondern vor allem dazu, die Entscheidung der Jury oder der Redaktion zu begründen.

In der letzten Phase der Musik-Castingshow ist dann zumeist ein Kanon an Figuren geschaffen, der diverse Anknüpfungspunkte für die ZuschauerInnen bietet. Es folgen professionelle, aufwendig gestaltete Shows, bei denen der ästhetische Genuss an Musik und Inszenierung im Mittelpunkt steht. Die besondere emotionale Aufladung entsteht durch die bereits gebildeten parasozialen Beziehungen. Inszeniert wird die Herausforderung des „Performens“, die dann durch die Jury beurteilt wird. Durch den Spielcharakter der meisten Shows, an denen sich die ZuschauerInnen durch ein Televoting beteiligen können, entstehen hier zusätzlich verstärkte Gebrauchswerte. Hierfür gilt es zunächst, die KandidatInnen professionell und ästhetisch überzeugend zu inszenieren. Sie müssen ansprechend „performen“ und trotz (meist) fehlender professioneller Ausbildung und entsprechender Bühnenerfahrung vor einem großen Publikum eine überzeugende Leistung abliefern. Hierfür werden Menschen gebraucht, die die entsprechenden Talente, Fleiß und das benötigte Nervenkostüm haben und zudem massenhaft mehrheitsfähig sind. Denn da sich in dieser Phase die Anzahl zunehmend reduziert, müssen die wenigen verbleibenden KandidatInnen den ZuschauerInnen immer noch genügend Gebrauchswert anbieten. Entsprechend hoch muss auch in dieser letzten Phase der Musik-Castingshow die Dramatik und Spannung aufrechterhalten werden, durch die die ZuschauerInnen emotional mitgenommen werden (vgl. Lünenborg, Töpfer 2012).

Die TeilnehmerInnen in einer Musik-Castingshow werden also gezielt ausgesucht und innerhalb der Sendungen in eindeutigen Rollen inszeniert, die mit bestimmten Eigenschaften verbunden sind. Es wird immer auch ein Wertesystem explizit und implizit miterzählt und die Typisierungen der KandidatInnen gehen entweder konform mit den systemimmanenten Normen und Regeln

oder eben nicht. Dadurch werden die Erfolgsaussichten der KandidatInnen quasi schon vorgezeichnet. So attestierten ZuschauerInnen in einer Studie der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen e. V. (vgl. Hackenberg, Hajok, Selg 2011, S. 47) solchen TeilnehmerInnen Gewinnchancen, die „ehrgeizig“, „selbstbewusst“ und „durchsetzungsfähig“ waren, wohingegen bei den „rücksichtslosen“ und „überheblichen“ KandidatInnen keine Erfolgsaussichten gesehen wurden. Dass diese Charakterisierungen den für die jeweilige Rolle vorgesehenen Inszenierungen folgen, wird nicht wahrgenommen (vgl. Hackenberg, Hajok, Selg 2011).

1.4 Crossmediale Berichterstattung

Eine Castingshow, zumal wenn sie erfolgreich ist, wird in diversen anderen Sendungen aufgenommen. Es findet eine Berichterstattung innerhalb des Sendesystems statt, so wird z. B. in *DSDS – Das Magazin* bei SuperRTL mit einer gezielt kinderaffinen Ansprache berichtet. In anderen Formaten, wie Boulevardmagazinen oder Sendungen um Prominente, beispielsweise *taff*, wird von den Ereignissen berichtet. Tagespresse und Boulevardmedien greifen das Thema auf und Publikumszeitschriften berichten ebenso wie die Jugendpresse über die Ereignisse rund um Castingshows. Regelmäßig werden KandidatInnen-Porträts und Backstageberichte in der *BRAVO* gedruckt, jeweils zum Start der 2. Staffel von *The Voice of Germany* (vgl. BRAVO 43/2012) oder der zu diesem Zeitpunkt gesendeten 10. *DSDS*-Staffel (vgl. BRAVO 5/2013), sowie im weiteren Verlauf Geschichten über die KandidatInnen weiter ausgebaut. Zeitweise hatte Dieter Bohlen in der *BRAVO* sogar seine eigene Ratgeber-Kolumne „Frag den Bohlen“ (vgl. BRAVO 10/2008, S. 10 ff.).

Die in der Inszenierung angelegten „Charaktereigenschaften“ der einzelnen Beteiligten werden so über die Grenzen der Show hinaus hervorgehoben und weiter ausgebaut. Geschaffen wird so zunehmend eine eigene Realität im „System Castingshow“. Da es sich bei den TeilnehmerInnen um reale Menschen handelt und die Inszenierung nicht thematisiert wird, erscheinen all diese Rollenmerkmale authentisch. Die vom Medium typisierten Menschen werden zu Figuren, denen zugeschrieben wird, „sie seien so“. Je nachdem ob es sich um eine sympathische Rolle handelt oder nicht, wird so die Figurenbindung bzw. -abgrenzung bei den ZuschauerInnen verstärkt, was wiederum deren Wahlverhalten bei den Televotings beeinflusst.

Diejenigen, die sich nicht für das Genre begeistern können, sehen dieses Genre übrigens insgesamt deutlich kritischer und gehen nicht von einer realitätsnahen Dokumentation aus (vgl. Götz, Bulla, Mendel 2013). Mit der Begeisterung für Castingshows geht also gewissermaßen ein Eintauchen und sich auch gerne Verblenden lassen einher. Dies hängt u. a. mit dem zusammen, was Margreth Lünenborg und Claudia Töpfer als „System Castingshows“ herausarbeiten (vgl. Lünenborg, Töpfer 2012).

1.5 Das System Castingshow

Das Genre Castingshow lässt ein ganzes System von Deutungen entstehen, bei dem den KandidatInnen ebenso wie den Jurymitgliedern bestimmte systemimmanente Rollen zuteilwerden. Diese Rollen werden noch verstärkt, indem sie durch die crossmediale Begleitberichterstattung, also die Berichterstattung über verschiedene Kanäle wie Tagespresse und Internet, aufgegriffen und somit legitimiert werden. ZuschauerInnen nehmen dies auf, und durch ihre Diskussionen im Alltag werden die in den Sendungen produzierten Rollen immer wieder thematisiert. Die dargestellten Eigenschaften der Beteiligten liefern Argumente für die weiterführende Diskussion im Privaten und in entsprechenden Foren (vgl. Lünenborg, Töpfer 2012). Zum Teil werden die Reaktionen ihrerseits wieder Teil der Inszenierung, z. B. durch Buhrufe oder das Tragen von T-Shirts in den Mottoshows. Spätestens beim Voting wird dann deutlich, wer kollegial als besonders wertvoll und weiterhin förderungswürdig angesehen wird und wer nicht. Dass dies nur bedingt etwas mit der Realität und dem eigentlichen Charakter der KandidatInnen zu tun hat, und die Storys letztendlich vor allem durch die Redaktion fokussierte und erzählte Geschichten sind, bleibt den ZuschauerInnen in der Regel unbewusst.

1.6 Öffentliche Erniedrigung als legitimer Teil der Show

In der Typisierung der KandidatInnen liegen dabei immer auch Formen der Überhöhung, aber eben auch Formen der Abwertung und Erniedrigung (vgl. Reijnders, Rooijackers, Zoonen 2007). Für eine Reihe von ZuschauerInnen ist dies relativ unerträglich und der Grund dafür, das Genre als Ganzes abzulehnen. Für die Fans wiederum ist es innerhalb des „Systems Castingshow“ legitimiert. Die Rollenverteilung im „Spiel Castingshow“ ist klar, für alle erkennbar verteilt und folgt einer hegemonialen Ordnung, bei der der Jury die absolute Autorität zuteilwird (vgl. Lünenborg, Töpfer 2012). Werden bestimmte Anforderungen von ihr gestellt und Kritik geäußert, ist dies Teil der Situation, die die KandidatInnen aus freien Stücken gewählt haben. Überschreitet die Kritik bestimmte Grenzen, die in der sonstigen Kommunikation selbstverständlich als moralische Übereinkunft über einen respektvollen Umgang angesehen werden, wird dies durchaus wahrgenommen. Da es sich aber um ein rollenkonformes Verhalten der Jurymitglieder innerhalb der systemeigenen Moralvorstellungen handelt, werden diese akzeptiert. Wer im Showbusiness Erfolg haben will und sich öffentlich präsentiert, muss bestimmten äußerlichen Anforderungen entsprechen und innerhalb einer Castingshow auch harsche Kritik in dieser Richtung vertragen. Wer zu *DSDS* geht, weiß wie Dieter Bohlen ist und womit er bei ihm zu rechnen hat.

Parallel dazu werden die Inszenierungsmuster, die über die diversen Medien und den öffentlichen Diskurs hinweg in einer bestimmten Art der Polarisierung stattfinden, nicht „als gemacht“ erkannt, und es wird davon ausgegangen, dass die Menschen „so sind“. Entsprechend

haben sie es auch verdient, so behandelt zu werden. Damit wird die Erniedrigung von bestimmten KandidatInnen ein legitimer Teil der Show und der Folgekommunikation.

1.7 Musik-Castingshows: Weltweiter Erfolg und Oxymoron

Musik-Castingshows haben sich im letzten Jahrzehnt als ausgesprochen erfolgreiches Genre etabliert, auch wenn nicht jedes Format dauerhaft gleich gewinnbringend ist. Der Erfolg einer Musik-Castingshow hängt davon ab, wie viel Gebrauchswert das jeweilige Format seinen Zielgruppen bietet und inwieweit die Werte des Zielpublikums bedient und für die Zuschauenden in angenehmer Weise erweitert werden. Gerade das Format *Pop Idol* wird als gelebte soziale Praxis verstanden, in der in jedem Land auch aktuelle gesellschaftliche Diskurse verhandelt werden (vgl. u. a. Ganguly 2010; Ghattas 2012; Štětka 2012; Kourtova 2012). Insofern geht es immer auch darum, die bereits vorhandenen Themen der Zielgruppen zu erspüren und in angenehmer Weise in dem Format Projektionsflächen zu schaffen.

Gleichzeitig tragen die Formate diverse Widersprüchlichkeiten in sich. Sie sind scheinbar lokal und national verankert, sind aber gleichzeitig Teil einer globalisiert agierenden Medienindustrie. Sie zeigen durchaus die jeweilige Diversität des Landes, und dies auch vielseitiger als in anderen Genres, allerdings nur in begrenzten Stereotypen, die durch ein globalisiertes Format vorgegeben sind. Bereits in dem Prinzip Castingshow stecken bestimmte Werte westlicher Industrienationen, die z. B. mit der Philosophie des gegenseitigen Wettkampfs und dem formatimpliziten Motto „The winner takes it all“ einhergehen. Durch Elemente wie das Zuschauer-voting folgen die Formate scheinbar einem demokratischen Prinzip, beruhen letztendlich aber auf einem ausgesprochen hierarchischen Konzept, bei dem die Redaktionen und eine Jury entscheiden, wer weiterkommt usw. Musik-Castingshows an sich und gerade Formate wie *Pop Idol* werden daher analytisch als (kulturelle) Oxymora bezeichnet, die in sich diverse Widersprüchlichkeiten tragen (vgl. Neiger 2012). Sie sind Teil detaillierter und gezielt auf die ZuschauerInnen in der Region zugeschnittener, konsumorientierter Formate, die in erster Linie unterhalten und nicht bilden wollen, dennoch aber diverse Werte in sich tragen und vermitteln. Besonders bei den jungen Zielgruppen finden sie großen Anklang. In Deutschland sagen 2013 rund 80 % der Mädchen und 60 % der Jungen, dass sie regelmäßig Castingshows im Fernsehen sehen (vgl. Götz, Bulla, Mendel 2013).

Die Motive, warum sich Kinder und Jugendliche Castingshows ansehen, sind mittlerweile in mehreren Studien erforscht. Bei jedem Format liegen sie graduell anders, dennoch lassen sich über die diversen Studien hinweg eine Reihe von ähnlichen Motiven und Aneignungsformen ausmachen, die im Folgenden kurz – und mit der theoretischen Brille der Handlungsorientierten Rezeptionsforschung⁸ – zusammengefasst werden.

8 Die im folgenden zitierten Studien basieren auf unterschiedlichen theoretischen Grundlagen, Erhebungen und Auswertungen. Im Folgenden werden die Ergebnisse zusammengefasst, die unter der Forschungsrichtung „Handlungsorientierte Rezeptionsforschung“ gebündelt werden. Sie ist mit dem Forschen, Denken und Schaffen von WissenschaftlerInnen wie Lothar Mikos, Norbert Neuss, David Buckingham, Sonia Livingston oder Dafna Lemish verbunden, um nur einige Namen zu nennen.

2 Warum Kinder und Jugendliche sich regelmäßig Musik-Casting-shows ansehen

Musik-Castingshows zu sehen und über sie zu reden, bringt Kindern und Jugendlichen Unterhaltung, Spaß und Spannung und viele Anknüpfungspunkte für persönliche Orientierungen (vgl. Hajok, Selg 2012).

2.1 Angenommene Realität

Kinder und Jugendliche gehen davon aus, dass es sich um eine Abbildung der Realität handelt. Dies erhöht die emotionale Nähe, da es ja scheinbar echt ist, was dort passiert. Durch die geschickte Verquickung der Fernsehsendungen mit Live-Events und den diversen Formen der Berichterstattung in verschiedenen Medien wird das Gefühl der Relevanz und Aktualität weiter verstärkt. Eine 15-Jährige fasst zusammen, was ihr so gut an Castingshows gefällt: „Die Show ist Realität und nicht ausgedacht oder geschauspielert“ (Mädchen, 15 Jahre) (Götz, Gather 2010, S. 53). Diese (vermutete) Realitätsnähe ist die Grundlage des Vergnügens und entsteht bei Jugendlichen vor allem durch die spezifischen Beziehungen, die sie zu den jugendlichen KandidatInnen aufbauen (vgl. Götz, Gather 2012).

Wie für Formate des performativen Realitätsfernsehens üblich, gehen die ZuschauerInnen erst einmal davon aus, dass es sich hierbei um eine Abbildung der Realität handle und die Erzählung einer Dokumentation oder einer Reportage über die Wirklichkeit entspreche. Von derselben Annahme gehen Kinder und Jugendliche aus, die sehr gerne Castingshows sehen. Acht von zehn 6- bis 16-Jährigen stimmen den Aussagen zu: „In den Sendungen sieht man immer genau, was beim Casting und den Workshops wirklich passiert ist“ und „Die Kandidaten sind genauso, wie die Sendung es zeigt“ (vgl. Götz, Bulla, Mendel 2013).

2.2 KandidatInnen mit vielen Anknüpfungspunkten

Was Castingshows attraktiv macht, unterscheidet sich je nach Phase des Castingprozesses (vgl. Roth 2006; Döveling 2007). Spielen in der ersten Phase auch Phänomene des Fremdschämens und der Schadenfreude eine Rolle (s. u.), ist der zentrale Moment in der Trainings- und Showphase die emotionale Bindung an die als HoffnungsträgerInnen inszenierten KandidatInnen. Sie stellen für die Kinder und Jugendlichen vor dem Fernseher ideale Identifikationsfiguren dar. Sie ähneln ihnen zumindest teilweise in Alter und Lebenslage, kommen aus bekannten deutschen Wohnorten, unterschiedlichen Milieus und gehen die gleichen Ausbildungswege. Sie haben Talente und können mehr, als auf den ersten Blick sichtbar ist – ähnlich wie das subjektive Sinnerleben der Kinder und Jugendlichen vor dem Fernseher. Vor allem aber haben die KandidatInnen auch große Träume für ihre Zukunft und sind bereit, für diesen großen Traum Mühen

und Risiken einzugehen. Dies schafft diverse Anknüpfungspunkte. Scheinbar sind es Jugendliche und junge Erwachsene „wie du und ich“, die ausgewählt, gefördert und zu Stars gemacht werden. Dies schafft große emotionale Nähe und Raum für Wünsche und Träume, die viele der Heranwachsenden ebenfalls haben (vgl. Hackenberg, Hajok 2012). Star-Sein wird in Castingshows zu etwas Erreichbarem, wird nahbar und ist nicht nur das Privileg einiger großer Namen – Star-Sein wird quasi demokratisiert (vgl. Döveling 2004).

2.3 Die emotionale Bindung an die LieblingskandidatInnen

Aufbauend auf der gefühlten Ähnlichkeit wird die „Heldenreise“ der KandidatInnen emotional und oftmals auch identifizierend verfolgt. Die Jungen und Mädchen denken sich in die positiven KandidatInnen ein und überlegen, wie sie gehandelt hätten. Ist die KandidatIn erfolgreich, fühlen sie sich bestärkt. Wird die/der TeilnehmerIn angegriffen, müssen sie sich entweder gegen die JurorInnen stellen oder schnell die identifikatorischen Prozesse abbrechen. Das Sehmotiv mit der höchsten Zustimmung ist entsprechend z. B. bei *DSDS*: „Ich freue mich, wenn mein Lieblingskandidat oder -kandidatin ihre Sache richtig gut macht“ (vgl. Götz, Gather 2010).

Mit den Castingshow-Fantasien verbinden sich aber auch die Hoffnung auf Prominenz und die Perspektive auf eine ereignisreiche, statushohe und finanziell gesicherte Zukunft.

Die KandidatInnen, die als HoffnungsträgerInnen aufgebaut werden, übernehmen für die ZuschauerInnen oft auch die Funktion eines stellvertretenden Repräsentanten für tiefe Sehnsüchte: den Wunsch vom Anerkannt-Sein, als einzigartiger Mensch gesehen und bejubelt zu werden. Die Fantasie, dass sie auch als junger, noch unerfahrener Mensch große Aufgaben bewältigen und Millionen von Menschen/Fans mit dem eigenen Handeln berühren können. Die tiefe Hoffnung, dass Eltern, Verwandte und Freunde stolz auf sie sind, immer zu ihnen halten und sie bedingungslos unterstützen.

Neben identifikatorischen Beziehungen können auch diverse Formen parasozialer Beziehungen entstehen (vgl. Götz 2013). Die KandidatInnen werden in der Fantasie zum Bild der idealen großen Schwester, zum besten Freund oder zum erotischen Partner.

2.4 JurorInnen als ehrliche Kritiker

Den JurorInnen kommt ebenfalls in der Aneignung eine hohe Bedeutung zu. Zum einen bieten sie der Fantasie spezifische parasoziale Beziehungen an. Über die Hälfte derjenigen, die meistens oder immer *X Factor* sehen, würden sich zum Beispiel Sarah Connor als Mutter wünschen, und zwei Drittel hätten sie gerne als Lehrerin oder Trainerin (vgl. Götz, Bulla, Mendel 2013).

Vor allem aber übernehmen die JurorInnen eine Orientierungsfunktion dafür, was erfolgreich und gewünscht ist und was nicht. Dies heißt nicht, dass die Juryurteile unreflektiert hingenommen werden. Zum Teil können Jugendliche die Rollen pointiert decodieren. In einer Befragung von *DSDS*-Fans beispielsweise wird Dieter Bohlen als der große „Bestimmer“ (vor allem für die Mädchen) und „Kritiker“ (vor allem für die Jungen) bezeichnet. Die ihm in dieser Staffel zur Seite gesetzten weiteren VIP-JurorInnen Nina Eichinger und Volker Neumüller werden als „die Trösterin“ bzw. „der Berater“ identifiziert. Kinder und Jugendliche erkennen also ein gewisses rollenhaftes Verhalten. Während die jungen ZuschauerInnen Dieter Bohlen tendenziell mit viel Ehrfurcht sehen, mehren sich mit zunehmendem Alter die negativen Stimmen (vgl. Hajok, Selg, 2012). Die JurorInnen abzuwerten und ihre Urteile in Frage zu stellen, kann Teil der Identitätsarbeit sein (vgl. Götz, Gather 2013).

Da aber die Inszenierungsmechanismen hinter der Show als Ganzes nicht erkannt werden, gehen Kinder und Jugendliche zum größten Teil davon aus, dass z. B. die Kritik von Dieter Bohlen vielleicht verletzend, aber zumindest zum Teil auch gerechtfertigt und ehrlich gemeint ist (vgl. Götz, Bulla 2009). Entsprechend bestätigen drei Viertel der Kinder und Jugendlichen, die gerne *DSDS* sehen, die Aussage: „Ich sehe die Sendung, weil ich es gut finde, dass Dieter Bohlen harte Kritik übt, auch wenn er die Kandidaten dabei mal persönlich verletzt“ (vgl. Götz, Gather 2010). Nahezu acht von zehn Castingshow-Fans gehen davon aus, dass die KandidatInnen gerecht behandelt werden, und 64 % derjenigen, die meistens oder immer *DSDS* sehen, stimmen der Aussage zu: „Von Dieter Bohlen kann man lernen, wie man Kritik übt“ (vgl. Götz, Bulla, Mendel 2013). Dies heißt nicht, dass sie die Art der Kritik oder seine Sprüche direkt übernehmen, es zeigt aber, wie bereitwillig sie abwertende und beschämende Kritik als Teil im „System Castingshow“ hinnehmen und für sich beispielsweise zum Ablästern nutzen können.

2.5 Spaß am Ablachen und Ablästern über die „Unfähigen“

Parallel zu diesen identifikatorischen Prozessen und parasozialen Beziehungen zu einzelnen KandidatInnen oder JurorInnen findet eine deutliche Abgrenzung gegenüber denjenigen statt, die als nicht würdig erscheinen oder die gegen die Regeln verstoßen. Es werden Emotionen wie Empörung und Schadenfreude provoziert (vgl. Döveling 2007) und genussvoll vor dem Fernseher ausgelebt. Die ZuschauerInnen können sich abgrenzen und sich selber durch die Abwertung der TeilnehmerInnen wertvoller fühlen.

Gerechtfertigt durch das „System Castingshow“ (Lünenborg, Töpfer 2012) erscheint es als moralisch erlaubt, über die Unfähigen oder die, die gegen die Regeln verstoßen, zu lästern und sich lustig zu machen. Nicht zuletzt die Urteile der Jury, die das in Worte fassen, was die vorher ausgesuchten und entsprechend montierten Ausschnitte zeigten, legitimieren einen Umgang, der

die Grenzen der sonst üblichen Anstandsregeln überschreitet. Da die Inszenierungsmechanismen hinter der Show als Ganzes nicht erkannt werden, kann das Vergnügen am Selberabwerten ungebremst ausgelebt werden.

2.6 Musik-Castingshows als Anlass zur Folgekommunikation

Musik-Castingshows werden zum Teil gemeinsam mit der Familie gesehen und schon während der Rezeption finden diverse Formen von Kommunikation statt. Es werden KandidatInnen beurteilt, es wird über deren Handlungen und Leistung gesprochen, und so werden auch Werte verhandelt (vgl. Götz, Bulla 2009; Götz, Gather 2010). Auch der Umgang der JurorInnen mit den KandidatInnen wird beiläufig oder auch gezielt thematisiert und einer persönlichen Wertung unterzogen (vgl. Hajok, Selg 2012). Besondere Bedeutung hat die Folgekommunikation am nächsten Tag auf dem Schulhof. Acht von zehn regelmäßigen *DSDS*-SeherInnen sagen beispielsweise, dass sie sich am nächsten Tag über den Inhalt der Sendung unterhalten (vgl. Götz, Gather 2010). Castingshows setzen Themen, über die man auf dem Laufenden sein sollte, um mitreden zu können. Mit dem Gespräch über das Gesehene wird die Gruppenzugehörigkeit hergestellt oder verfestigt, oder man grenzt sich durch das Nicht-Mitreden ab (vgl. Lünenborg et al. 2011). Es sind Aushandlungsvorgänge, in denen die eigenen Bewertungsschritte und die damit verbundenen Emotionen im sozialen Umfeld diskutiert werden (vgl. Döveling 2007).

Kinder und Jugendliche nehmen die Castingshows aber auch in ihr freies Spiel mit auf: Szenen oder Posen werden nachgeahmt, alleine oder mit der besten/dem besten FreundIn, Casting-settings werden auf Kindergeburtstagen oder auf dem Schulhof nachgespielt (vgl. Götz, Gather 2012). Dieses Nachspielen und Übernehmen von Sendungselementen in die eigene Lebenswelt sind Formen „mimetisch-performativer Reinszenierungen“ (Schwarz 2007, S. 165). Beobachtungen legen nahe, dass die Jugendlichen Kommunikationsparadigmen, die von den Jurys der Shows vorgelebt werden, für sich übernehmen (vgl. Lothwesen, Müllensiefen 2004).

2.7 Der Genuss von Musik, Inszenierung und einer guten Show

Ganz zentral für den Rezeptionsgenuss ist spätestens in den letzten Phasen der Staffeln die Musik selbst. Populäre Musik ist für Jugendliche oft mit einem tiefen ästhetischen Empfinden verbunden. Hier wird etwas ausgedrückt, was sie spüren oder sich wünschen, so aber noch nicht formulieren können. Wird bei den Musik-Castingshows nun bereits bekannte Musik „performat“, reaktiviert dies Gefühle, die bereits da sind und erweitert sie, denn diesmal wird sie (die Musik) nicht von einem „fernen“ Musikstar, sondern von einer Person vorgetragen, mit der sie über einen längeren Zeitraum eine parasoziale Beziehung aufgebaut haben, die sie gewissermaßen auch selbst symbolisiert. Dies wird – präsentiert in einer professionell aufwendig gemachten Show und ergänzt mit geringen narrativen Anteilen durch Porträts, Jurykommentare etc. – zum

attraktiven Gesamtkonzept. Die Shows werden so Reflektor von jugendkulturellen Themen im Bereich Musik, Tanz, Styling und Mode. Dies ist Selbsta Ausdruck, wichtiges Gesprächsthema in Peergruppen und bietet ein Forum, um Meinungen zu verhandeln oder Allianzen zu bilden (vgl. Roth-Ebner 2009).

2.8 Castingshow als selbstgewähltes informelles Lernen

Castingshows sind Formen des informellen Lernens. Es gibt deutliche Hinweise dafür, dass Kinder und Jugendliche sich bestimmte Werte aus den Shows mitnehmen. Dies sind zum einen Orientierungsmuster für erfolgreiches Handeln. Achim Hackenberg und Daniel Hajok finden hier zum Beispiel mitgenommene Sinnzusammenhänge wie: „Ehrgeiz und Selbstbewusstsein wiegen mehr als Talent“ (Hackenberg, Hajok 2012, S. 121). Diszipliniertes Üben und Kritikfähigkeit sind die Voraussetzungen für Erfolg, und gemeinsam anstatt gegeneinander Schaffen ist erfolgversprechender (vgl. Hackenberg, Hajok 2012). Die dies verkörpern, sind die Gewinner. In der Regel sind die KandidatInnen, die im Wettbewerb der Castingshows nicht bestehen, auch für Kinder und Jugendliche die VerliererInnen. Wie diese VerliererInnen diskutiert werden, hängt sehr stark mit den im „System Castingshow“ vermittelten Gründen für das Ausscheiden zusammen. Von den Kindern und Jugendlichen vor dem Fernseher wird zum Beispiel auffällig oft der Leistungswille der ausgeschiedenen KandidatInnen infrage gestellt, oder die VerliererInnen haben bestimmte, als notwendig erachtete Tugenden, wie Einsatz, Disziplin, Selbstbewusstsein, Kritikfähigkeit etc. vermissen lassen. Achim Hackenberg und Daniel Hajok beobachten in ihren Interviews dabei, dass fast immer das Scheitern mit konkreten Verhaltensfehlern begründet wird: „Die Kandidaten haben verloren, weil sie erstens nicht adäquat gehandelt haben oder zweitens ihr eigenes Talent überschätzt haben oder aber drittens weil es ihnen von vornherein ‚nur‘ darum ging, aufzufallen und mit ihrer Präsenz im Fernsehen bekannt zu werden“ (Hackenberg, Hajok 2012, S. 127). Da sie nicht erkennen, dass dieses Verhalten nur Momente von Realität hat, vor allem aber gezielt provozierte, inszenierte und medial erzählte Eigenschaften sind, ergibt sich ein besonders wirksamer informeller Lernprozess. Castingshows geben vielen Jugendlichen das Gefühl, etwas für ihren Lebensweg und ihre Entwicklung mitzunehmen. Was Kinder und Jugendliche als gangbaren Weg aus der Sendung lernen, ist die Selbstforderung, das Erbringen von Leistung und eine Anpassung an die Ansprüche anderer. Die Anpassung an Anforderungen von außen ist das selbst gestellte Erziehungsziel (vgl. Götz, Gather 2012). Entsprechend prägt die Castingshow-Begeisterung auch die Zukunftsperspektive (vgl. Roth 2006). 90 % der SchülerInnen, die einen Bühnenberuf ergreifen wollen, nennen beispielsweise das Fernsehen als Informationsquelle über diesen Beruf (vgl. Nitsch, Eilders, Boger 2011). Castingshows prägen in verschiedenen Dimensionen die Werte und Orientierungen von Mädchen und Jungen, sei es in Bezug auf Vorbilder, Heimatbilder oder Zukunftsbilder (vgl. Roth 2006), die Konstruktion von Geschlechterbildern (vgl. Schwarz 2007) und Schönheitsidealen (vgl. Götz, Gather 2010).

2.9 Die Grundsituation: Musik-Castingshows sind ein Genre mit hohem Gebrauchswert, für die es die entsprechende Inszenierung und das „menschliche Material“ braucht

Musik-Castingshows sind ein hoch professionalisiertes und in den Details perfide ineinandergreifendes System. Jeder der professionell Beteiligten – ob Produktionsfirma, Sender, Eventveranstalter, Telefongesellschaft, Plattenfirma, Presse oder andere Berichterstatter – hat dabei seine Rolle und seinen eigenen Gewinnanteil. Es ist ein sich selbst stabilisierendes System, bei dem sich Erfolg und öffentliches Interesse gewinnbringend und ein absinkendes Interesse der ZuschauerInnen und des öffentlichen Diskurses gewinnmindernd auswirken.

Das System ist erfolgreich, weil es für Kinder und Jugendliche einen hohen Gebrauchswert hat. Jede Phase der Show schafft spezifische Möglichkeiten des emotionalen Involvements, von Spaß am Fremdschämen und Ablästern bis zur Identifikation und Projektion eigener Wünsche und dem ästhetischen Genuss einer professionellen und aufwendig gestalteten Show mit attraktiven und bekannten Musiktiteln, die von den Lieblingspersonen „performt“ werden. Das Genre eignet sich bestens als Kommunikationsanlass, schafft Räume zur Identitätsarbeit und gibt ein gutes Gefühl durch implizite Werteorientierung und die Möglichkeit, auf Versager und Verlierer herunterzublicken. Vor allem die jungen KandidatInnen bieten Anknüpfungspunkte, Abgrenzungspotenziale und Projektionsflächen für Wünsche, Träume und Hoffnungen. Kinder und Jugendliche genießen die Möglichkeit, die Reifeprozesse der KandidatInnen zu verfolgen und mit ihnen zu hoffen, dass sie die Herausforderung bewältigen. Sie gehen parasoziale Beziehungen mit diesen ein, eignen sich als ideale (parasoziale) Kumpel, Peer-Group, als erotische/r FreundIn etc. Durch die Masse an KandidatInnen und das Wissen, dass dies nicht die einzige Staffel des Formates ist, minimiert es gleichzeitig die emotionale Enttäuschungsgefahr. Wenn die Lieblingskandidatin oder der Lieblingskandidat ausgeschieden ist, wird zügig ein/e neue/r gesucht. Scheidet ein/e KandidatIn aus, ist dies seine/ihre eigene Schuld, da sie/er nicht genügend leisten wollte, sich nicht an Regeln gehalten hat etc.

Um diese Gebrauchswerte – und damit auch die Quoten – aufrechtzuerhalten, braucht es junge Menschen mit einem entsprechenden Potenzial, die eine professionelle Show abliefern. Zudem braucht es Geschichten und Hintergrundinformationen, eine Begleitung in einem Trainingsprozess und große Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt. Sofern Sender und Produktionsfirmen dies bedienen möchten, braucht es aber auch Menschen, die sich blamieren und abgewertet werden, damit die ZuschauerInnen vor dem Fernseher sich selber erhaben und überlegen fühlen können und am nächsten Tag etwas zum Ablästern haben.

Um es enthumanisiert zu benennen: Es braucht „menschliches Material“, das die benötigten Talente mitbringt und sich möglichst gut in die angestrebten Formen passen lässt. Das heißt

auch, es werden junge Menschen benötigt, die sich entsprechend inszenieren lassen, sowie ein Rahmen in rechtlicher wie auch personeller Hinsicht, der eine professionelle Inszenierung zulässt.

Was bisher von dem Produktionsprozess und den Emotionen der ehemaligen KandidatInnen bekannt ist, kann man vor allem der Presseberichterstattung⁹, den Buchveröffentlichungen ehemaliger TeilnehmerInnen sowie den Detailinformationen, die offen über das Netz recherchierbar sind, entnehmen. Dies kann als das „allgemein Bekannte“ bezeichnet werden.

9 Presseanalyse von Heike vom Orde, M.A.

3 Das bisher Bekannte über die Details dessen, was KandidatInnen bei der Teilnahme an Musik-Castingshows im deutschen Fernsehen erwartet

Bekannt – und zum Teil von den Sendern explizit veröffentlicht – sind die Regeln der jeweiligen Show. Bei *X Factor* liest sich dies zusammenfassend beispielsweise so:

Bei *X Factor* können sich einzelne SängerInnen, Duos und Gruppen bewerben. Bei den Castings, die in mehreren deutschen Städten stattfinden, müssen die TeilnehmerInnen eines oder mehrere Lieder ihrer Wahl dem Produktionsteam vorsingen. Diejenigen, die weiterkommen, singen vor der Jury. Etwa 120 TeilnehmerInnen kommen daraufhin weiter in das sogenannte Bootcamp, in dem verschiedene vorgegebene Songs gesungen und weitere Aufgaben gestellt werden. Im Bootcamp scheiden 102 TeilnehmerInnen aus. Die 18 verbleibenden TeilnehmerInnen kommen in die Jury-Häuser, in denen ihnen weitere Aufgaben gestellt werden. Von diesen 18 TeilnehmerInnen werden neun ausgewählt, die an den acht Liveshows teilnehmen. In jeder dieser Shows wird jeweils ein/e TeilnehmerIn durch die Jury bzw. durch die ZuschauerInnen ausgeschlossen, bis die/der SiegerIn feststeht.¹⁰

Je nach Format müssen die TeilnehmerInnen mindestens ein Alter von 16 oder 18 Jahren haben. Bei *DSDS* werden die Altersanforderungen folgendermaßen formuliert:

„TeilnehmerInnen können alle ab 16 Jahren mit Wohnsitz im deutschsprachigen Raum.“¹¹

Als TeilnehmerInnen werden möglichst Menschen gesucht, die nicht bereits in professioneller Agenturbetreuung sind oder schon einen Plattenvertrag haben.

Die Teilnahme ist zum Teil explizit an einen Künstlerexklusivvertrag gebunden:

„5.2 (...) der Abschluss eines Künstlerexklusivvertrages, Künstlermanagementvertrages und die Unterzeichnung des Teilnehmergevertrages (...) Voraussetzung für die weitere Teilnahme.“¹²

Gesucht werden also bei den meisten Formaten, wie beispielsweise *DSDS* oder *Popstars*, gezielt noch nicht professionell geschulte und im Musikbusiness etablierte Menschen.

Die Beteiligung an einem Castingprozess setzt bestimmte vertragliche Vereinbarungen voraus. Mit den Verträgen bzw. Teilnahmevereinbarungen, die mittlerweile oftmals über das Internet heruntergeladen werden können, geben die KandidatInnen dem Sender bzw. den Produzenten „exklusiv und uneingeschränkt“ die Verwertungsrechte an den Aufnahmen, die mit ihnen entstehen – oftmals auch bezogen auf alle sonstigen Leistungen und Werke.

¹⁰ Vgl. *X Factor* Bewerbungsbogen 2012, URL: http://data.rtl.de/bewerbung_xfactor/x_factor_2012_teilnahmebedingungen.pdf (letzter Zugriff am 28.01.2013)

¹¹ *DSDS*: Die Regeln, URL: http://bilder.rtl.de/download/musik/DSDS_Die_Regeln.pdf (letzter Zugriff am 25.01.2013)

¹² *DSDS*: Die Regeln, URL: http://bilder.rtl.de/download/musik/DSDS_Die_Regeln.pdf (letzter Zugriff am 25.01.2013)

„3. Der Teilnehmer räumt unwiderruflich und unentgeltlich sämtliche (...) Rechte zur ausschließlichen räumlich, zeitlich und inhaltlich uneingeschränkten, auch ausschnittsweisen Verwertung in allen Medien mit oder ohne Bezug zur Produktion ein.

Insbesondere räumt der Teilnehmende das Senderecht, das Vorführungsrecht, das Vervielfältigungs- und Verbreitungsrecht, das Bearbeitungsrecht, das Tonträgerrecht, das Synchronisationsrecht, das Archivierungsrecht, das Recht zur Werbung und Klammerteilauswertung, die digitalen Verwertungsrechte, die Videogrammechte, die Datenbank- und Telekommunikationsrechte sowie die Abruf- und Onlinerechte ein.“¹³

Die Verträge sind ausführlich und die Rechteabgabe oft sehr umfanglich. Bereits während der ersten Staffel von *DSDS* berichtete die *Bild am Sonntag* über die „Sklavenhalter-Verträge“ der KandidatInnen (vgl. *Bild am Sonntag* vom 02.03.2003): Honorare werden gar nicht oder nur in geringem Umfang bezahlt, ebenso binden sich die TeilnehmerInnen für eine gewisse Zeit an den Sender und an eine Plattenfirma (vgl. *Bild-Zeitung* vom 18.01.2011). Ähnliche Presseberichte gab es zu späteren Zeitpunkten auch über die Formate *Popstars* und *Das Supertalent*. KandidatInnen der Castingshow *Das Supertalent* verpflichteten sich vertraglich, den Produzenten intime Einblicke in ihr Privatleben zu gewähren und Auskünfte über Vorstrafen oder über ihre finanzielle Situation zu geben. Einige zitierte Experten in diesen Artikeln bezeichnen diese Verträge als „unzulässig“, „wirkungslos“ oder gar „sittenwidrig“ (siehe *Handelsblatt* vom 22.12.2011).

Die Teilnahme an einer deutschen Castingshow ist dabei nicht mit üppigen Honoraren für die TeilnehmerInnen verbunden, wie das Beispiel *The Voice of Germany* zeigt:

„6. Es erfolgt für die Teilnahme an dem Scouting keine Aufwandsentschädigung und/oder Vergütung. Es erfolgt keine Kostenerstattung für Reise- und/oder Verpflegungskosten des Teilnehmers.“¹⁴

„11. Ich erhalte für meine Teilnahme und Rechteübertragungen im Zusammenhang mit dem Casting und dem Recall keine Vergütung.“¹⁵

Oftmals gibt es in den Anfangsphasen so gut wie gar kein Honorar. So veröffentlicht das *Handelsblatt*, dass für die *Das Supertalent*-TeilnehmerInnen alles ohne jegliche Vergütung geschah: Geld gab es für Auftritte grundsätzlich keines, auch dann nicht, wenn ein Auftritt ausgestrahlt wurde (vgl. *Handelsblatt* vom 22.12.2011). In der *Bild-Zeitung* ist nachzulesen, dass es bei *Deutschland sucht den Superstar* (RTL) erst für die KandidatInnen, die es bis in die Top 15-Show geschafft haben, pro Woche 1500 Euro Entlohnung gibt (vgl. *Bild-Zeitung* vom 18.01.2011).

¹³ *The Voice of Germany*: Teilnahmebedingungen, URL: http://www.prosieben.de/static/download/the_voice/Teilnahmebedingungen.pdf (letzter Zugriff am 25.01.2013)

¹⁴ *The Voice of Germany*: Teilnahmebedingungen, URL: http://www.prosieben.de/static/download/the_voice/Teilnahmebedingungen.pdf (letzter Zugriff am 25.01.2013)

¹⁵ *DSDS*: Teilnahmevereinbarungen, URL: http://data.rtl.de/fotowettbewerb/dsds8_video/pdf/dsds8_teilnahmevereinbarungen.pdf (letzter Zugriff am 25.01.2013)

Von den Abläufen der Produktion gehört zum „allgemein Bekannten“ u. a., dass die ausgestrahlten Sendungen jeweils nur einen kleinen Teil der eigentlichen Abläufe der Castingshows zeigen. Monika Ivkic, mehrfache Teilnehmerin an diversen Castingshows, beschreibt einen typischen Ablauf bei der ersten Bewerbung wie folgt: „Anstellen in der Schlange, Foto machen, vorsingen. Bei ‘Popstars’ und ‘DSDS’ muss man erst durch eine Vorrunde, bevor man vor der Jury singen darf. Bei ‘Starmania’ gibt’s das nicht“ (Ivkic 2009, S. 48). Zu den Abläufen von *DSDS* schreibt sie: „Weil bei ‘DSDS’ so viele Leute mitmachen, findet das erste Vorsingen vor einem Vocal Coach statt. Der trifft eine Vorauswahl und drückt einem einen Stempel auf die Hand, je nachdem, wie gut man ist. Nach dem Vocal Coach kommt dann der große Moment: man wird zur Jury vorgelassen“ (Ivkic 2009, S. 83 ff.).

Martin Kesici berichtet in seinem Buch von dem Ablauf bei *Star Search*, dass er zunächst vor einer Jury von drei ihm nicht bekannten Menschen vorsang, dann zu einem Recall eingeladen und anschließend von einer Jury bewertet wurde, die ebenfalls nicht die aus dem TV bekannte war: „Ich schaute nach links und da saßen tatsächlich so um die 15 Mann hinter ihren Tischen. Plattenfirma, Produktionsfirma, Sat.1 und wohl auch Management und bestimmt schon Typen, mit denen irgendwelche Deals liefen“ (Kesici, Grimm, Berger 2009, S. 63). Nach mehreren Wochen erhielt er einen Anruf von einer Mitarbeiterin der Produktionsfirma Grundy Light Entertainment, die ihm mitteilte: „Martin, herzlichen Glückwunsch! Du hast es geschafft, du bist in der Show“ (Kesici, Grimm, Berger 2009, S. 66).

Bei jedem Format sind die Abläufe etwas unterschiedlich, dennoch gibt es tendenziell Ähnlichkeiten, wie ein oder mehrere Vorauswahlverfahren, bei denen nach bestimmten, in das jeweilige Sendungskonzept passenden Menschen gesucht wird. Diese Menschen werden dann gezielt inszeniert. Dies passiert vermutlich nicht ohne ihre Zustimmung, doch sind es letztendlich die Produktionsfirma und die Redaktion, die über Details wie Styling und Musikauswahl vertraglich gesichert das letzte Wort haben.

„7.5 Das Styling für die Mottoshows erfolgt durch den Produzenten.“¹⁶

„3.2 Die Teilnehmer werden Songs nach Wahl des Produzenten einzeln oder in Gruppen vortragen.“¹⁷

Auswahl der Musik, Selbstpräsentation in Kleidung und Frisur und Gestaltung der gesamten Performance erfolgt zumindest in Absprache – wenn nicht sogar nach gezielter Beratung – mit den Produzenten. Monika Ivkic berichtet in ihrem Buch u. a. vom gezielten Umfärben ihrer Haare: „Vor dem ersten Live-Auftritt hat mir das RTL-Team noch schnell die Haare gefärbt, weil sie meinten, dass mein Blond zu billig aussah. [...]“ und „für Stimmbildung, Choreographie und Kleiderauswahl gab es jeweils einen eigenen Betreuer“ (Ivkic 2009, S. 90 f.).

16 *DSDS*: Die Regeln, URL: http://bilder.rtl.de/download/musik/DSDS_Die_Regeln.pdf (letzter Zugriff am 25.01.2013)

17 ebd.

Sollten sich während der Produktionsphase und zum Teil darüber hinaus kreative Unstimmigkeiten ergeben, haben sich die Produktionsfirmen z. T. vertraglich abgesichert. Ein ehemaliger Kandidat bei *The Voice of Germany* stellt zum Beispiel fest: „Ich kann durch den Vertrag, den ich zu Beginn der Show unterschrieben habe, nicht die Musik machen, die ich will, und ich kann nicht mit den Leuten zusammenarbeiten, mit denen ich es gerne würde.“ (Zitat aus Interview mit Jesper Jürgens in *Spiegel Online* vom 15.12.2012).

Bekannt ist an sich auch die gezielte Typisierung der KandidatInnen – wie sie bereits medienwissenschaftlich herausgearbeitet wurde. Mehrfach werden in Presseinterviews Aussagen zitiert, die von den Praktiken der Inszenierung berichten.

Es wird gezielt geschnitten: Beim Format *The Voice of Germany* wurde beim Auftritt eines früheren *Popstars*-Kandidaten zwar seine Aussage gesendet, dass er keine Bühnenerfahrung habe. Herausgeschnitten wurde aber sein Bekenntnis, bereits an einer Castingshow teilgenommen zu haben. So stand der Kandidat für die *Popstars*-ZuschauerInnen als Lügner dar (*Frankfurter Rundschau* vom 19.12.2011). Rechtlich sind die Produktionsfirma und der Sender abgesichert. Von Beginn an wird mit der Abgabe der Rechte auch das Recht zur beliebigen redaktionellen Bearbeitung abgegeben:

„3. Ich übertrage hiermit dem Produzenten (...)

e. Das Bearbeitungsrecht, d. h. insbesondere das Recht, die Produktion unter Verwendung der eingeräumten Rechte und Wahrung der Urheberpersönlichkeitsrechte mit sämtlichen Bild- und Tonbearbeitungsmethoden zu bearbeiten (z. B. durch Ändern, Unterbrechen, Kürzen, Teilen, Verfremden, Ausschneiden, durch Verbindung mit anderen Produktionen) oder sonst wie umzugestalten.

f. Das Synchronisationsrecht, d. h. insbesondere das Recht, die Produktion selbst oder durch Dritte zu synchronisieren, zu untiteln und diese in gleicher Form wie die ursprüngliche Produktion auszuwerten.“¹⁸

Durchaus diskutiert wird die Tatsache, dass zumindest einige der KandidatInnen in den ersten Castings ausgewählt werden, noch bevor sie vor der VIP-Jury vorgesungen haben. Markus Grimm beschreibt z. B. wie er noch vor dem ersten Casting von einem Kamerateam von Pro7 aufgesucht wurde, das vorab schon mal einen Bericht – eine „Homestory“ – über ihn drehte und dafür seine „Wohnung komplett umstellte“ (Kesici, Grimm, Berger 2009, S. 60). Entsprechend ist davon auszugehen, dass ihm beim eigentlichen Casting bereits ein Platz sicher war (vgl. Kesici, Grimm, Berger 2009).

Öffentlich bekannt ist ebenfalls, dass Szenen gezielt nachgedreht werden. Der *DSDS*-Teilnehmer Allan Garnelis berichtete, er habe sich „auf Kommando“ freuen müssen. Weil aber seine echte

¹⁸ *DSDS*: Teilnahmevereinbarungen, URL: http://data.rtl.de/fotowettbewerb/dsds8_video/pdf/dsds8_teilnahmevereinbarungen.pdf (letzter Zugriff am 25.01.2013)

Freude „zu actionlos für die Fernsehleute“ gewesen sei, habe er diese noch „dreimal machen müssen. Total daneben. Da kommst du dir total blöd vor“ (*Spiegel Online* vom 30.01.2007).

Neben dem Nachdreh ist bekannt, dass Situationen provoziert werden. Der *DSDS*-Kandidat Marco Angelini berichtet beispielsweise, wie es zu dem Einspieler kam, in dem er zusammen mit einem weiteren Kandidaten einen Kölner Stripclub besuchte: „Wir waren da nicht freiwillig. Wir wurden dorthin gefahren und dort einfach vor der Tür abgesetzt [...] Ich wollte da nicht rein. Frauen sind für mich keine Objekte“. Er fühlte sich durch RTL bzw. die Produktionsfirma gedrängt, für die Kamera Party zu machen (*Bild-Zeitung* vom 14.04.2011). Die Inszenierungen gehen so weit, dass notfalls auch Geschichten übersteigert und dazuerfunden werden. So berichtet Elli Erl, Siegerin der zweiten *DSDS*-Staffel, 2012 in der *Rheinischen Post*, dass RTL sie damals als Kandidatin um „ein paar gute, gerne auch erfundene Geschichten“ gebeten hat (*Rheinische Post Online* vom 26.03.2012).

Bekannt und am Programm offensichtlich erkennbar ist auch, dass wenig Rücksicht auf emotionale Krisensituationen genommen wird und emotionale Situationen und Ausbrüche der KandidatInnen zum Teil gezielt dokumentiert werden.

Allan Garnelis berichtet bei *Spiegel Online* beispielsweise, dass sich auch bei ihm damals sofort die Kameramänner näherten, als er sich zum Weinen in die Garderobe zurückziehen wollte. Eine RTL-Sprecherin kommentierte die Vorwürfe mit den Worten: „Dass wir die Kandidaten auch beim Weinen filmen ist bekannt. Die Emotionen gehören zur Show!“ (*Spiegel Online* vom 30.01.2007).

David Petters, der 2012 unter den 36 letzten Kandidaten von *DSDS* war, berichtet von Kameramännern, die vor der Privatsphäre keinen Halt machten, nur um eine gute Story zu erhaschen: „Wir haben schon Stühle vor die Tür gestellt, um unsere Ruhe zu haben [...] Wenn man mal sagt, Leute lasst mich mal in Ruhe, ich brauche mal kurz eine Pause, dann rufen die noch ein Kamerateam, weil das wollen die ja sehen“ (*Rheinische Post Online* vom 26.03.2012).

Ebenso ist auch bekannt, dass die Erlebnisse zum Teil schwer zu verarbeiten sind. Alexander Klaws, *DSDS*-Gewinner der ersten Staffel, hat nach eigener Aussage noch heute mit seinen Erfahrungen zu kämpfen: *DSDS* „fühlt sich toll an, aber das ist auch gefährlich. Ich muss neun Jahre später die Eindrücke noch im Kopf ordnen“ (*Der Spiegel* vom 01.10.2012). Der Schaden für die TeilnehmerInnen wird aber zumindest von Seiten des Geschäftsführers der FSF eher geringfügig und nicht dauerhaft eingeschätzt (vgl. Gottberg 2012).

Gegen entsprechende seelische Schäden sichert sich zumindest das Produktionsteam von *The Voice of Germany* von Beginn an vertraglich ab:

„6. (...) Die Teilnahme am Scouting erfolgt auf eigene Gefahr. Der Teilnehmer ist sich der Bedingung der Veranstaltung (Stresssituation) bewusst. Für Verletzungen von Leib, Leben und körperlicher Unversehrtheit sowie dem Verlust von persönlichen Gegenständen des Teilnehmers wird keine Haftung übernommen.“¹⁹

Für die psychische Betreuung während des Prozesses stellten sie den KandidatInnen den psychologischen Betreuer und Therapeuten Michael Thiel zur Seite.

Bekannt ist auch, dass einige KandidatInnen sich in Auseinandersetzungen mit dem Sender oder der Produktionsfirma befinden. Zum Teil werden sie mit kritisierenden Aussagen in der Presse zitiert, wie im Fall Annemarie Eilfeld, die gegenüber der *Bild* und anderen Medien über die Show, ihre MitkandidatInnen, die JurorInnen und über das ihr aufgezwängte Styling ablästerte: „Bohlen ist hinter der Bühne genauso ein Arschloch“ (*BZ-News aus Berlin Online* vom 06.05.2009). Bohlen hatte sie in einer vorangegangenen Show als „Bitch“ bezeichnet (*Bild-Zeitung* vom 19.04.2009). Annemarie wurde im Rahmen von *DSDS* gezielt als „blondes Gift“ inszeniert. Die Berichterstattung vermittelte das Bild einer „karrieregeilen Self-Made-Woman aus dem Osten, die Konkurrenten kalt lächelnd abserviert und sogar die Hüllen fallen lässt, um sich in die Schlagzeilen zu katapultieren“ (*Die Welt online* vom 27.04.2009).

Dokumentiert sind auch die jugendschutzrechtlichen Auseinandersetzungen, vor allem um das Format *DSDS*. Der Sender bekam beispielsweise von der KJM im Jahr 2008 ein Bußgeld in Höhe von 100.000 Euro. Grund dafür waren wiederholte Jugendschutz-Verstöße, wie das herabwürdigende Verhalten der *DSDS*-Jury, sowie die Bloßstellung der Kandidaten durch die Redaktion (vgl. Pressemitteilung KJM 05/2008). Nach diesem Bußgeldverfahren sagte RTL zu, „die Casting-Folgen künftiger *DSDS*-Staffeln vor der Ausstrahlung der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) vorzulegen“ (Pressemitteilung KJM 15/2008). Dennoch berichtet die KJM 2010 erneut von Verstößen seitens *DSDS* gegen Jugendschutzbestimmungen (vgl. Pressemitteilung KJM 03/2010).

Viele andere Details, zum Beispiel wie es dem Kandidaten geht, über dessen Fleck im Schritt sich Dieter Bohlen als „Pippifleck“ lustig machte, sind zumindest öffentlich nicht bekannt.

Breiter angelegte wissenschaftlich fundierte Untersuchungen, welche Bedeutung das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ für die KandidatInnen selber hat, liegen bisher nicht vor. Entsprechend ist das Ziel in der hier vorgelegten Studie eine systematische Befragung und Auswertung, wie ehemalige KandidatInnen einer Musik-Castingshow das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ wahrnehmen und verarbeiten. Ist es etwas, an dem sie selbst wachsen, das ihnen einen Einstieg in eine professionelle Zukunft als MusikerIn bietet, oder etwas, das sie in seelische Krisen führt, die sie selbst nur schwer verarbeiten können?

¹⁹ The *Voice of Germany*: Teilnahmebedingungen, URL: http://www.prosieben.de/static/download/the_voice/Teilnahmebedingungen.pdf (letzter Zugriff am 25.01.2013)

In der vorliegenden Kooperationsstudie des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) wurden 59 ehemalige TeilnehmerInnen von Musik-Castingshows nach ihren Erfahrungen und Erlebnissen befragt.

Aufgezeigt werden die Ergebnisse anhand qualitativer Aussagen zu Ablauf, Erlebnissen und der emotionalen Einschätzung der Teilnahme, der TV-Ausstrahlung und der Rückmeldung aus dem sozialen Umfeld. Die Studie ermöglicht eine Typisierung der Bedeutung des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ für die TeilnehmerInnen. Diese umfasst jene, die aus der Erfahrung gestärkt hervorgegangen sind und die Prominenz z. T. für einen Einstieg oder eine weitere Etablierung im Musikbusiness nutzen konnten, sie zeigt aber auch andere typische Bedeutungen, die von schwer zu verarbeitenden psychischen Verletzungen über jahrelange Hämme, bis hin zu Depressionen gehen.

4 Methode und Stichprobe

4.1 Methode: Schriftliche Befragung von Castingshow-TeilnehmerInnen der letzten zwölf Jahre

Anhand eines ausführlichen schriftlichen Fragebogens²⁰, den sie eigenständig online ausfüllen konnten, wurden die KandidatInnen u. a. dazu befragt, wie ihre Teilnahme verlaufen ist, welche Motive sie für ihre Teilnahme hatten und wie sie diese und die anschließende Fernsehausstrahlung erlebt haben.

Die KandidatInnen wurden über das Schneeballsystem im Freundes- und Bekanntenkreis, über Videos und Artikel oder Interviews im Internet identifiziert und über das soziale Netzwerk Facebook und per E-Mail kontaktiert. Es konnten nur diejenigen Menschen kontaktiert und befragt werden, die in den Medien oder aufgrund ihrer Medienpräsenz identifizierbar waren. KandidatInnen, die nur am ersten Vorsingen teilgenommen haben und namentlich nirgends erwähnt werden, also zur „anonymen Masse“ gehören, konnten nicht kontaktiert werden.

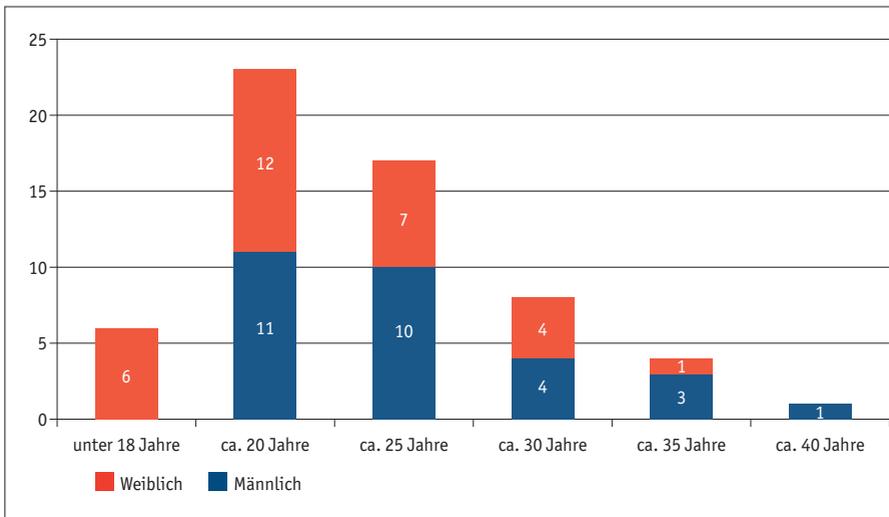
Der Fragebogen konnte vom 26. Juni bis 24. September 2012 online abgerufen und von den ehemaligen KandidatInnen ausgefüllt werden. Die Antworten wurden zunächst fragenvergleichend ausgewertet. Hierfür wurde nach wiederkehrenden Elementen sowie Mustern gesucht, um diese dann zur Beschreibung des Typischen in der Antwortvielfalt (vgl. Kelle, Kluge 1999) zu nutzen. Zum Teil boten sich Quantifizierungen an, bei denen zum Beispiel die jeweilige emotionale Konnotation (positiv, negativ, sowohl als auch) der Aussagen codiert und ausgezählt wurde. Hinzu kamen standardisierte Fragen, die entsprechend statistisch ausgewertet wurden. Im zweiten Schritt wurde fallvergleichend ausgewertet und so wurden typische Muster der Bedeutung des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ herausgearbeitet. Unter Einbeziehung beider Auswertungswege wurden die genannten Krisenpotenziale des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ für die Psyche der TeilnehmerInnen zusammengefasst.

Sowohl die deskriptive Zusammenfassung und Deutung als auch die Fallinterpretation und Herausarbeitung der potenziellen Krisenbereiche beim „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ basieren dabei auf dem humanistischen Menschenbild und einem entsprechenden Verständnis von innerpsychischen Vorgängen (mehr dazu siehe Kap. 9.1).

²⁰ Entwickelt mit Unterstützung von Andrea Holler M. A. und Sabrina Unterstell M. A.

4.2 Stichprobe

Die TeilnehmerInnen wurden über Videos im Internet, über Plattformen und auch über die Rezeption der aktuellen Shows identifiziert und dann per E-Mail oder Facebook angeschrieben. Die Stichprobe der ehemaligen KandidatInnen setzt sich wie folgt zusammen:



n = 59 Befragte nach Altersgruppen von unter 18 bis ca. 40 Jahren; absolute Zahlen

Abbildung 1: Castingshow-TeilnehmerInnen nach Geschlecht und kategorisiertem Alter zum Zeitpunkt der Befragung

Der Altersdurchschnitt aller befragten Castingshow-TeilnehmerInnen liegt bei 23,7 Jahren. Um eine Anonymisierung der TeilnehmerInnen zu gewährleisten, wurden diese in Altersgruppen zusammengefasst: in die Gruppe der unter 18-Jährigen (sechs Kandidatinnen), in dieser Stichprobe junge Frauen und in die Minderjährigen, die auf ihre relativ kurz zurückliegende Teilnahme zurückblicken.

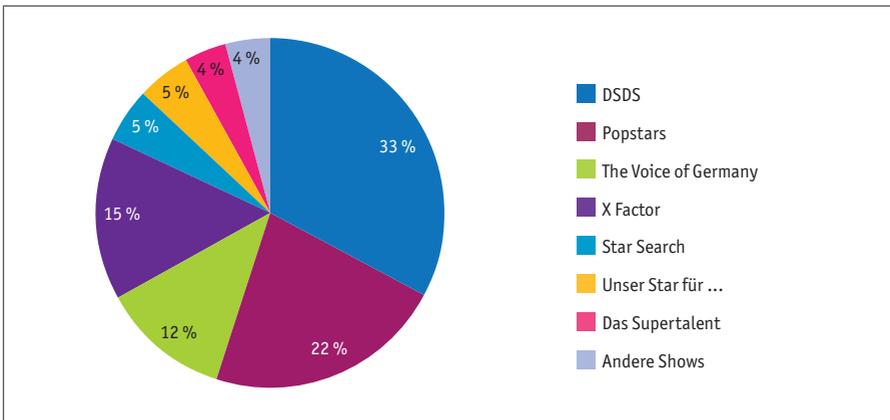
In der Geschlechterverteilung recht ausgeglichen sind die Gruppen der 19- bis 22-Jährigen (ca. 20 Jahre), die man als junge Erwachsene bezeichnen kann, die 23- bis 27-Jährigen sowie die 28- bis 32-Jährigen. Bei den 27- bis 33-Jährigen und Älteren (fünf KandidatInnen) überwiegen dann wieder deutlich die Männer.

Drei Viertel der Befragten sind deutsche Staatsangehörige, 17 % haben einen ausländischen Pass (z. B. England, USA, Österreich, Russland) und 9 % sind im Besitz einer doppelten Staatsbürgerschaft. Die Stichprobe kann nicht als repräsentativ für „Castingshow-TeilnehmerInnen im Allgemeinen“ angesehen werden. Dafür fehlen u. a. Daten zur Grundgesamtheit von Casting-

show-TeilnehmerInnen. Sie ist eine qualitative Stichprobe, anhand der typische Muster aufgezeigt werden können. Dementsprechend ermöglichen Quantifizierungen nur eine bessere Einschätzung innerhalb der Stichprobe.

4.3 Verteilung der befragten TeilnehmerInnen auf die Castingshows

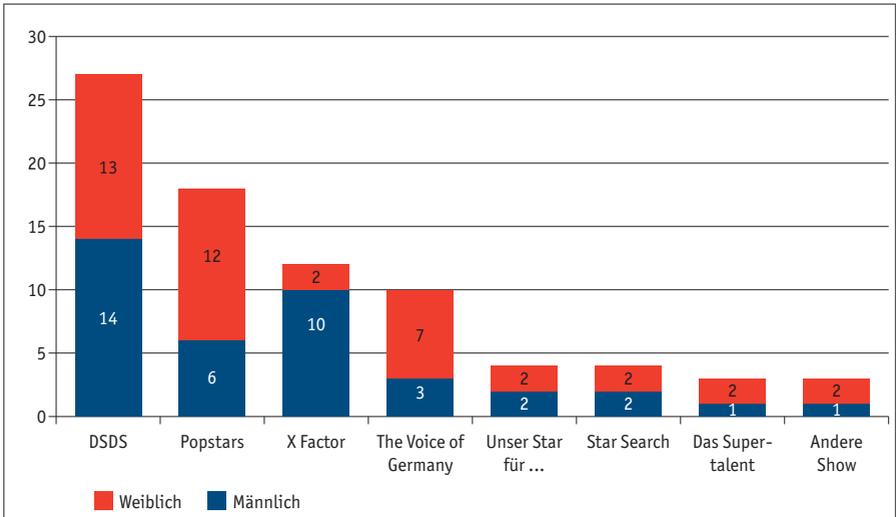
An welchen Musik-Castingshows die ehemaligen KandidatInnen teilgenommen haben, wurde mit einer geschlossenen Frage und sechs möglichen Antwortkategorien (*DSDS*, *Popstars*, *X Factor*, *Unser Star für ...*, *The Voice of Germany* und *Andere*) abgefragt. Die Kategorie „Andere Shows“ konnte von den TeilnehmerInnen individuell ausgefüllt werden und die Hauptantworten dieser Kategorie wurden im Nachhinein neu kodiert.



n = 59 KandidatInnen, hier Mehrfachantwort möglich (81 Antworten auf 100 % gerechnet)

Abbildung 2: Verteilung der KandidatInnen auf die Castingshows

Unter den ehemaligen Musik-Castingshow-KandidatInnen, die im Rahmen der Onlinebefragung befragt wurden, hat mehr als ein Drittel der Befragten an *DSDS* teilgenommen (27 KandidatInnen), und knapp ein Viertel der befragten Musik-Castingshow-KandidatInnen hat bei *Popstars* mitgemacht (18 KandidatInnen). Zwölf KandidatInnen haben an *X Factor* teilgenommen. Zehn KandidatInnen waren bei *The Voice of Germany*, jeweils vier waren bei *Unser Star für ...* und *Star Search* dabei, und je drei KandidatInnen haben bei *Das Supertalent* oder *anderen Shows* vorgesungen.



n = 59 ehemalige KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Mehrfachnennungen möglich; 81 Nennungen

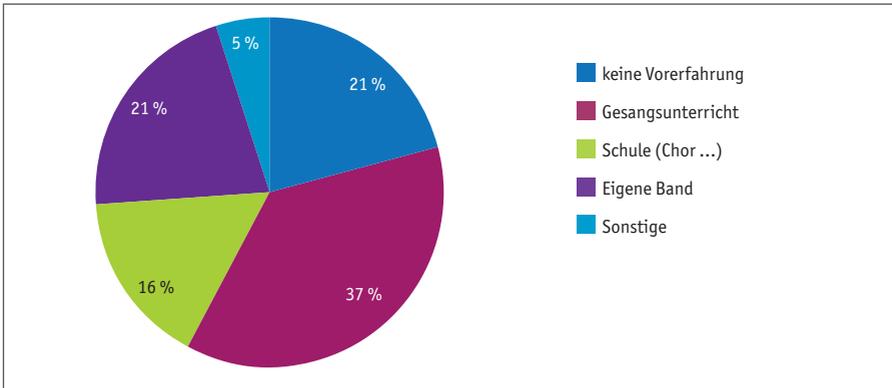
Abbildung 3: Verteilung der TeilnehmerInnen auf die Castingshows nach Geschlecht (absolute Zahlen)

Die Mehrheit der KandidatInnen hat bei nur einem Format vorgesungen, nur wenige versuchten es öfters.

49 der 59 Befragten gaben an, nur an einer Musik-Castingshow teilgenommen zu haben. Fünf Befragte haben an zwei und drei Befragte an vier Shows teilgenommen, ein Teilnehmer hat an fünf Musik-Castingshows, ein anderer an sieben Shows teilgenommen.

4.4 Musikalische Vorerfahrung der TeilnehmerInnen

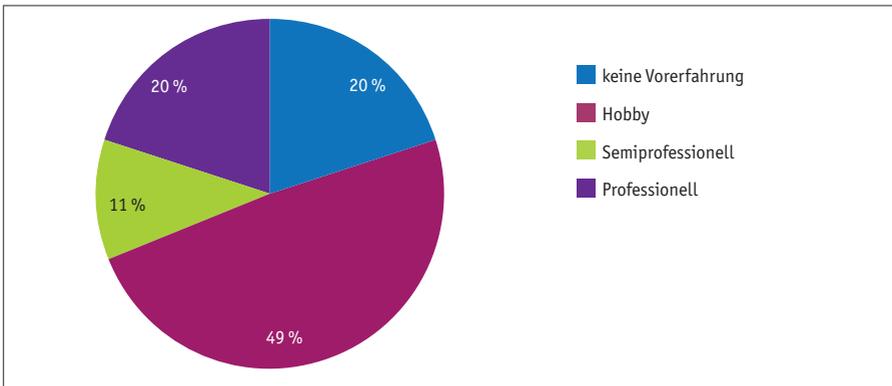
Mit welcher musikalischen Vorbildung die TeilnehmerInnen in den Wettbewerb gingen, wurde mit folgender Frage ermittelt: „Hatten Sie vor Ihrer Teilnahme musikalische Vorerfahrung (z. B. Gesangsunterricht, Sänger/in in einer Band/Chor etc.)? Wenn ja, beschreiben Sie bitte kurz, welche und über welchen Zeitraum.“



n = 57 ehemalige KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 4: Musikalische Vorerfahrung der KandidatInnen

Knapp jede/r fünfte befragte Musik-Castingshow-TeilnehmerIn hat keinerlei musikalische Vorerfahrung. Über ein Drittel der Befragten hat vor der Teilnahme an der Musik-Castingshow Gesangsunterricht erhalten. Je älter die KandidatInnen sind, umso eher haben sie musikalische Erfahrungen irgendwelcher Art gesammelt. Mit dem Alter steigt die Band-Erfahrung, die die KandidatInnen zum Vorsingen mitbringen. Zudem geben die männlichen Befragten häufiger an, in einer Band zu spielen. Jede/r weitere fünfte Befragte gibt an, in einer eigenen Band zu spielen oder in der Schule, z. B. im Chor, musikalische Erfahrungen gesammelt zu haben. „Sonstige“ Erfahrungen wurden kodiert, wenn die KandidatInnen beispielsweise angaben, Tanzunterricht erhalten zu haben.



n = 55 ehemalige KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 5: Musikalische Vorerfahrung der KandidatInnen nach Professionalität

Bei dieser Einteilung geht es um die musikalische Vorerfahrung, also um das Musizieren, d. h. um das Singen und das Beherrschen eines oder mehrerer Instrumente. Tanzunterricht wird daher ausgeschlossen und unter „keine musikalische Vorerfahrung“ eingeordnet.

Als Profis werden diejenigen KandidatInnen eingeordnet, die professionell Musik machen oder unterrichten und sich damit zumindest größtenteils ihren Lebensunterhalt verdienen können. Sie arbeiten im Musikbusiness und wurden teilweise von den Redaktionen als TeilnehmerInnen angefragt, z. B. eine ca. 25-Jährige, die im Jahr 2012 bei *The Voice of Germany* teilnahm:

„Ich spiele seit ich fünf bin Klavier und singe seit ich 16 bin. Seit dem 18. Lebensjahr studiere ich Gesang und bin schon lange auch beruflich als Sängerin in ganz Deutschland gebucht.“
(ca. 25-jährige *The Voice of Germany*-Teilnehmerin)

Eine jetzt ca. 30-jährige *DSDS*-Teilnehmerin war stimmlich umfangreich ausgebildet und bereits beruflich in diesem Bereich tätig:

„mehrere Jahre Gesangsunterricht, ich arbeite neben dem Studium außerdem als Sängerin für verschiedene Produzenten und bin auch als Songwriterin sowie Sprecherin tätig.“
(ca. 30-jährige *DSDS*-Teilnehmerin)

Semiprofessionelle musizieren bereits auf einem hohen Niveau, haben Bühnenerfahrung und schaffen es unter Umständen auch, sich mit der Musik etwas dazuzuverdienen.

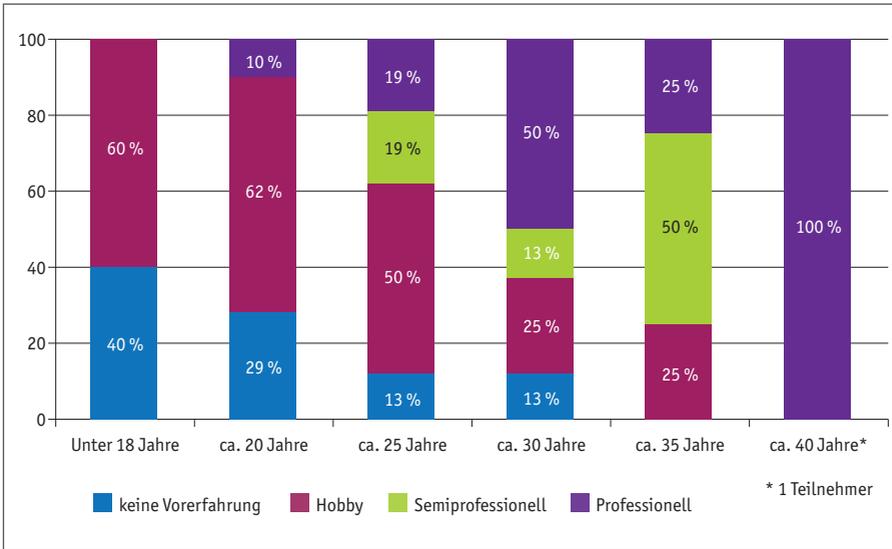
„Ich habe Gesangsunterricht seit meinem zwölften Lebensjahr genommen und hatte diverse Bühnenerfahrung.“ (ca. 25-jährige *DSDS*-Kandidatin)

Hobby-MusikerInnen haben großes Interesse an der Musik und bringen eine musikalische Grundbildung mit in den Wettbewerb. Sie singen z. B. im Schulchor, spielen in einer Band/Schulband und haben Instrumental- bzw. Gesangsunterricht, wurden also in ihrer Stimme oder an einem Instrument ausgebildet.

„Ich hatte Gesangsunterricht (zwei Jahre) und war Sänger in einer Band (High School) sowie in einem Chor (Kirchenchor).“ (ca. 25-jähriger *DSDS*-Kandidat)

„Ich war sechs Jahre lang Sängerin in einer Schulband, während meines Besuches an der Realschule.“ (ca. 20-jährige *Popstars*-Kandidatin)

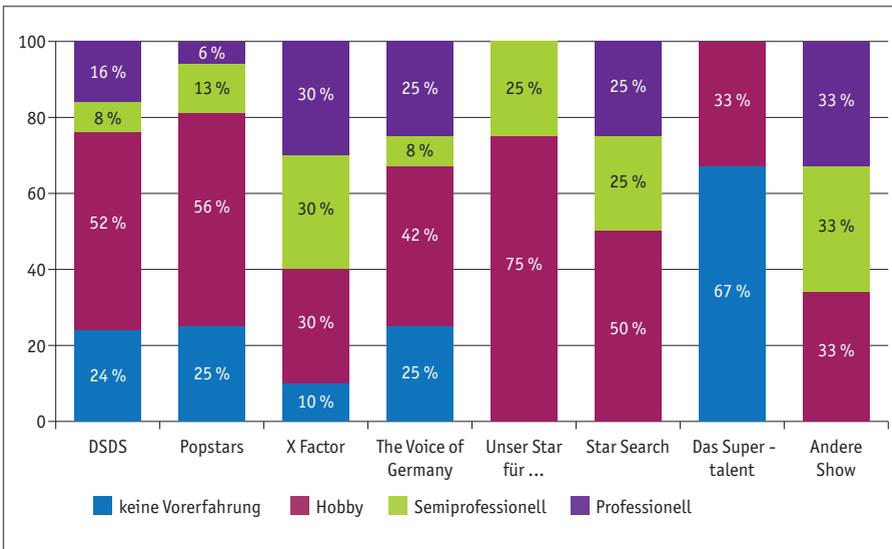
Die Unerfahrenen gehen ohne gezielte Vorkenntnisse in den Wettbewerb. Einer der Gewinner (ca. 25 Jahre alt) der *Popstars*-Staffel 2007 schreibt z. B. er habe vor der Teilnahme „nur unter der Dusche gesungen“.



n = 55 ehemalige KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 6: Musikalische Vorerfahrung der KandidatInnen nach Alter

Je älter die KandidatInnen in der Stichprobe sind, umso eher haben sie musikalische Erfahrungen irgendwelcher Art gesammelt und umso eher musizieren sie auf einem immer professioneller werdenden Niveau.



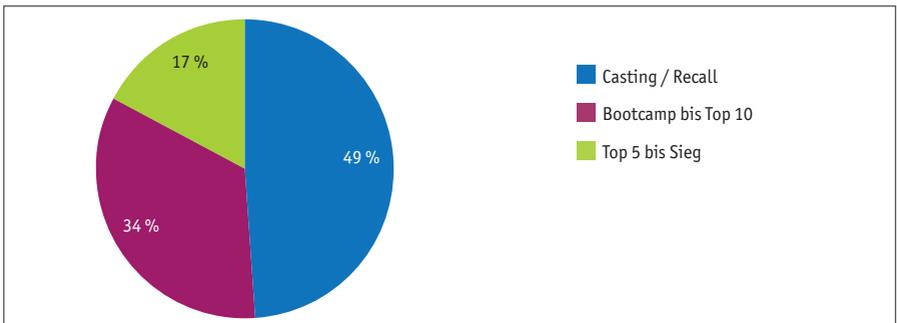
n = 55 KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 7: Musikalische Vorerfahrung der KandidatInnen nach Castingshow

Werden die verschiedenen Shows miteinander verglichen, so fällt auf, dass die vier KandidatInnen, die sich bei *Unser Star für ...* beworben haben, alle Vorerfahrung hatten. Bei den anderen Shows gibt es immer auch KandidatInnen, die ohne Vorerfahrung zum Casting gegangen sind. Am unerfahrensten sind die TeilnehmerInnen der Castingshow *Das Supertalent*.

4.5 Erfolg bei der Castingshow

Um der Frage näherzukommen, wie weit die ehemaligen Musik-Castingshow-TeilnehmerInnen in der jeweiligen Show gekommen sind, wurde dies offen abgefragt und die Aussagen später gruppiert.

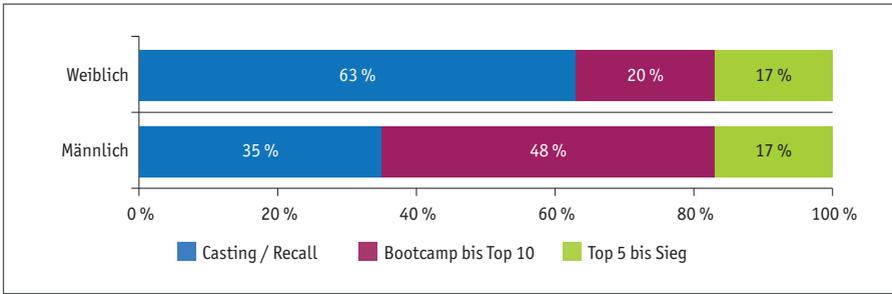


n = 59 ehemalige KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren

Abbildung 8: Erfolg der KandidatInnen bei der Castingshow zusammengefasst

Zusammengefasst musste die Hälfte der befragten TeilnehmerInnen (29 KandidatInnen) spätestens beim Casting/Recall gehen, ein Drittel (20 KandidatInnen) hat es bis zum Bootcamp, in die Live-Show, in die Top 25 oder höchstens bis in die Top 10 Shows geschafft. Zehn KandidatInnen sind in den Top 5 Shows aufgetreten, bis ins Halbfinale gekommen oder haben sogar den Sieg davongetragen.

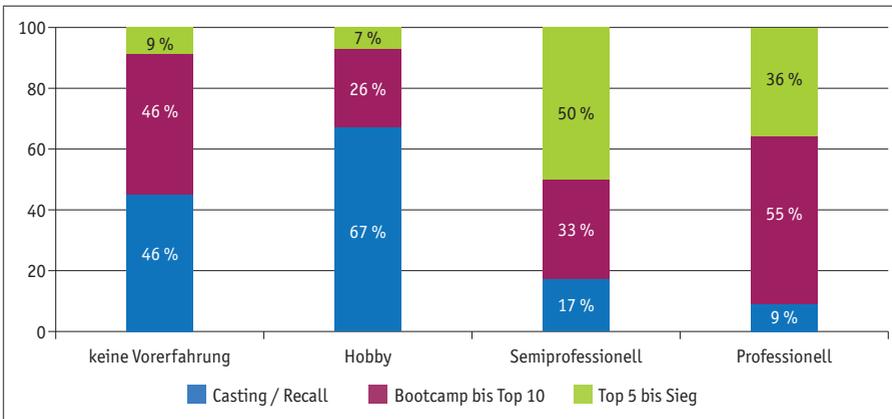
Für die hier befragte Stichprobe gilt: Je älter die KandidatInnen sind, desto erfolgreicher schneiden sie im Wettbewerb der jeweiligen Castingshow ab.



n = 59 ehemalige KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren

Abbildung 9: Erfolg der KandidatInnen nach Geschlecht

Die befragten Männer der Stichprobe sind im Vergleich zu den Frauen in der Musik-Castingshow erfolgreicher. Nur etwas über ein Drittel der befragten Männer ist beim Casting oder Recall ausgeschieden, bei den Frauen waren es zwei Drittel. Knapp die Hälfte der männlichen Befragten hat es bis zur Live-Show, in die Top 25 oder in die Top 10 geschafft. Bei den befragten Frauen hat dies nur jede Fünfte geschafft. Mehr als jeder sechste der befragten Männer und mehr als jede sechste der befragten Teilnehmerinnen haben die Top 5, das Halbfinale oder den Sieg errungen.



n = 59 ehemalige KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren

Abbildung 10: Erfolg der KandidatInnen nach Vorerfahrung

Bei den TeilnehmerInnen, die nur hobbymäßig oder gar nicht musikalisch ausgebildet sind, schaffen es nur wenige unter die Top 5. Von denjenigen, die Bühnenerfahrung haben und professionell musikalisch ausgebildet sind, scheidet nur ein kleiner Anteil bereits in den Recall-Runden aus.

Es besteht also ein Zusammenhang zwischen der musikalischen Vorerfahrung und -bildung und dem Weiterkommen in der Show. Sind die befragten KandidatInnen musikalisch professionell oder semiprofessionell ausgebildet, kommen sie in den Castingrunden tendenziell weiter.

4.6 Zusammenfassung

59 ehemalige Castingshow-TeilnehmerInnen im Alter zwischen 16 und 41 Jahren wurden in der Studie befragt. Nach Geschlecht verteilt sich die Zahl auf 30 Frauen und 29 Männer, der Altersdurchschnitt der befragten Castingshow-TeilnehmerInnen liegt bei 23,7 Jahren.

Etwas über die Hälfte der TeilnehmerInnen der Onlinebefragung waren KandidatInnen bei einem der beiden „großen“ Formate *Popstars* und *DSDS*. Knapp 40 % der KandidatInnen hatten vorher Gesangsunterricht, ungefähr jede/r Fünfte war in einem Chor oder in einer Band. Ohne Vorerfahrung ging jede/r Fünfte ins Casting.

Mindestens bis in den Recall hat es die Hälfte der KandidatInnen geschafft. Ein Drittel hat es bis in die Top-10-Show geschafft und 16 % kamen bis ins Finale bzw. sind als Sieger hervorgegangen. Die männlichen und die älteren Befragten sind in der Stichprobe im Schnitt erfolgreicher als die weiblichen und jüngeren Befragten.

Mit 59 TeilnehmerInnen ist diese qualitative Studie durchaus breit angelegt und lässt Aussagen über typische Einschätzungen und Erlebnisse von ehemaligen Castingshow-TeilnehmerInnen zu. Inwieweit die quantitative Auswertung über die Stichprobe hinaus Geltung für „alle Castingshow-TeilnehmerInnen“ hat, kann jedoch nicht eingeschätzt werden. Vermutlich geht die Teilnahme an einer solchen Befragung mit einer bestimmten Grundhaltung einher, und es haben sich eher die Erfolgreichen und nach wie vor in der Öffentlichkeit präsenten KandidatInnen an der Befragung beteiligt. Insofern liegt die Stärke und Aussagekraft der hier vorgestellten Studie im qualitativen Bereich. Die Auszählung und die einfachen statistischen Berechnungen sagen vor allem etwas über das zahlenmäßige Verhältnis innerhalb der befragten Stichprobe aus.

5 Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“²¹

5.1 Wie es zu der Teilnahme kam

Um ein Bild davon zu bekommen, wie für sie der Einstieg in das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ war, antworteten die ehemaligen Musik-Castingshow-KandidatInnen auf die offene Frage: „Wie sind Sie dazu gekommen, sich als TeilnehmerIn zu bewerben?“ Ihre Antworten wurden im Nachhinein hinsichtlich der wiederkehrenden Momente kodiert.

Mehr als zwei Drittel der Befragten (39 KandidatInnen) geben an, sich aus eigenem Antrieb bei der jeweiligen Musik-Castingshow beworben zu haben. Dies sind teils spontane Bewerbungen, angeregt durch Spots im Fernsehen, wie bei einem 20-jährigen *Popstars*-Kandidaten:

„Die Entscheidung fiel sehr spontan, als ich abends auf dem Sofa saß, Pro7 schaute und den Werbespot für Popstars sah. Und ich dachte mir: ‚Hey, du bist NOCH jung, probier’s doch einfach mal aus.‘“ (ca. 20-jähriger *Popstars*-Kandidat)

Er sah einen Spot, durch den er sich direkt angesprochen fühlte. Seiner Selbsteinschätzung nach war es den Aufwand und eventuelle Risiken wert, es „einfach mal“ auszuprobieren. Für eine ganze Reihe von ehemaligen TeilnehmerInnen ist dieser eher nicht bis ins Detail durchdachte Einstieg typisch. Sie haben das Gefühl, hier liege eine Chance, an der sie wachsen könnten, die ihnen vielleicht etwas bringt. Dies kann eine persönliche Begegnung mit einem Prominenten sein, wie der Reiz, *„Dieter Bohlen mal in echt (zu) sehen“* (ca. 25-jähriger *DSDS*-Kandidat), oder einmal hinter die Bühne zu schauen. Aus diesem Grund ging eine ca. 20-jährige *Popstars*-Kandidatin ins Casting:

„Ich war schon immer daran interessiert, das Leben hinter der Kamera und die Arbeit, die in einem erfolgreichen Popstar steckt, kennen zu lernen.“ (ca. 20-jährige *Popstars*-Kandidatin)

Das Format weckt Fantasien und bietet durch die Castingteilnahme scheinbar eine reale, gut zu leistende Chance, sich zu profilieren. Gerade wenn in den vorherigen Staffeln Menschen gezeigt wurden, denen sie sich ähnlich fühlten (z. B. wegen Herkunft aus vergleichbarem Milieu oder einem Migrationshintergrund), sinkt die Hemmschwelle:

„Ich hatte mir im Jahr vor meiner Teilnahme das erste Mal in meinem Leben DSDS angesehen und mir gefielen die Auftritte von Mehrzad Marashi, Menowin Fröhlich und Ines Redjeb, mit denen ich vor 11 Jahren auf einer Schule war. Ich fühlte mich angesprochen.“
(ca. 30-jährige *DSDS*-Kandidatin)

²¹ Um die Anonymisierung der StudienteilnehmerInnen zu sichern, wurden in der Fragen vergleichenden Auswertung alle TeilnehmerInnen, auch jene, die eine namentliche Nennung ausdrücklich erlaubt haben, in Altersgruppen eingruppiert. Bei besonders kritischen Fällen wurden zudem Kleinigkeiten in ihren Aussagen, die eine Identifizierung ihrer Person ermöglichen würden, verändert bzw. durch XYZ ersetzt.

Beim Sehen erscheint die Leistung, die die Menschen dort erbringen, machbar. Viele hatten das Gefühl, hier sei eine machbare Herausforderung, durch die sie sich in ihrer Einzigartigkeit beweisen können. Eine ca. 20-jährige *Popstars*-Teilnehmerin schreibt in diesem Zusammenhang:

„Ich wollte zeigen, was ich kann und dass ich singen kann.“

(ca. 20-jährige *Popstars*-Kandidatin)

Zeigen, was in einem steckt, sich von der Masse abheben, sich als besonders herausstellen, gesehen und anerkannt werden. Das sind typische Wünsche und Hoffnungen, die im Sinne des humanistischen Menschenbildes für alle ähnlich sind. Welche Form des Gesehen-Werdens jemand anstrebt, was Anerkennung im Einzelnen bedeutet und wer die „signifikanten Anderen“ (vgl. Mead 1973) sind, deren Anerkennung sich auch wirklich wertschätzen lässt, ist individuell sehr unterschiedlich. Mit dem Format Castingshow, das „Menschen wie du und ich“ zu Stars macht und ihnen scheinbar die Chance gibt zu zeigen, was in ihnen steckt (vgl. Götz, Gather 2013), wird ein möglicher Weg aufgezeigt. Durch die hohe öffentliche Präsenz und den Erfolg, insbesondere bei jungen Zuschauergruppen, werden Castingshows zu einem anerkannten und erreichbaren Weg in unserer aktuellen Medienkultur.

Das implizite Versprechen ist dabei auch, dass die Show einen Einstieg in das Musikbusiness bieten könnte.

„Ich war zu naiv und dachte tatsächlich, man würde dort gefördert werden. Da ich dachte, dass so etwas ein guter Sprung in die Branche sein könnte, habe ich es einfach mal probiert.“

(ca. 20-jährige *Popstars*-Kandidatin)

Entsprechend war dies für viele einer der Gründe, an der Show teilzunehmen. Beispielsweise schreibt eine ca. 25-Jährige, die mit 16 Jahren bei *DSDS* unter die Top 10 kam:

„Ich liebte es zu singen und habe mir davon erhofft, mit Musik mein Geld zu verdienen.“

(ca. 25-jährige *DSDS*-Kandidatin)

Auch innerhalb des Mediums wird immer wieder betont, welch gute Vorbereitung die Sendung sei oder dass ein Juror so hart kritisieren müsse, weil sonst ein falsches Bild vom Musikbusiness entstehen würde. Wie realistisch eine solche Chance für die Zigtausenden ist, die sich bei der Show bewerben, bleibt unerwähnt. Ohne Zweifel gibt es in der internationalen Popszene Beispiele von KünstlerInnen, die ihren Erfolg einer Castingshow verdanken, und dennoch sind diese statistisch gesehen sicherlich die absolute Ausnahme. Dies ist den ehemaligen TeilnehmerInnen mittlerweile auch – zum Teil sehr schmerzhaft – bewusst geworden. Selbst die bekanntesten unter ihnen, die es in der Platzierung weit nach vorne geschafft haben, können nur unter großen Anstrengungen ihren Lebensunterhalt als MusikerIn verdienen. Für die meisten wurde

schon währenddessen klar, dass es bei den meisten Formaten faktisch in erster Linie um die Produktion einer möglichst interessanten Show geht. Dadurch wird die Fantasie verstärkt, dass es um die Auswahl und Förderung von einzelnen, in diverser Weise herausragenden Menschen geht. Erst im Laufe des Prozesses wird den meisten langsam bewusst, dass es eben nicht das Ziel ist, eine Vielzahl von Menschen so zu qualifizieren, dass sie anschließend ihren Lebensunterhalt mit ihrer Musik bestreiten können.

Ein Teil der StudienteilnehmerInnen ist bereits in einer Lebenssituation, in der sie sich zumindest teilweise ihren Lebensunterhalt durch ihr musikalisches Schaffen verdienen können. Sie wurden von Scouts zur Teilnahme eingeladen.

„Ich bin eingeladen worden. Trotzdem war das Castingverfahren ganz normal (Vorsingen, Recall, Interview usw.).“ (ca. 40-jähriger *The Voice of Germany*-Kandidat)

„Wir wurden als Band angefragt von Grundy.“ (ca. 30-jähriger *X Factor*-Kandidat)

Ein Teil der Befragten wurde für die Castingshow professionell „gecastet“, d. h., sie wurden von Menschen eingeladen, die gezielt auf der Suche nach bestimmten Typen oder Profis sind. Oftmals gab es aber für die Teilnahme, zumindest so lange die BewerberInnen noch nicht in den Endrunden waren, so gut wie kein Honorar. Die Möglichkeit, sich eine breitenwirksame öffentliche Präsenz zu schaffen, ist quasi der Lohn. Insofern unterscheiden sich die eingeladenen TeilnehmerInnen zunächst nur durch ihren Erfahrungsvorsprung und durch die daraus zum Teil sehr deutlich erwachsenden Distanzierungsmöglichkeiten. Gleichzeitig bedeutet die Absage von Auftritten ohne Wissen um eine entsprechende Gegenleistung für diese Menschen ein finanzielles Risiko.

Ein Viertel der Befragten (14 KandidatInnen), oftmals die, die eher ungeplant und weniger durchdacht in das Casting gingen, geben an, vor allem von Freunden motiviert worden zu sein:

„Kumpels meinten ich kann das und dass ich ne geile Stimme hab, naja die da fanden, dass das leider nicht so war (...).“ (ca. 25-jähriger *Popstars*-Kandidat)

Die Fantasie, die Show biete eine reale, gut zu bewältigende Chance „groß rauszukommen“, entwickeln viele.

Sich selbst räumen die meisten jedoch aufgrund ihrer Selbsteinschätzung, gerade in Bezug auf die eigenen stimmlichen Qualitäten, keine Chance ein.

Eine Freundin oder ein Freund, deren oder dessen Stimme einem gefällt, würde diese Fantasie aber zumindest stellvertretend ausleben. Entsprechend werden Menschen, die auch nur ansatzweise dem Anforderungsprofil genügen, das die ZuschauerInnen an die Castingshow-KandidatInnen haben, angesprochen und motiviert. So passiert es einige Male, dass ehemalige KandidatInnen schreiben:

„Meine beste Freundin hat mich überredet, da mitzumachen.“

(ca. 20-jähriger *X Factor*-Kandidat)

Zum Teil reichen Freunde sogar die Anmeldung ein, vermutlich in bester Absicht und – wenn auch nicht offen ausgesprochen – in der Hoffnung, so ein wenig am Prominentenstatus zu partizipieren:

„Ich selbst habe mich dort nicht beworben. Meine Freunde haben sich dort für mich beworben.“

(ca. 20-jähriger *DSDS*-Kandidat)

Manchmal reichen auch die Eltern die Bewerbung ein, im tiefen Glauben an das Talent ihrer Kinder, wie zum Beispiel im Fall einer jetzt ca. 20-jährigen *DSDS*-Teilnehmerin, die es bis in die Liveshow geschafft hat:

„Ich wurde von meinem Vater sehr gepusht. Da man als junges Mädchen wie ich damals (16 Jahre) nur die schönen Seiten dieser Show im Fernsehen sieht, will man natürlich mitmachen, wenn man für die Musik lebt.“ (ca. 20-jährige *DSDS*-Kandidatin)

Im Nachhinein fühlten sich einige der TeilnehmerInnen von ihren Eltern unterstützt, aber auch ein bisschen in eine Richtung gedrängt (gepusht). In den Aussagen schwingt dabei eben auch mit, dass sie damals vielleicht zu jung waren, um die Situation richtig einzuschätzen und die Motivation von Dritten kritisch zu hinterfragen.

Zu den im Fernsehen ritualisiert gezeigten Bildern gehören auch jene der Familie, insbesondere der Eltern, die unter allen Umständen zu ihren Kindern halten, mit ihnen hoffen und ihren Stolz auf ihre Kinder prominent artikulieren dürfen. Für die ZuschauerInnen vor dem Bildschirm ist das von hohem Gebrauchswert, sowohl für Kinder als auch für Eltern.

Die Hoffnung seitens der Kinder, dass ihre Eltern stolz auf sie sind, und vice versa der empfundene Stolz seitens der Eltern auf ihre Kinder, die ihren Weg gehen, ist ein extrem starker und doch meist unausgesprochener Wunsch. Genau dafür wird hier Raum geschaffen. Dies gibt den FernsehzuschauerInnen stellvertretend ein sehr gutes Gefühl, Jugendliche können sich als (stellvertretend) anerkannt denken, und Eltern bietet es eine Projektionsfläche, wenn nicht sogar einen Anlass dafür, den empfundenen Stolz auf ihre Kinder wahrzunehmen und zu artikulieren (vgl. Götz, Bulla 2009).

Aus der Perspektive der TeilnehmerInnen, die diese Projektionsfläche liefern (müssen), kann das nach außen so glorreich wirkende „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ jedoch auch sehr unangenehm werden und sie an die Grenzen der Belastbarkeit führen.

5.2 Der Ablauf, wie ihn die TeilnehmerInnen erlebten

Die ehemaligen TeilnehmerInnen wurden darum gebeten, den Ablauf ihrer Castingshow-Teilnahme zumindest kurz zu beschreiben. Je nach Format und TeilnehmerInnen ist dies zum Teil eine stichwortartige Ansammlung von Ortsangaben:

„Vorcasting – Truck, Wolfsburg, September 2010, Casting – Hamburg, September 2010, Recall – Köln, November 2010, Recall – Malediven, November 2010, 1. Liveshow – Februar 2011.“
(ca. 20-jähriger DSDS-Kandidat)

„Verspätet angemeldet (Juli/August 2011), zum letzten ‚Scouting‘ (Audition) gegangen. Quasi Recall am gleichen Abend. Eingeladen zu den sogenannten ‚Blindauditions‘ (September/Oktober 2011), eingeladen zu den Duetttrunden und Ausstrahlung der Aufzeichnungen im November und Dezember.“ (ca. 30-jähriger The Voice of Germany-Kandidat)

Andere gehen sehr viel weiter ins Detail und schildern zum Beispiel spezifische Situationen. Insgesamt ergibt sich ein potenzieller Ablauf, der dann für jedes Format ein wenig unterschiedlich aussieht. Je nachdem, bis zu welcher Phase der Castingshows die ehemaligen TeilnehmerInnen gekommen sind, unterscheiden sich die Darstellungen. Dabei finden sich Details, die so in der öffentlichen Wahrnehmung wenig bekannt sind.

Ein ca. 25-Jähriger, der bereits bei mehreren Musik-Castingshows mitgemacht hat, beschreibt den üblichen Verlauf:

„Ich habe jedes Jahr mindestens an einer Show teilgenommen. Überall dasselbe, erst Vorcasting, dann richtiges Casting vor der Jury und dann meistens Recall. Meistens über mehrere Tage oder Wochen verteilt.“ (ca. 25-jähriger Kandidat mehrerer Shows)

Zum Teil zögern die ehemaligen TeilnehmerInnen auch, bestimmte Details, wie das Vorcasting, zu nennen. Eine ca. 30-jährige DSDS-Kandidatin schreibt zum Beispiel:

„Naja. Es war ja nur ein Tag. Zuerst wollte ich keinem davon erzählen, weil natürlich keiner weiß, dass es vor dem ausgestrahlten Casting ein Precasting gibt, und alle denken, wenn ich irgendwie auch nur ansatzweise Töne treffe, müsste ich doch weiterkommen (...).“
(ca. 25-jährige DSDS-Kandidatin)

Selbstverständlich gibt es einen Auswahlprozess, der aus den Tausenden von BewerberInnen jene auswählt, die überhaupt potenziell für das Sendekonzept relevant sind. Schon aus produktionsfinanziellen Gründen wäre alles andere nicht realisierbar. Aller Wahrscheinlichkeit nach liegen der VIP-Jury zumindest zum Teil Informationen zu der/m KandidatIn vor, wenn

diese/r den Raum betritt. Auch die JurorInnen sind in einer professionellen Rolle, in der sie in erster Linie nicht sich selber spielen, sondern die für sie vorgesehene Rolle. Sie sind besetzt worden, weil sie auch in ihrer spontanen Reaktion gut in die Rolle hineinpassen und diese glaubhaft verkörpern. Zu einem professionellen Produktionsprinzip gehört aber auch, dass ihre Reaktionen redaktionell vorweggenommen und entsprechend KandidatInnen ausgewählt werden, auf die sie „anspringen“ und die ihnen eine Fläche zum Erfüllen ihrer Rolle geben. Je nach Format werden ihnen wahrscheinlich gelegentlich auch bestimmte Informationen zu den im Folgenden eintretenden KandidatInnen und z. T. auch Formulierungen von AutorInnen als Angebot vorliegen. Zu den professionellen Abläufen gehören relativ selbstverständlich auch lange Wartezeiten und Arbeitstage, die, wie es in Medienproduktionen üblich ist, weit über die büroüblichen Arbeitszeiten hinausgehen. Es werden Aufnahmen für Trailer produziert, die üblicherweise viele Male gedreht werden müssen, bis die Bilder und Tonaufnahmen entstehen, die Regisseur und Redaktion für die Richtigen halten. Für viele ist die Teilnahme an einer Castingshow die erste Begegnung mit einer professionellen Medienproduktion. Entsprechend erstaunt und auch etwas konsterniert sind sie. Besonders plastisch und nachfühlbar beschreibt eine ca. 30-jährige DSDS-Kandidatin die eigene Wahrnehmung:

„Zuerst mussten wir mehrere Stunden in verschieden bunt markierten Reihen stehen. Wir bekamen Nummern und mussten alle in einem abgedunkelten Raum vor mehreren Leuten singen (die man allerdings nicht erkennen konnte, weil Scheinwerfer auf einen selbst gerichtet waren, außerdem mehrere Kameras). Die Jury (natürlich nicht die aus dem Fernsehen bekannte) hat zwei, drei Fragen gestellt, dann sollte ich singen. Sie haben eigentlich gar nicht reagiert. Es kam ein Danke und dann war ich schon wieder zur Tür raus. Dort wurde ich mit Applaus empfangen, weil alle die nach mir in den Raum mussten, alles mithören konnten. Wir wurden dann (samt unserer Begleitpersonen) in irgendwelchen Hofeinfahrten/Treppenhäusern/Zimmern etc. aufgestellt und mussten stundenlang immer wieder laut „Deutschland sucht den Superstar“ brüllen, bis sie genug Aufnahmen für die eigene Werbung gemacht hatten. Im Nachhinein wurde natürlich erzählt, dass alle Menschen, die da waren, Teilnehmer waren. In Wahrheit war es nur ein Bruchteil. Es wurden am Ende, nach etlichen Stunden Warten und Brüllen insgesamt vier Leute aufgerufen, denen wiederum erzählt wurde, dass sie unfassbar gut wären und Stars werden würden. Alles fürchterliche Knalltüten, über die sich dann später, beim ‘richtigen’ Casting (mit Dieter Bohlen und Co.), so richtig lustig gemacht wurde. Ich habe an dem Tag mehrere Sängerinnen gehört, die der Wahnsinn waren. Technisch, von der Stimme her, auch super aussahen. Keine davon wurde genommen.“

(ca. 30-jährige DSDS-Kandidatin)

Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ wird, nach dem Entschluss teilzunehmen und der Vorbereitung auf diesen Tag, beim ersten Casting zunächst vor allem durch Anmeldung und langes anschließendes Warten geprägt. Das erste Vorsingen findet im Sinne eines Precastings vor einer unbekanntenen Jury statt.

Anschließend kommt es, je nach Einschätzung der Produktionsfirma und Redaktion, zu einem Ausschluss oder einer weiteren Qualifikation. Je nach Anliegen der Redaktion kann diese Qualifikation in der herausragenden Singleleistung begründet sein, oder darin dass die Person auf andere Weise in das Sendungskonzept passt. Ist es beispielsweise Ziel der Sendung, wie in der ersten Phase des Formates Pop Idol, neben möglichen HoffnungsträgerInnen und Identifikationsfiguren auch Freaks zu inszenieren, werden potenzielle KandidatInnen für ihre Leistung gelobt oder im Unklaren gelassen. Eine Kandidatin, die später als Freak inszeniert wurde, schreibt nur:

„Das Vorcasting ist soweit gut gelaufen.“ (ca. 25-jährige DSDS-Kandidatin)

Irgendwelche Hinweise, dass sie nicht wegen ihrer gesanglichen Qualitäten weitergekommen ist, gab es nicht. Sie ging gestärkt durch die positive Rückmeldung und mit der Qualifizierung für die VIP-Jury in den nächsten Auftritt. Dort wurde sie allerdings verbal herabgewürdigt und aufgrund ihrer Naivität und ihres Vertrauens zu den JurorInnen so inszeniert, dass sie als absoluter Freak und die JurorInnen als wohlwollende Beratende dargestellt wurden.

Bei anderen wird gezielt der nächste Auftritt besprochen. Eine ca. 20-jährige DSDS-Kandidatin beschreibt, wie sie sich in Zusammenarbeit mit dem Redaktionsteam in einem gescrripteten Video selbst in einer Rolle inszeniert hat und viel Spaß bei der Sache hatte:

„Ich habe ein Vorcasting durchlaufen, in dem ich wirklich gut gesungen habe, um ein ehrliches Feedback zu erhalten und kam eine Runde weiter. Als jedoch mein Image besprochen wurde und ich begriff, 'wie der Hase läuft', habe ich mich dafür entschieden, einen Spaßauftritt daraus zu machen. Das Produktionsteam hat sich darauf eingestellt und es wurde zu einer richtig lustigen Sache. Am nächsten Tag kam ich mit jeder Menge Outfits im Gepäck zur nächsten Castingrunde, samt Kamerateam, und wurde den ganzen Tag von der Kamera begleitet. Ich musste mich vor der Kamera umstylen, schminken, singen, shoppen gehen etc. Bis ich endlich das echte Casting samt Jury hatte. Alles verlief nach Anweisung. Ich durfte zwar mit meinen Worten sprechen, der Inhalt war jedoch im Vorfeld festgelegt. Da das Casting selbst ca. 30 Minuten dauerte und wir auch Dinge besprachen, die nicht ausgestrahlt wurden, nehme ich mir keinen der teilweise spitzen Kommentare zu Herzen. Ich kam natürlich nicht weiter, da ich das gar nicht wollte, sondern nur zur Belustigung da war.“ (ca. 20-jährige DSDS-Kandidatin)

Die Teilnehmerin lässt sich hier bewusst auf die Inszenierung ihrer Person ein und spielt das Spiel mit. An einem Drehtag wird ihr Porträt inszeniert und gedreht, wobei sie sich selbst nach einem Leitfaden in spezifischer Weise in Szene setzt. In der Situation des Vorsingens vor der Jury weiß diese bereits, was sie erwartet, und geht entsprechend mit diversen spitzen Kommentaren auf die Kandidatin bzw. den Typus, den sie spielt, ein. Von den 30 Minuten der Situation vor der VIP-Jury werden später 3 Min. 50 Sek. gesendet. Schon diese Beschreibungen ver-

deutlichen: Castingshows sind „Performatives Realitätsfernsehen“ (vgl. Mikos et al. 2000), bei dem Menschen in einer besonderen Situation gefilmt werden. Aber nicht nur die Abläufe provozieren bestimmte Situationen, die Menschen werden gezielt inszeniert bzw. inszenieren sich selbst zu bestimmten Typen.

5.3 Wie ehemalige KandidatInnen ihre Teilnahme erlebten

5.3.1 Positive Momente des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ im Rückblick

Viele der in dieser Studie Befragten haben ihre Teilnahme als KandidatIn einer Musik-Castingshow positiv erlebt und empfunden. Einige betonen, dass sie die zwischenmenschliche Ebene als sehr positiv erlebt und viel gelernt haben:

„Die Mitkandidaten waren immer alle super, jeder hat den gleichen Traum! Erfolg zu haben! Und egal wie unterschiedlich man war, jeder hat sich untereinander verstanden, weil man eben gleich gedacht und gefühlt hat!“ (ca. 25-jähriger Kandidat bei mehreren Shows)

Eine *The Voice of Germany*-Kandidatin schwärmt geradezu von ihren Erfahrungen:

„Ich habe unheimlich viel aus dieser Zeit gelernt, im musikalischen wie auch im menschlichen Sinne. Das Team und die Talente waren einfach eine Gemeinschaft und es war einfach den Talenten gegenüber alles fair!! Die Zeit dort war sehr gut! Es kam mir nie so vor, dass ich zu etwas gedrängt wurde oder über mich entschieden wurde und das Mitspracherecht war sehr groß!!“ (unter 18-jährige *The Voice of Germany*-Kandidatin)

Unter den KandidatInnen, die ihre Teilnahme als positiv beschreiben, finden sich meist auch diejenigen, die von der Produktionsfirma eingeladen wurden. Sie sind bereits im Musikbusiness tätig und nutzen die Show als Sprungbrett für ihre eigene Karriere.

Entsprechend berichtet einer dieser Teilnehmer davon, wie positiv sich der Auftritt auf den musikalischen Weg seiner Band ausgewirkt hat.

„Ich war gespannt, ob sich daraus etwas für meine Band und meine Musik ergibt – persönlich haben wir einige wichtige Schritte dadurch machen können: Aktuell wird unser Album produziert, einige interessante Gig-Anfragen kamen aufgrund der Medienpräsenz rein. Ansonsten habe ich mich dadurch nicht verändert.“ (ca. 35-jähriger *Unser Star für ...*-Kandidat)

Viele KandidatInnen, überproportional häufig Männer und (semi-)professionelle Musiker, hatten auch durchaus das Gefühl, bezüglich ihrer Musik respektvoll behandelt worden zu sein.

„Die musikalische Richtung wurde nicht angetastet. Man wurde vom Team mit Würde und Anstand behandelt, welches einem immer mit Rat und Tat beiseite stand.“

(ca. 20-jähriger *X Factor*-Kandidat)

Für einige war das gemeinsame Musizieren mit den bekannten Medienprofis eine herausragende und wertvolle Erfahrung:

„(...) alle von Pro7 waren wohlwollend und keiner wollte, dass die Kandidaten bloßgestellt werden. [Es war eine] große Ehre, mit Stefan Raabs Heavytones zu spielen und mit denen live im TV zwei meiner eigenen Songs zu performen (das war mein eigentliches Ziel an der ganzen Sache).“ (ca. 35-jähriger *Unser Star für ...*-Kandidat)

Für eine Reihe von Befragten war die Teilnahme im Nachhinein aber auch etwas, das für sie eine enorme psychische Herausforderung darstellte. Zum Teil sind sie daran gewachsen, zum Teil arbeiten sie noch immer an den negativen Erfahrungen.

5.3.2 Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ als Abfolge besonderer Herausforderungen mit Krisenpotenzial

„Es war toll, neue Leute kennen zu lernen, die auch gerne singen. Und doch war es sehr stressig. Es gab auch viele Momente, wo ich einige von den Kandidaten einfach nur umhauen hätte können. Aber sonst war es eine Erfahrung wert.“ (ca. 20-jähriger *DSDS*-Kandidat)

Anders als im Medium selber dargestellt, ist der Castingprozess nicht von durchgängig heiterer und entspannter Stimmung, dem Erlebnis von Gemeinsamkeit und dem Treffen anderer interessanter Menschen geprägt. Es ist ein außerordentliches Moment, in dem viele Menschen mit ähnlicher Interessenlage zusammenkommen. Ein großer Teil der Zeit wird aber mit stundenlangem Warten verbracht, während der Anspannung und ein „Sich-gegenseitig-Nerven“ selbstverständlich dazugehören. Ein Kandidat, der nach dem Casting gehen musste, beschreibt seinen Auftritt *„eher als Qual, weil man ziemlich lange auf seinen Auftritt warten musste“* (ca. 25-jähriger *Popstars*-Kandidat).

Bei der Bewerbung müssen per Formular diverse persönliche Fragen beantwortet werden. Einige KandidatInnen wachsen an dieser Herausforderung und entwickeln zum Teil Widerstandspotenzial:

„Die lange Warterei nervt ziemlich und die vielen persönlichen Fragen, die ich aber umgangen bin, weil ich keiner von denen bin, die alles mit sich machen lassen.“

(ca. 35-jähriger *X Factor*-Kandidat)

Die zeitliche und nervliche Belastung, die durch den Ablauf und die Notwendigkeiten einer Fernsehproduktion entstehen kann, ist an sich nicht zu unterschätzen: Lange Drehtage, ausgedehnte Wartezeiten und dann die Anforderung, innerhalb kürzester Zeit optimal „zu funktionieren“, und dann: Warten.

„Die Castings waren eigentlich sehr angenehm und haben echt Spaß gemacht. Beim Recall in Berlin war es schon echt anstrengend und das ganze Wochenende hat mich nervlich schon sehr strapaziert. Vor allem beim Beginn des Recalls waren alle Teilnehmer für einen ganzen Tag, der bis tief in die Nacht ging, in einem großen Raum zusammengepackt worden. Wir durften diesen Raum auch nicht verlassen. Bis spät in die Nacht mussten wir auf unsere Ergebnisse warten.“
(ca. 25-jähriger DSDS-Kandidat)

5.3.3 Das Erlebnis, abgelehnt zu werden

Es gehört zum Grundprinzip einer Castingshow, dass nur eine oder einer gewinnt und fast alle ausscheiden müssen. Statistisch gesehen erhalten über 99 % an irgendeiner Stelle des Prozesses eine Ablehnung.

Das an sich ist eine Erfahrung mit Krisenpotenzial. Besonders schwierig wird diese Erfahrung, wenn sie das Selbstbild angreift. Die TeilnehmerInnen sind mit einer bestimmten Vorstellung in das Casting gegangen: Sie können singen und sind als Typ geeignet, um in die Show zu kommen. Dieser Teil ihres Selbstbildes wurde enttäuscht:

„Ich hab mich allerdings verarscht und ausgenutzt gefühlt. Man geht hin und macht sich so viel Mühe und gibt sein Bestes und am Ende wird man nur enttäuscht. Noch dazu dadurch, dass Leute weiter kommen, die gar nichts können. DSDS ist die reine Verarsche.“
(ca. 30-jährige DSDS-Kandidatin)

Diese emotionale Kränkung wird von einigen als mittlerweile verarbeitetes Erlebnis beschrieben:

„Ich war total gekränkt, habe mir eingebildet, dass ich nicht singen kann. Das ist aber Schwachsinn. Ich werde in naher Zukunft Gesang studieren. Wenn ich nicht singen könnte, würde ich es nicht studieren.“ (unter 18-jährige Popstars-Kandidatin)

Wie bei dieser Kandidatin schaffen Menschen es, im Normallfall, mit Ablehnungen und Krisen umzugehen und daraus letztendlich gereift hervorzugehen. Gleichzeitig ist die Häufigkeit auffällig, mit der vor allem die Art der Ablehnung im Gedächtnis geblieben ist:

„[Ich] musste mich noch nie so ansprechen lassen.“ (ca. 30-jähriger DSDS-Kandidat)

„Es war ein Erlebnis, das ich nie wieder erleben möchte. Es war deprimierend, traurig.“
(unter 18-jährige DSDS-Kandidatin)

Wie sehr die Krise der Ablehnung an sich zu einer Verletzung wird, hängt dabei ohne Frage auch davon ab, wie viel Respekt dem Individuum entgegengebracht wird. Da es zum Konzept einiger Formate gehört, gerade in der ersten Phase Menschen respektlos zu behandeln und durch markige Sprüche harte Absagen zu erteilen, besteht hier systemimmanent ein hohes Krisenpotenzial.

5.3.4 Kritik verdauen

Im weiteren Castingverlauf befinden sich die TeilnehmerInnen in einer Art Trainingssituation. Hier erleben sie Kritik an sich, was für jeden Menschen eine Herausforderung ist, da es meist das bisherige Selbstbild in Frage stellt. Dieses Krisenpotenzial schwingt in diversen Aussagen mit. Bei einigen wird es explizit benannt:

„Innerlich hat mich die Erfahrung schon vor der Ausstrahlung erst mal in eine kleine Selbst-Krise fallen lassen. Da ich Kritik immer annehme (manchmal von den falschen Personen), war ich nach dem Casting komplett verunsichert und manche Dinge, die D! [Juror Detlef D! Soost, Anm. d. Autorinnen] gesagt hatte, musste ich erst einmal verdauen. Jetzt mittlerweile bin ich darüber hinausgewachsen und habe auch an Stärke gewonnen.“
(ca. 20-jährige Popstars-Kandidatin)

Sind Kritik und Herausforderung mit dem entsprechend angemessenen Abstand nachvollziehbar, wird es im Normalfall den Menschen gelingen, sie für sich produktiv zu nutzen. Dies kann eine Annahme bestimmter Punkte sein, oder aber auch ein bewusstes Ablehnen und Sich-anders-Positionieren. Wichtig ist jedoch, dass der Mensch sich dabei als handlungsmächtig erfährt.

5.3.5 Typisierung durch die MedienmacherInnen

Während körperlich anstrengende Momente im Prozess, Kritik und Ablehnung ein relativ normaler Teil der meisten Auswahl- und Trainingsprozesse sind, ist die mediale Aufbereitung etwas, das prototypisch für die Castingshow ist. Schon während des Prozesses sind sich die TeilnehmerInnen bewusst, dass Szenen ausgewählt werden:

„Tatsache ist, dass Situationen bewusst/unbewusst natürlich verfälscht werden, wenn man aus so viel Filmmaterial eine kurze Szene schneidet.“ (ca. 25-jähriger DSDS-Kandidat)

Dass die Darstellung durch ein Medium nicht mit dem Selbstbild übereinstimmt, liegt bis zu einem gewissen Grad in der Sache an sich begründet.

„Meiner Meinung nach wurde ich zwar nicht so dargestellt, wie ich bin, aber schlecht wurde ich nicht dargestellt.“ (unter 18-jährige Popstars-Kandidatin)

Selbstbild und Fremdbild können auseinanderdriften, insbesondere wenn, wie bei Kamerateam und Redaktion, die zwangsläufig interpretierende Darstellung eines Menschen nur auf einer kurzen Begegnung in einer sehr speziellen Situation beruht. Haben Kamerateam und Redaktion nicht nur das Ziel zu dokumentieren, sondern auch die Absicht, eine interessante Sendung zu machen – und auch dies liegt in der Sache an sich begründet – besteht die Gefahr, bestimmte Situationen zu provozieren und durch Auswahl und Interpretation der Bilder Menschen zu stilisieren.

Dies ist für das Individuum gut tragbar, solange die Darstellung der Person insgesamt positiv ausfällt. Von den befragten KandidatInnen war dies bei vielen Männern der Fall. Sie erkennen, dass sie in eine bestimmte Rolle gedrängt und entsprechend dargestellt wurden:

„Man wird in eine Rolle getan und nicht real dargestellt.“ (ca. 20-jähriger DSDS-Kandidat)

Für sich selbst ziehen sie aber im Nachhinein den Schluss, dass dies durchaus positive Züge hatte, entsprechend bewerten sie das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ insgesamt als positiv:

„Meistens wird das im Fernsehen nicht so ausgestrahlt, wie es in Wirklichkeit war... viele Wörter werden umgedreht, es werden Szenen ausgestrahlt, die am 'spannendsten' sind etc... für mich aber immer positiv! Zum Glück! Andere hatten weniger Glück.“ (ca. 25-jähriger Kandidat mehrerer Shows)

Zum Teil gelingt es den TeilnehmerInnen nachträglich genau hieraus für sich Erkenntnisse im Umgang mit dem Mediensystem zu ziehen. Ein ca. 20-Jähriger beispielsweise, der in die Live-Show gekommen ist, beschreibt seine Erfahrung. Er wurde in seinen Augen positiv inszeniert und erst später anders dargestellt.

„Ich hatte Glück, dass ich anfangs sehr gut dargestellt wurde. Erst später wollte man mich in eine Richtung pressen.... Ich werde mich in Zukunft stärker durchsetzen und sagen, wenn mir was nicht passt.“ (ca. 20-jähriger X Factor-Kandidat)

In den Prozess eingebunden, bemerken die TeilnehmerInnen die Grundphänomene einer Castingshow-Produktion. Diese ist eben keine Dokumentation, sondern die Produktion einer möglichst interessanten Sendung, was immer auch Produktionsfirma und Redaktion sich darunter vorstellen. Sich dieses Zusammenhangs zunehmend bewusst zu werden ist kein angenehmes Gefühl.

„Mir wurde vor allem beim Recall relativ schnell bewusst, wie viel gefaked, inszeniert und manipuliert ist. Deswegen habe ich mich immer wieder gefragt, ob ich denn überhaupt weiterkommen will. Ich merkte schnell, wie sehr es mich nervte, dass man gerade von D! andauernd pseudo-tiefenpsychologisch analysiert wurde. Die anderen Teilnehmer waren größtenteils tolle Menschen, von ihnen habe ich fachlich etwas lernen können.“

(ca. 20-jährige Popstars-Kandidatin)

Eine Veränderung der Einschätzung von Personen und Situationen stellt für jeden Menschen eine besondere Herausforderung dar. Für das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ kommt hierbei noch das Spezifikum dazu, dass sich die TeilnehmerInnen vorher meist ein medienfundiertes Bild von den Personen, „wie sie so sind“ und „was einen dort erwartet“, gemacht haben.

Während der Teilnahme an dem Prozess selber wird diese Vorstellung nicht nur ausdifferenziert, verändert und übertroffen, was normaler Teil des Zusammenspiels von Vorannahmen zu einer Situation und einem Prozess ist. Viele Details der Fernsehproduktion sind ZuschauerInnen dabei nicht bewusst, zum Beispiel, wie sehr die Profis sich selber inszenieren (müssen), um dann genügend Material für den Schnitt zu produzieren.

Entsprechend enttäuschend ist dann meist die direkte Interaktion mit den Menschen, die im Fernsehen als verstehende und unterstützende Trainer inszeniert werden. Diese Verunsicherung, die das Selbst durchleben muss, da es die bisherigen Vorannahmen verwerfen oder zumindest anpassen muss, braucht Raum zur Verarbeitung. Dieser steht aber in dem an sich schon sehr aufgeladenen und körperlich und emotional anstrengenden Prozess nicht zur Verfügung. Zusätzlicher psychischer Druck entsteht.

Besonders bitter wird die Erfahrung jedoch dann, wenn die TeilnehmerInnen im Prozess, oder später in der Fernsehausstrahlung, das Gefühl hatten, im Ganzen oder im Detail falsch und negativ dargestellt worden zu sein. Besonders häufig kommt das vor, wenn sie Teil der gezielten Inszenierung des begründeten Rausschmisses wurden. KandidatInnen, die in dieser oder der nächsten Folge ausscheiden, werden besonders oft und deutungsgeladen gezeigt. Dramaturgisch wird herausgearbeitet, wie und wodurch sie sich falsch verhalten. Damit erscheint der dann folgende Rausschmiss als inhaltlich begründet. Für die FernsehzuschauerInnen werden die KandidatInnen damit zur Abgrenzungsfigur, denn so würde man sich selbst nie verhalten. Auf der anderen Seite wird die Sympathie der JurorInnen nicht dekonstruiert, denn ihre Entscheidung wird so nachvollziehbar. Dies wird auch den KandidatInnen im Nachhinein durchaus bewusst:

„Es hat mir nicht sehr gefallen, weil sie die Leute, die rausfliegen, in einem falschen Licht darstellen.“ (ca. 25-jährige Popstars-Kandidatin)

So geschickt dieser dramaturgische Kniff aus Sicht von Produktionsfirmen und Sendern auch ist, und so hoch der Gebrauchswert für die ZuschauerInnen auch sein mag: Für die Menschen, die diese Stilisierung trifft, ist er ausgesprochen unangenehm. Sie fühlen sich falsch dargestellt, fühlen sich abgewertet, ohne dass sie etwas dagegen tun konnten.

„Ich war im ersten Casting, wo ich viel Lob von der Jury bekam, aber wegen meiner Fitness kritisiert wurde, weil ich paar Kilos zu viel habe. Trotzdem kam ich locker weiter. Danach gab's einen Recall, wo ich mit einer Gruppe zusammenarbeiten musste. Wir hatten den Song geübt, aber manchmal kam dann plötzlich ein Kamerateam, das Lügengeschichten über mich angestiftet hat – und deswegen bin ich auch emotional zusammengebrochen. Sie haben meine Psyche geschädigt. Am Ende flog ich raus, weil sie nicht meinen Gesang beurteilt haben, sondern die Lügengeschichten, z. B. dass ich anscheinend nicht richtig mit meiner Gruppe geübt hätte, ALKOHOL getrunken hätte, aber trotzdem haben sie gesagt, wie toll ich singe. Letztendlich finde ich, sollte die Stimme zählen.“ (unter 18-jährige Kandidatin mehrerer Shows)

Besonders prekär wird dies, wenn die KandidatInnen als Freaks inszeniert werden. Die Häme aus dem Umfeld hört zum Teil nach Jahren noch nicht auf, da die Videos nach wie vor im Netz abrufbar sind. Wird dann bei der Zusammenstellung der größten Freaks der letzten Staffel der Auftritt zum zigsten Male wiederholt, kommt es zur Dauerkrise.

Eine ehemalige Teilnehmerin fühlt sich entsprechend bloßgestellt. Ihren Auftritt kommentierte Juror Dieter Bohlen damals auf seine typisch abwertende Art: *„Stimme war Null. Du stehst da wie ein dummer, fetter Schlafsack.“*²²

„Ich hätte mich niemals dort beworben, wenn ich gewusst hätte, was die mit den Leuten da alles machen, nur um die blöd darzustellen, nur damit die Leute was zu lachen haben.“
(ca. 25-jährige DSDS-Kandidatin)

Aber nicht nur für diejenigen, die zu Freaks stilisiert wurden, war das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ eine Abfolge von Krisen. Auch jene, die im Castingverlauf weitergekommen sind, beschreiben emotionale Krisen.

5.3.6 Überforderung durch die Bühnenshow

Eine weitere besondere Herausforderung stellen die Shows dar. Ohne Frage ist es eine aus allen bisherigen Erfahrungen herausragende Situation. Selbst für gestandene Profis wäre ein solcher Auftritt eine Situation, die mit einem hohen Adrenalin- und Endorphin-Spiegel einhergehen würde:

„Die Liveshows waren eine großartige Erfahrung. Trotzdem war der Druck sehr groß, vor so einem großen Publikum zu performen.“ (ca. 25-jähriger DSDS-Kandidat)

²² Zitat zum Schutz der Kandidatin geändert.

Für jeden Menschen wäre ein solches Auftrittserlebnis vor großem Livepublikum etwas, was anschließend Zeit zur psychischen Verarbeitung braucht. Die TeilnehmerInnen standen dies nun Woche für Woche durch. Eine Kandidatin, die bis ins Halbfinale gekommen ist, schreibt über ihre Angst vor den Auftritten und darüber, dass sie nicht mehr essen konnte und enorm erschöpft war.

„Die Bühne war mir zu groß. Ich kam mir unbeholfen vor und wusste nicht, warum ich mich auf einer riesigen Bühne hin und her bewegen sollte, wo ich doch Musik erleben und machen wollte. Vor den Fernsehauftritten war ich meist so panisch, dass ich mich in einen Raum ca. eine Stunde alleine zum Einsingen zurückgezogen habe und direkt vor dem Aufgang auf die Bühne am liebsten weggelaufen wäre.. Nach den Shows war ich jedes Mal unglaublich erschöpft. In den letzten zwei, drei Wochen der Show konnte ich trotz des starken Willens es zu tun, nicht mehr essen ...“
(ca. 25-jährige *Unser Star für ...*-Kandidatin bei Pro7)

Die Teilnahme an der Produktion mit ihren wöchentlichen Shows und der ständigen Herausforderung, für das nächste Großereignis mit neuem Song und neuem Programm anzutreten, ist für jeden Menschen eine enorme körperliche, emotionale und psychische Herausforderung. Hinzu kommt die ständige Präsenz von Kameras, wenn nicht bei der Show selbst, dann von der Berichterstattung in anderen TV-Formaten, Print, Presse etc. Selbst für professionell ausgebildete SchauspielerInnen wäre eine Show, die jedes Wochenende ein neues Programm und eine erneute Chance der tiefen Kränkung und Ablehnung in sich trägt, eine enorme Anstrengung.

Hinzu kommt, dass die KandidatInnen aus ihrem sonstigen privaten Umfeld herausgerissen sind. Normale Routinen und Freiräume gibt es nicht. Sie sind von FreundInnen und Eltern, die ihnen bei Verarbeitungsprozessen helfen und sie emotional stützen könnten, weitestgehend getrennt. Insbesondere die KandidatInnen unter 18 Jahren, die bei den beiden großen Shows *DSDS* und *Popstars* teilnahmen, beschreiben ihre Erfahrungen als negativ.

Andere haben das Gefühl, an der Herausforderung persönlich gewachsen zu sein, zum Beispiel ein Kandidat, der sich bei *DSDS* bis in die Top 10 platzieren konnte:

„Ich wurde reifer durch diese Erfahrung. Vor allem im Umgang mit Medien. Ich habe einen guten Einblick in die Welt des Entertainments bekommen, und das hat mich eigentlich ein wenig abgeschreckt, weil man sich nicht gegenseitig respektiert, sondern den Menschen eher als Objekt betrachtet.“ (ca. 25-jähriger *DSDS*-Kandidat)

Soweit sich dies aus einer schriftlichen Befragung rekonstruieren lässt, ist es diesem ehemaligen Teilnehmer gelungen, das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ zu verarbeiten und in sein Selbstbild zu integrieren. Es waren tiefgreifende Erfahrungen, die nicht in sein bisheriges Welt- und Menschenbild passten. Er beschreibt, wie er sich durch die Erfahrung verändert hat und persönlich gewachsen ist. Dies findet sich bei diversen Shows sowohl bei Männern als auch bei

Frauen. Und dies ist aller Wahrscheinlichkeit nach eine typische Art, wie Menschen mit dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ umgehen:

„Die Erfahrung der Showteilnahme hat mich sehr geprägt. Mittlerweile kann ich Positives daraus ziehen und sagen, dass es gut ist, einen Einblick in einen Bereich erhalten zu haben, der vielen anderen nicht in der Form bekannt ist. So kann ich reflektierter mit dem umgehen, was mich umgibt. Ich habe viel Naivität verloren (ich dachte damals, dass diese Sendungen gerecht und chancengleich ablaufen). Ebenso war besonders die Zeit nach der Show von zahlreichen menschlichen Enttäuschungen begleitet. Ich bin damals sehr viel misstrauischer geworden. Heute sehe ich vieles lockerer und nehme den Opportunismus von Menschen mit Humor. Damals hat mich das fast verzweifeln lassen. Ich dachte: ‚Wann kann ich endlich wieder jemandem trauen und wem? Wer hat hier überhaupt Interesse an mir und nicht daran, jemanden zu kennen, der mal im Fernsehen war?‘“

(ca. 25-jährige Unser Star für ...-Kandidatin)

5.3.7 Die Kombination von abwertender Typisierung und Überforderung durch die Bühnenshow

Besonders schwer zu verarbeiten wird das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“, wenn der Stress der Bühnenshow-Phase mit einer Abwertung durch die Jury und in der öffentlichen Darstellung zusammentrifft, so wie dies nachweislich bei einer damals 18-Jährigen der Fall war. Sie fühlte sich in ihrem Vertrauen und Unwissen ausgenutzt:

„Ich war 18 Jahre alt und kannte diese Art einer TV-Produktion nicht. Ich vertraute immer allen und im Nachhinein war das naiv und hat mir und meiner Familie sehr viel Schmerz bereitet.“

(ca. 20-jährige DSDS-Finalistin)

Entsprechend kommen einige der ehemaligen TeilnehmerInnen für sich zu der Schlussfolgerung, dass sie eindeutig überfordert waren:

„Es hat mir gezeigt, wie fies das Showgeschäft ist. [...] Ich war wochenlang traurig darüber, wie sie mich behandelt haben. Ich war 16 Jahre alt und bin noch nicht im Stande, solche Sachen auszuhalten.“ (unter 18-jährige Kandidatin mehrerer Shows)

Demzufolge verwundert es nicht, wenn einige der KandidatInnen die Teilnahme im Nachhinein als tiefe Krise einschätzen, die zum Teil in einer Depression endete:

„Währenddessen fand ich alles superinteressant. Wir haben viel erlebt, hatten jeden Tag zu tun und es hat mir unglaublich viel Spaß gemacht. Was sehr negativ war, waren die Bewertungen der Jury, die unter aller Sau waren. Ich war damals erst 16 Jahre alt und konnte damit nicht umgehen, bekam später Depressionen und bekomme bis heute mein Leben nicht in den Griff.“

(ca. 25-jährige DSDS-Kandidatin)

Insgesamt ist die Einschätzung des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ von den individuellen Erfahrungen abhängig. Diese sind für einige – überproportional junge und attraktive Männer sowie Profis – durchaus positiv. Sie konnten die neuen Erfahrungen in einer herausragenden Situation produktiv nutzen. Selbst wenn sie sich als inszeniert und typisiert wahrnehmen, haben sie doch das Gefühl, insgesamt gut weggekommen zu sein. Sie, wie eine Reihe von Frauen auch, sind an den Herausforderungen gewachsen und gehen aus dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ letztendlich (soweit eine schriftliche Befragung diese Aussage zulässt) psychisch gesund heraus.

Für andere ist die Teilnahme, wenn die anfängliche Euphorie gewichen ist, eine enorme Herausforderung, der sie sich zum Teil nicht mehr gewachsen fühlen. Sie haben das Gefühl des Entzugs der Handlungsmächtigkeit, fühlen sich ausgenutzt und falsch dargestellt. Dies kann mit dem Erfolg innerhalb des Prozesses zusammenhängen, denn schon die Ablehnung durch die Jury verletzt und geht entsprechend oft mit dem Gefühl missverstanden zu sein einher. Kommt dann noch ein respektloser Umgang oder eine herabwürdigende Kritik von einem Menschen, den man bewundert, hinzu, kann dies noch eher zu einer emotionalen Krise führen. Folgt schließlich noch eine extreme Typisierung, wird das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ etwas, von dem man sich ausgenutzt und erniedrigt fühlt. Spiegeln dies dann noch die Menschen aus dem eigenen sozialen Umfeld wider, ohne dass die TeilnehmerInnen sich wirklich dagegen wehren können, wird es zu einem Erlebnis, das nur schwer zu verarbeiten ist.

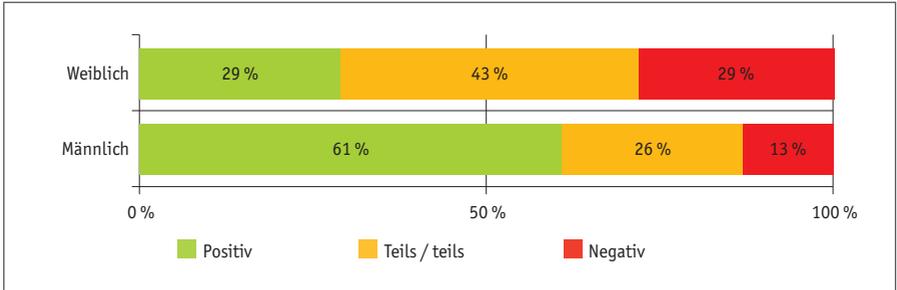
In einigen Fällen waren die TeilnehmerInnen sogar ausgesprochen erfolgreich und sehen das Erlebnis im Nachhinein dennoch als etwas, das sie nicht noch einmal machen würden. Dies trifft vor allem bei den (jungen) Frauen zu, aber auch in einigen Fällen auf Männer.

5.4 Quantifizierung der Aussagen innerhalb der Stichprobe

Wie bereits formuliert, kann die Stichprobe für sich keine Repräsentativität für alle Castingshow-TeilnehmerInnen beanspruchen. Insofern kann jede Auszählung immer nur eine Aussage über die Stichprobe dieser Studie sein, und nicht über das Phänomen „an sich“. Dennoch hilft die Quantifizierung innerhalb der Stichprobe, um zumindest keinen durch die qualitativ starken Aussagen verzerrten Blick auf das Phänomen zu bekommen. Insofern wurden die Antworten auf die offen gestellte Frage im Nachhinein nach emotionaler Konnotation in die Grundkategorien: „positiv“, „teils/teils“ und „negativ“ eingeordnet.

Dabei zeigt sich: Die Mehrheit der hier befragten ehemaligen KandidatInnen beschreibt die Teilnahme in positiven Worten. Knapp ein Drittel blickt mit gemischten Gefühlen auf die Teilnahme zurück und für ein Fünftel ist die Teilnahme negativ belegt.

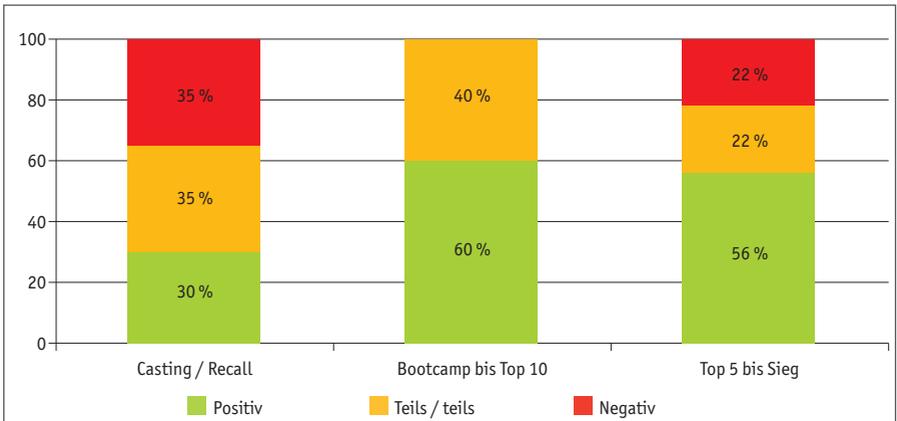
5.4.1 „Bitte beschreiben Sie, wie Sie Ihre Teilnahme als KandidatIn einer Musik-Casting-show erlebt und empfunden haben.“



n = 44 ehemalige KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 11: „Bitte beschreiben Sie, wie Sie Ihre Teilnahme als KandidatIn einer Musik-Casting-show erlebt und empfunden haben?“ nach Geschlecht

Der Anteil der männlichen Befragten, die die Teilnahme positiv erlebt und empfunden haben, ist mit zwei Dritteln doppelt so hoch wie der der weiblichen Befragten mit einem Drittel. Ein möglicher Hintergrund hierfür könnte der größere Erfolg der hier befragten Männer innerhalb der Shows sein. Dies wird durch die Auswertung nach dem „Ausstiegszeitpunkt“ bestätigt.



n = 44 ehemalige KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage²³

Abbildung 12: „Bitte beschreiben Sie, wie Sie Ihre Teilnahme als KandidatIn einer Musik-Casting-show erlebt und empfunden haben?“ nach Erfolg

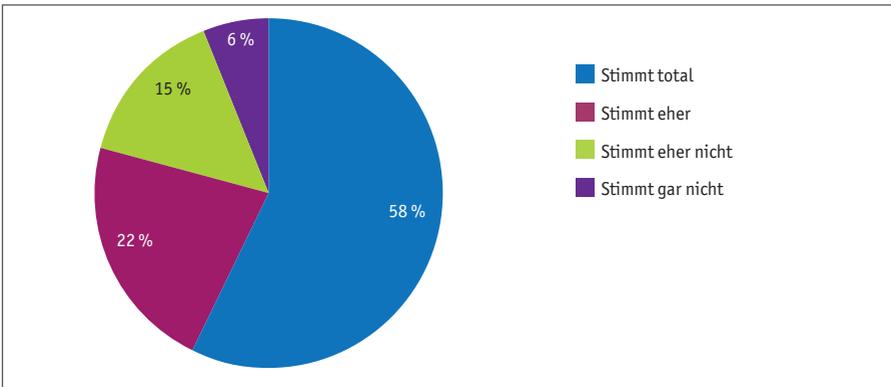
²³ Ergeben die Werte in diesen und den folgenden Grafiken 99 bzw. 101 %, so ist dies der Vereinfachung durch Rundung geschuldet. Aus Gründen der Lesbarkeit werden für diese an sich qualitativ orientierte Studie die Nachkommastellen weggelassen.

Auch zeigt sich, dass die KandidatInnen, die bereits beim Casting bzw. beim Recall ausgeschieden sind, ihre Teilnahme deutlich negativer empfinden. Jede/r Dritte empfindet ihre/seine Teilnahme als negativ. Diejenigen, die im Castingverlauf weitergekommen sind, schätzen die Erfahrung häufiger als positiv ein. Das heißt aber nicht, dass mit dem „Erfolgreich-Sein“ die kritische Einschätzung des Erlebnisses automatisch verschwindet. Unter den befragten EndteilnehmerInnen sieht im Nachhinein zwar ein großer Teil das Erlebnis als positiv, der Rest teilt sich jedoch in jene, die sowohl positive als auch negative Worte finden, und jene, die auch jetzt – zum Teil noch Jahre später – ihre Teilnahme vor allem als negatives Erlebnis bewerten.

Die meisten negativen Erfahrungen beschreiben die KandidatInnen der Shows *DSDS* und *Popstars*. Nur positiv wird die Erfahrung von den vier TeilnehmerInnen des Formats *Star Search* beschrieben. Gemischt oder rein negativ beschreiben die TeilnehmerInnen von *Das Supertalent* ihre Erfahrungen.

5.4.2 „Ich bin stolz auf meine Teilnahme“

Um über die allgemeine Einschätzung des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ hinaus die Details angemessen einschätzen zu können, baten wir die ehemaligen TeilnehmerInnen, Rückmeldungen zu einzelnen psychologisch zentralen Momenten des Selbsterlebens für sich im Nachhinein noch einmal einzuschätzen. Wie ordnen die ehemaligen TeilnehmerInnen ihre eigenen Gefühle in Bezug auf die Teilnahme nachträglich ein? Sind sie stolz auf ihre Teilnahme?



n = 55 KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

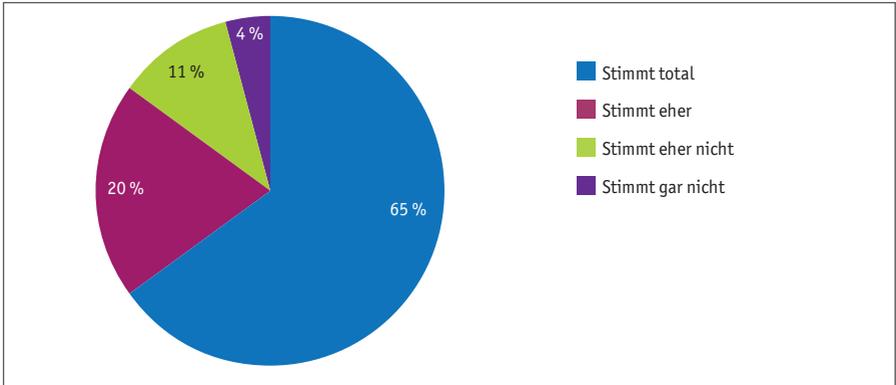
Abbildung 13: „Ich bin stolz auf meine Teilnahme“

Drei von vier KandidatInnen dieser Stichprobe stimmen trotz allem Unwohlsein zu, stolz auf ihre Teilnahme zu sein. Mehr als die Hälfte sogar total. Dabei zeigt sich ein deutlicher Geschlechterunterschied. Ein Drittel der Frauen gibt an, nicht stolz auf die Teilnahme zu sein, wohingegen nur jeder zehnte männliche Befragte der Aussage nicht zustimmt. Tendenziell ist *DSDS* das Format, bei dem die wenigsten KandidatInnen mit Stolz auf ihre Teilnahme zurückblicken. Fast je-

de/r dritte der *DSDS*-KandidatInnen gibt an, dass sie/er nicht stolz auf ihren/seinen Auftritt ist. Die *Popstars*-, *The Voice of Germany*- und *X Factor*-KandidatInnen blicken weitaus selbstbewusster auf ihren Auftritt zurück.

5.4.3 „Die Teilnahme an der Castingshow war eine tolle Erfahrung“

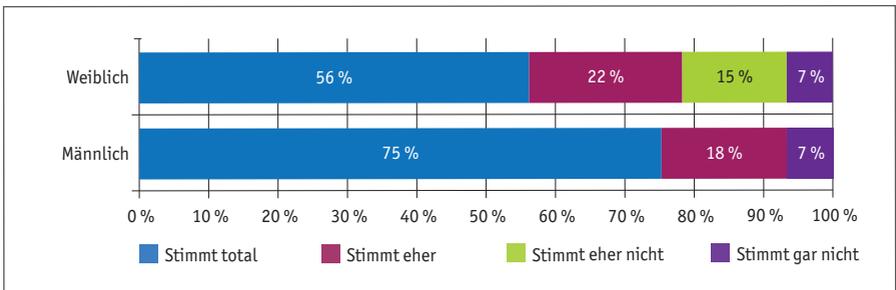
Noch deutlicher wird die Einschätzung bei der Verteilung auf die Frage, ob das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ im Nachhinein eine „tolle Erfahrung“ war, als Überbegriff einer Emotionsbeschreibung.



n = 55 KandidatInnen von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 14: „Die Teilnahme an der Castingshow war eine tolle Erfahrung“

Insgesamt bewerten 85 % der ehemaligen KandidatInnen das Item positiv. 15 % lehnen es ab und empfinden die Teilnahme rückwirkend als keine tolle Erfahrung.



n = 55 TeilnehmerInnen von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

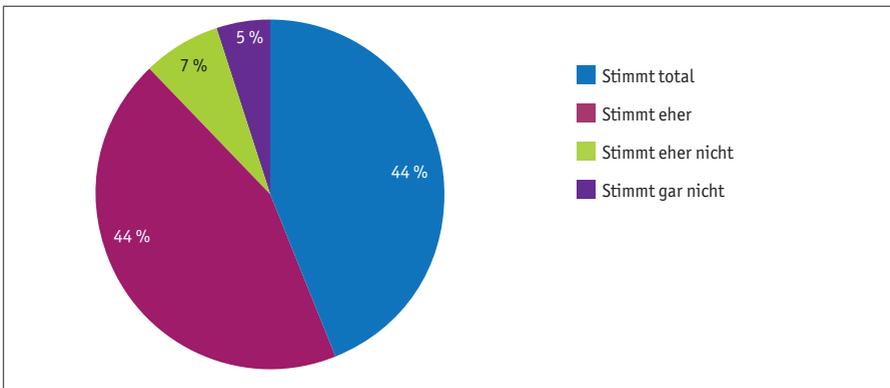
Abbildung 15: „Die Teilnahme an der Castingshow war eine tolle Erfahrung“ nach Geschlecht

Für die Männer war die Teilnahme deutlich häufiger eine „tolle“ Erfahrung als für die Bewerberinnen.

Dies hat zum einen etwas mit dem Weiterkommen innerhalb der Show zu tun. Je erfolgreicher die KandidatInnen beim Vorsingen waren, umso eher sehen sie die Teilnahme an der Castingshow als tolle Erfahrung an. Sind es ein Fünftel der KandidatInnen, die beim Recall gehen mussten, die ihre Teilnahme nicht als tolle Erfahrung sehen, sind es nur noch ein Zehntel derjenigen, die es bis in die Top 10 geschafft haben, und ein Zehntel, die mindestens die Top 5 erreicht haben. Da die Männer der Stichprobe deutlich erfolgreicher waren als die Frauen, erklärt dies einen möglichen Zusammenhang zur positiveren Einschätzung des Erlebnisses. In Bezug auf das Format, bei dem die KandidatInnen mitgemacht haben, wird die Aussage „Die Teilnahme war eine tolle Erfahrung“ am stärksten von den KandidatInnen der Shows *DSDS* und *Popstars* abgelehnt.

5.4.4 „Ich fühlte mich vom Produktionsteam gut betreut“

Standardisiert abgefragt wurde zudem, wie die TeilnehmerInnen ihre Betreuung durch das Produktionsteam wahrnahmen.



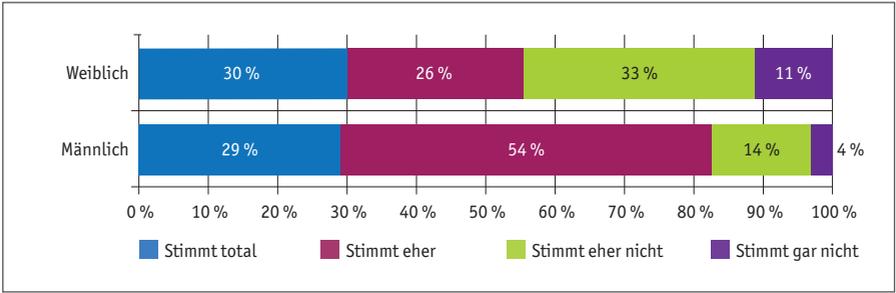
n = 55 TeilnehmerInnen von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei der Frage

Abbildung 16: „Ich fühlte mich vom Produktionsteam gut betreut“

Neun von zehn KandidatInnen fühlten sich von Seiten des Produktionsteams zumindest fast immer gut betreut. Die Frauen fühlten sich im Schnitt nicht ganz so gut vom Produktionsteam betreut wie die Männer. Je weiter sie gekommen sind, umso besser empfanden sie die Betreuung. Von denen, die es mindestens unter die Top 5 geschafft haben, fühlten sich im Nachhinein alle gut betreut.

5.4.5 „Ich bin als KandidatIn respektvoll behandelt worden“

Standardisiert abgefragt wurde, wie sehr sie das Gefühl hatten, mit Respekt behandelt worden zu sein. Ein Drittel der TeilnehmerInnen der Stichprobe lehnt die Aussage ab und empfindet den Umgang mit der eigenen Person als nicht respektvoll.

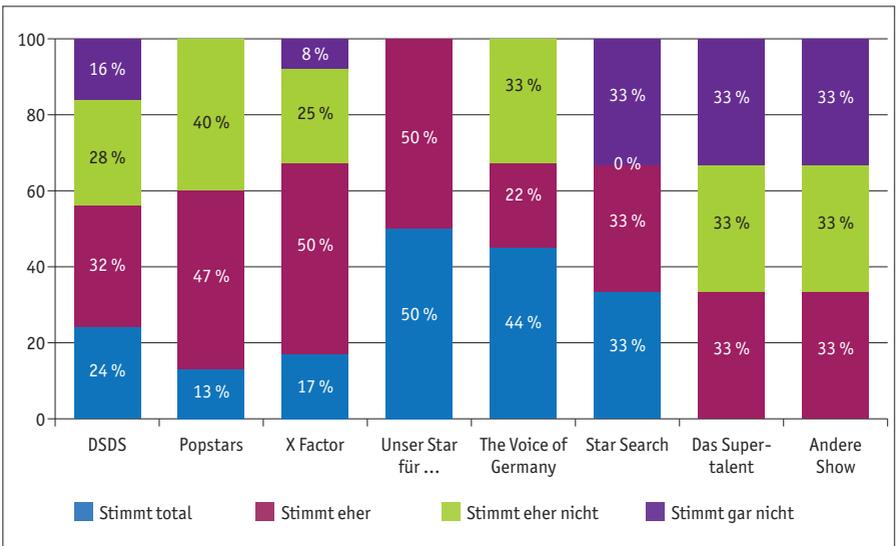


n = 55 TeilnehmerInnen von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 17: „Ich bin als KandidatIn respektvoll behandelt worden“ nach Geschlecht

Zwischen den Geschlechtern gibt es einen deutlichen Unterschied. Vom subjektiven Gefühl der KandidatInnen her wurden die Männer bei den Castings deutlich besser behandelt als die Frauen. So sind es mehr als drei Viertel der Teilnehmer, die den Umgang mit ihrer Person als respektvoll empfinden. Aber nur etwas mehr als die Hälfte der Kandidatinnen stimmt der Aussage eher oder total zu.

Je weiter die TeilnehmerInnen gekommen sind, umso positiver bewerteten sie den Umgang mit ihnen im Castingverlauf. Während zwei Drittel derjenigen, die die Show spätestens nach dem Recall verlassen mussten, angeben, sie seien respektvoll behandelt worden, sind es bei denjenigen, die es bis in die Top 10 geschafft haben, drei Viertel und bei den Finalisten ganze neun von zehn. Dies deutet darauf hin, dass der Respekt gegenüber den KandidatInnen mit ihrem Erfolg zugenommen hat und dass diejenigen, die für die Show wichtiger wurden, besser behandelt wurden.



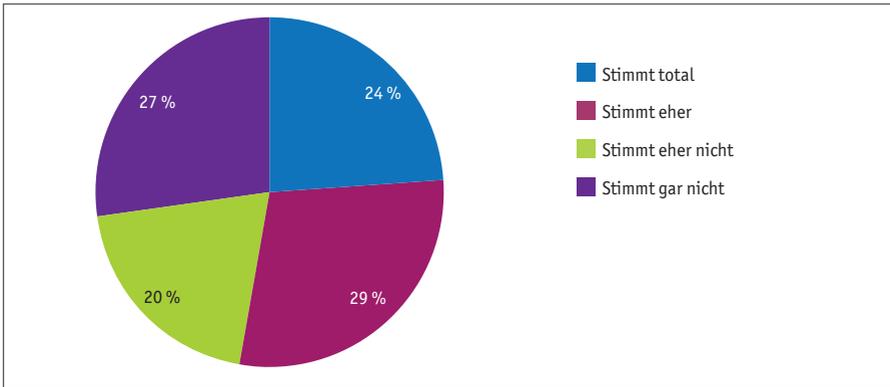
n = 55 TeilnehmerInnen von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 18: „Ich bin als KandidatIn respektvoll behandelt worden“ nach Show

Deutliche Unterschiede zeigen sich auch bei der Bewertung der Aussage hinsichtlich der einzelnen Formate. Knapp jede/r zweite *DSDS*-KandidatIn gibt an, dass mit ihr/ihm nicht respektvoll umgegangen wurde. 40 % der *Popstars*-TeilnehmerInnen lehnen die Aussage ab. Mehr als zwei Drittel der Frauen und Männer, die bei *X Factor* vorgesungen haben, stimmen der Aussage zu. Zwei von drei KandidatInnen von *The Voice of Germany* stimmen der Aussage (eher) zu, ein Drittel lehnt die Aussage eher ab und keiner lehnt sie komplett ab. Die vier KandidatInnen von *Unser Star für ...* stimmen der Aussage eher und total zu.

5.4.6 „Ich wurde von der Jury in fairer Weise beurteilt“

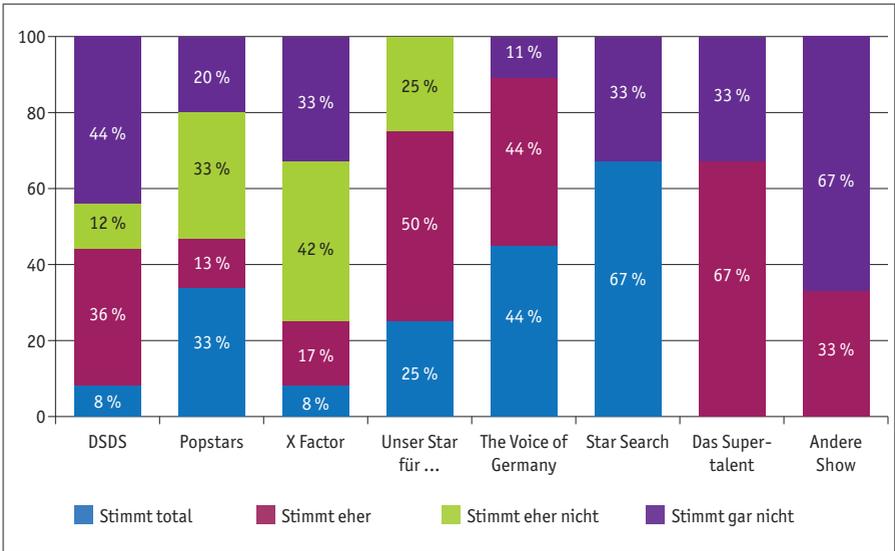
Standardisiert abgefragt wurde das Item „Ich wurde von der Jury in fairer Weise beurteilt“.



n = 55 TeilnehmerInnen von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 19: „Ich wurde von der Jury in fairer Weise beurteilt“

Knapp die Hälfte der ehemaligen KandidatInnen empfindet das Juryurteil als fair. Die andere Hälfte kann der Aussage nicht zustimmen, sie fühlt sich von der jeweiligen Jury ungerecht beurteilt. Zwischen Männern und Frauen gibt es bei dieser Aussage keinen großen Unterschied. Je besser sie abgeschnitten haben, umso eher erkennen sie das Juryurteil an.



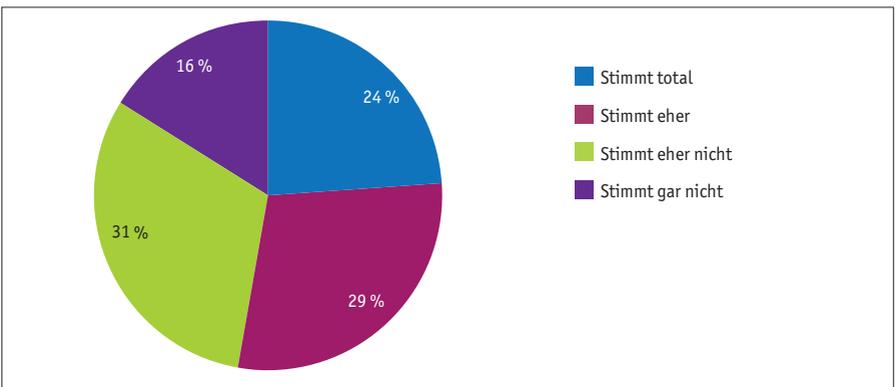
n = 55 TeilnehmerInnen von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 20: „Ich wurde von der Jury in fairer Weise beurteilt“ nach Show

Deutliche Unterschiede zeigen sich auch hinsichtlich des Castingshow-Formats. Am fairsten scheinen sich die KandidatInnen der Formate *Popstars* (totale Zustimmung bei 33 %) und *The Voice of Germany* (totale Zustimmung bei 44 %) bewertet zu fühlen. Bei *DSDS* hingegen lehnen knapp 44 % die Aussage total ab und empfinden das Juryurteil als ungerecht.

5.4.7 „Ich würde jederzeit wieder an einer Castingshow teilnehmen“

Standardisiert wurde abgefragt, ob die ehemaligen TeilnehmerInnen sich im Nachhinein erneut dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ stellen würden.

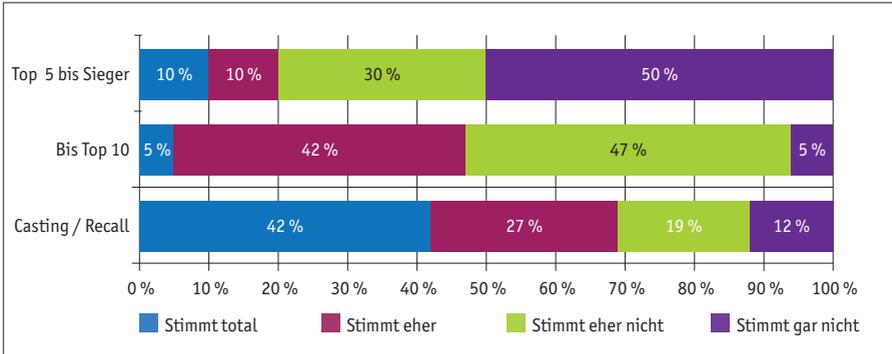


n = 55 KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 21: „Ich würde jederzeit wieder an einer Castingshow teilnehmen“

Diese Aussage polarisiert die Befragten. Fast die Hälfte der ehemaligen KandidatInnen würde erneut an einer Musik-Castingshow teilnehmen. Die andere Hälfte jedoch möchte nicht erneut vorsingen, 16 % lehnen die Aussage komplett ab.

Die Teilnehmerinnen geben etwas häufiger (56 %) als die Kandidaten (50 %) an, dass sie ein weiteres Mal zu einem Casting gehen würden.

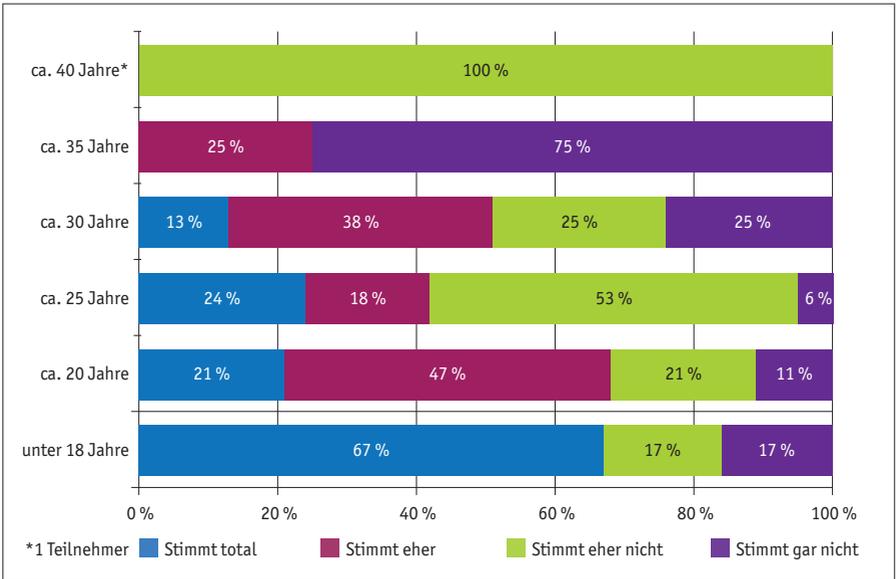


n = 55 von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 22: „Ich würde jederzeit wieder an einer Castingshow teilnehmen“ nach Erfolg

Je erfolgreicher die KandidatInnen bei der Show waren, umso seltener wären sie dazu bereit, erneut bei einem Casting vorzusingen.

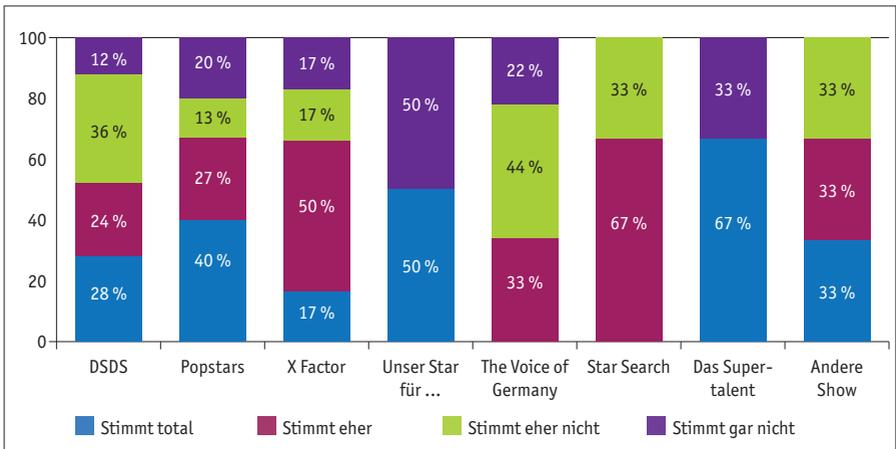
Fast drei Viertel derjenigen, die spätestens zum Recall ausgeschieden sind, würden noch mal zu einem Casting gehen. Von denjenigen, die es bis in die Top-10-Shows geschafft haben, stimmt knapp die Hälfte der Aussage zu. Die KandidatInnen, die es unter die Top 5 geschafft haben oder sogar als Sieger aus dem Wettbewerb hervorgegangen sind, stimmen der Aussage nur zu einem Fünftel zu.



n = 55 KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 23: „Ich würde jederzeit wieder an einer Castingshow teilnehmen“ nach Alter

Bei der erneuten Bereitschaft, in einem Casting vorzusingen, spielt zudem das Alter eine Rolle. Je älter die KandidatInnen sind, umso niedriger ist ihre Motivation zu einer weiteren Teilnahme. Sind es bei den unter 18-Jährigen noch über zwei Drittel, die erneut mitmachen würden, so ist es bei den etwa 25-Jährigen noch die Hälfte, bei den ca. 30-Jährigen sind es 53 % und bei den ca. 35-Jährigen ist es nur noch ein Viertel.



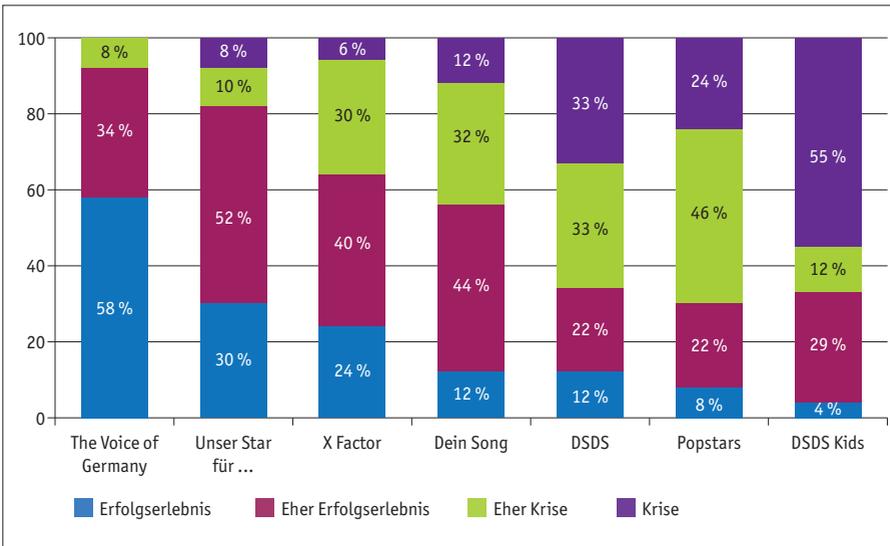
n = 55 KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 24: „Ich würde jederzeit wieder an einer Castingshow teilnehmen“ nach Show

Auch unterscheidet sich die erneute Teilnahmebereitschaft nach den verschiedenen Shows. Sind es bei den Formaten *Popstars*, *Das Supertalent*, *Star Search* und *X Factor* jeweils etwas weniger als drei Viertel der ehemaligen KandidatInnen, die erneut bei einem Casting vorsingen würden, sind es bei *DSDS* und *Unser Star für ...* nur knapp die Hälfte. Die KandidatInnen, die bei *The Voice of Germany* dabei waren, geben nur zu einem Drittel an, erneut mitzumachen.

5.5 Einschätzung der verschiedenen Shows durch die KandidatInnen

Die ehemaligen KandidatInnen wurden gebeten, diverse unterschiedliche Musik-Castingshows, also auch die Formate, bei denen sie selbst nicht vorgesungen haben, dahingehend zu bewerten, inwieweit sie hier eine Teilnahme eher als Erfolgserlebnis oder Krise einschätzen würden.



n = 50 KandidatInnen (DSDS und DSDS Kids *n* = 51) von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 25: Einschätzung der Shows durch die KandidatInnen

Unter Berücksichtigung ihrer eigenen Erfahrung mit einer Castingshow-Teilnahme und der Beobachtung anderer Formate sehen die ehemaligen TeilnehmerInnen im Format *The Voice of Germany* am ehesten ein Erfolgserlebnis. 92 % der Befragten bewerten die Show mindestens „eher“ als ein Erfolgserlebnis – keiner sieht die Show als Krise. Am zweitbesten schneidet *Unser Star für ...* ab, welches von etwas über 80 % aller TeilnehmerInnen positiv bewertet wird. *X Factor* und *Dein Song* schätzen jeweils knapp 60 % der TeilnehmerInnen als Erfolgserlebnis ein. Die beiden „großen“ Formate *DSDS* und *Popstars* und die neue Show für Kinder – *DSDS Kids* – hingegen werden nur von knapp einem Drittel der TeilnehmerInnen als Erfolg gesehen.

Das Format *Unser Star für ...* wird von den entsprechenden TeilnehmerInnen am besten eingeschätzt. Keine/r der Befragten, die an diesem Format teilgenommen haben, schätzen diese Castingshow (eher) als Krise für die TeilnehmerInnen ein.

Das Format *X Factor* wird von 42 % der eigenen TeilnehmerInnen (eher) als Krise bewertet. Am schlechtesten bewertet wird *X Factor* von den *Unser Star für ...*-KandidatInnen. Zwei Drittel der TeilnehmerInnen dieses Formats schätzen *X Factor* als Krise oder eher als Krise ein. Vergleichsweise am besten wird das Format *X Factor* von den *Popstars*-KandidatInnen bewertet. 80 % halten dieses Format für ein Erfolgserlebnis.

Die *DSDS*-TeilnehmerInnen liegen mit der Bewertung der eigenen Castingshow im Mittelfeld. Am schlechtesten werden die Formate *DSDS* und *DSDS Kids* von den *The Voice of Germany*-TeilnehmerInnen bewertet. 87 % bewerten die beiden Musik-Castingshow-Formate (eher) als Krise.

Von den eigenen TeilnehmerInnen am schlechtesten wird das Format *Popstars* eingeschätzt. Fast drei Viertel (73 %) der *Popstars*-KandidatInnen bewerten dieses Format (eher) als Krise. 92 % der *X Factor*-TeilnehmerInnen schätzen das Format *Popstars* in der gleichen Weise ein.

6 Die TV-Ausstrahlungen und das Feedback von anderen

Nach Anmeldung, Auswahlverfahren und eventueller Teilnahme am weiteren Prozess kommt es zur TV-Ausstrahlung und damit zur öffentlichen Präsenz. Wie erleben die ehemaligen KandidatInnen es, sich selbst im Fernsehen zu sehen? Welche Rückmeldung bekommen sie von anderen?

6.1 Wie TeilnehmerInnen die TV-Ausstrahlung erlebten

6.1.1 Stolz auf den Auftritt

Diejenigen, für die der Fernsehauftritt mit positiven Emotionen verbunden ist, erfüllt die Ausstrahlung zum Teil mit Stolz:

„Ich war und bin immer noch total stolz!! Mehr gibt es dazu nicht zu sagen!“
(ca. 25-jährige Popstars-Kandidatin)

Eine ca. 30-jährige *The Voice of Germany*-Kandidatin schreibt, dass sie es im Vorfeld nicht einschätzen konnte, wie sie im Fernsehen dargestellt wird und wie die Außenwelt auf ihren Auftritt reagiert:

„Ich war unfassbar aufgeregt. Wie reagiert die Welt draußen auf mich, was hat das Redaktionsteam aus meinem Auftritt gemacht? Und als es vorbei war, hab ich einfach nur gequitscht vor Freude.“ (ca. 30-jährige *The Voice of Germany*-Kandidatin)

Eine hoch platzierte *DSDS*-Kandidatin war trotz (subjektiv empfundener) mäßiger Leistung immer stolz auf ihre Fernsehauftritte:

„Ich fand es immer toll, mich selbst im Fernsehen zu sehen und war stolz auf mich, auch wenn ich nicht immer den besten Auftritt hingelegt habe.“ (ca. 25-jährige *DSDS*-Kandidatin)

Eine unter 18-jährige Kandidatin, die bei *The Voice of Germany* teilgenommen hat, berichtet von ihrer Freude auf die Ausstrahlung:

„Die Fernsehausstrahlung war natürlich sehr ungewohnt und erst einmal fremd, weil es irgendwie doch unrealistisch war, in so einer großen Fernsehshow von Millionen Menschen gerade gesehen zu werden, aber ich war mit dem Zusammenschneiden und allem vollkommen und mehr als zufrieden!“ (unter 18-jährige *The Voice of Germany*-Kandidatin)

Mehrfach positiv hervorgehoben wurde es, wenn die Produktionsfirma den ehemaligen KandidatInnen anschließend die Aufzeichnungen zuschickte. Diese wurden dann vielfach angesehen. Ein schönes Erlebnis, das zur Bearbeitung der Erfahrung sicherlich einiges beigetragen hat.

„Ich hatte eine komplette CD mit allen TV-Auftritten erhalten und konnte in Ruhe alles anschauen. Die Qualität des TV-Mitschnitts war sehr gut. Die tolle Bühne und die super Live-Band kamen absolut positiv zur Geltung.“ (ca. 20-jährige Star Search- und DSDS-Kandidatin)

Auch ein ca. 35-jähriger Popstars-Kandidat genoss die Ausstrahlung:

„Es war schön, im Kreise der Familie die Aufzeichnung des Live-Finales zu sehen.“
(ca. 35-jähriger Popstars-Kandidat)

6.1.2 Beschämung durch die mangelnde eigene Leistung

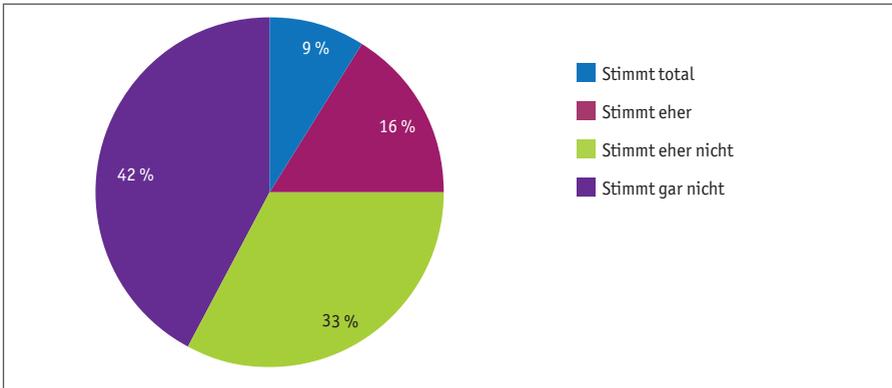
Für einige war die Ausstrahlung ein emotional sehr schwieriges Erlebnis, zum Beispiel für eine junge Popstars-Kandidatin, deren Aufnahmen erst kurz vor der Befragung im Fernsehen zu sehen waren:

„[Ich empfand es] als beschämend. Ich war geschockt, wie schrecklich meine Leistung im Recall war, und auch mein gesamtes Umfeld, inklusive Gesangslehrer, sagten mir, ich klinge in der Realität anders. Nun frage ich mich, ob es die Aufregung war oder ob die Stimme manipuliert wurde. Es ist für mich schockierend gewesen.“ (ca. 20-jährige Popstars-Kandidatin)

Die Erwartung und ihre eigene Einschätzung vom Auftritt waren grundverschieden, sie war nicht zufrieden mit ihrer Leistung. Beim Abgleich mit dem sozialen Umfeld findet sie dies bestätigt. Sie ist aktuell dabei, diese Diskrepanz zu verarbeiten. Hier nicht automatisch die „Schuld“ bei sich zu suchen, sondern zumindest einmal über eine mögliche Beeinflussung von Seiten der Medien nachzudenken, kann als gesunder Mechanismus der Verarbeitung gesehen werden.

6.1.3 Quantifizierung der Empfindung des Fernsehauftritts innerhalb der Stichprobe

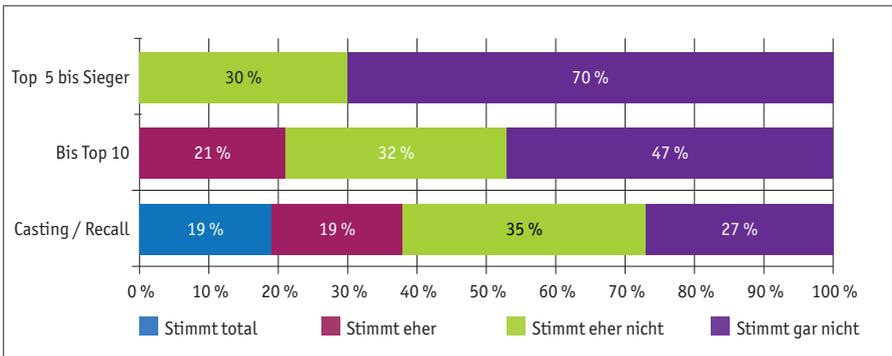
Die ehemaligen KandidatInnen wurden auch standardisiert gefragt, wie sie Ihren Fernsehauftritt empfanden. Die Auszählung der hier befragten ehemaligen TeilnehmerInnen (n = 59) kann nicht als repräsentativ für alle TeilnehmerInnen gewertet werden. Dennoch ist es zur tendenziellen Einordnung der Ergebnisse wichtig, auch die quantitative Verteilung auf eine standardisierte Frage innerhalb dieser Stichprobe wahrzunehmen.



n = 55 KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 26: „Ich empfinde meinen Fernsehauftritt im Nachhinein als peinlich“

Bei dieser geschlossenen Frage kreuzt ein Viertel der KandidatInnen an, dass ihnen ihr Auftritt im Nachhinein peinlich ist. Ein Drittel empfand den Auftritt als eher nicht peinlich und rund 40 % kann für sich daran im Nachhinein nichts Peinliches sehen. Abermals ist der Anteil der Frauen, die ihren Auftritt als peinlich empfanden, deutlich höher als der der Männer.

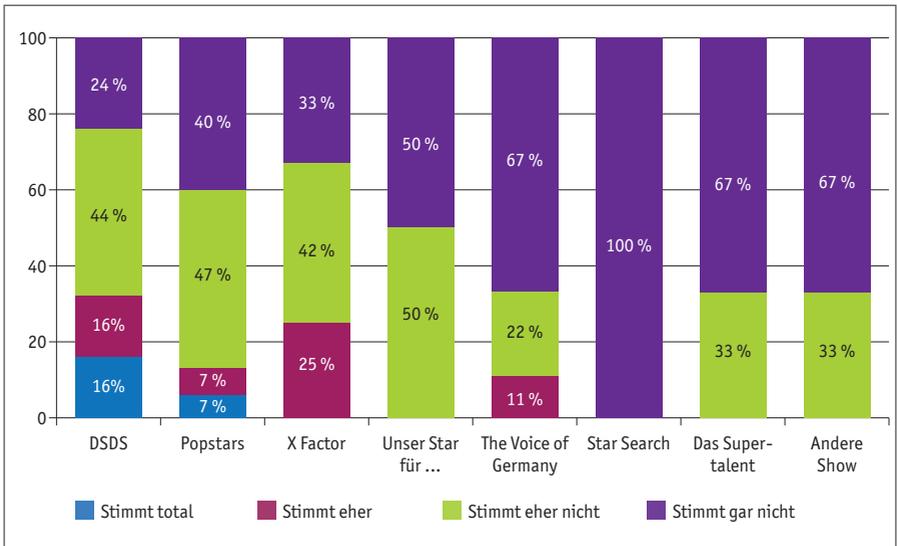


n = 55 KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 27: „Ich empfinde meinen Fernsehauftritt im Nachhinein als peinlich“ nach Erfolg

Je weiter sie im Casting gekommen sind, desto seltener geben die KandidatInnen an, dass ihnen ihr Auftritt peinlich ist. Kreuzen von denen, die spätestens beim Recall gehen mussten, noch knapp 40 % an, dass ihnen der Auftritt peinlich ist, sagen es bei denjenigen, die bis in die Top 10 gekommen sind, nur noch 20 %. Diejenigen, die mindestens unter die Top 5 gekommen sind, stimmen der Aussage nie zu – keiner/m von ihnen ist der Auftritt im Nachhinein peinlich. Die besonderen Problembereiche, wo TV-Auftritte als peinlich empfunden wurden, liegen demnach vor allem bei den TeilnehmerInnen der ersten Phase, z. B. bei denjenigen, die als negative Freaks inszeniert wurden.

Wirklich peinlich sind dementsprechend im Nachhinein „nur“ die Auftritte, die auch mit einem Ausscheiden in einer der früheren Phasen der Show verbunden sind.

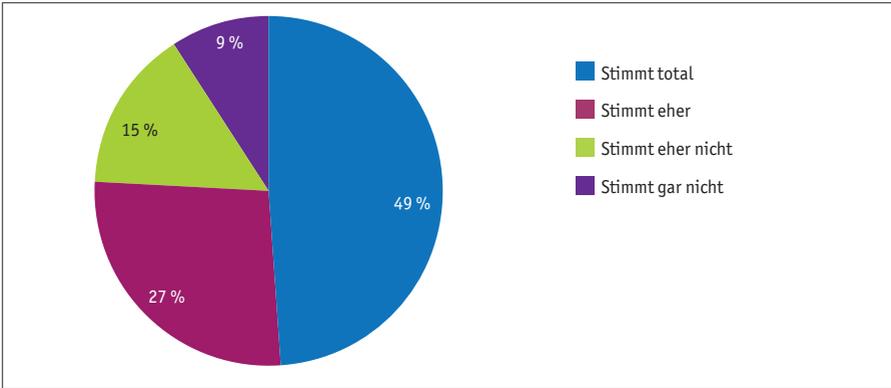


n = 55 KandidatInnen von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 28: „Ich empfinde meinen Fernsehauftritt im Nachhinein als peinlich“ nach Show

Nur die KandidatInnen, die bei *DSDS* oder bei *Popstars* vorgesungen haben, stimmen dieser Aussage „total“ zu. Gerade in diesen beiden Formaten werden die VorsängerInnen bloßgestellt und mit filmischen Mitteln diffamiert. Fast jede/r dritte, die/der an *DSDS* teilgenommen hatte, empfand den eigenen Fernsehauftritt als Pein. Wenige bzw. keine TeilnehmerInnen von *The Voice of Germany*, *Unser Star für ...*, *Star Search* oder *Das Supertalent* empfanden ihren Fernsehauftritt als peinlich. Insofern lassen sich die großen Problembereiche der Aufbereitung des Vorsingens, die aus subjektiver Sicht auch im Nachhinein als total peinlich eingeschätzt werden, in dieser Erhebung auf die ersten Phasen der Shows *DSDS* und *Popstars* begrenzen.

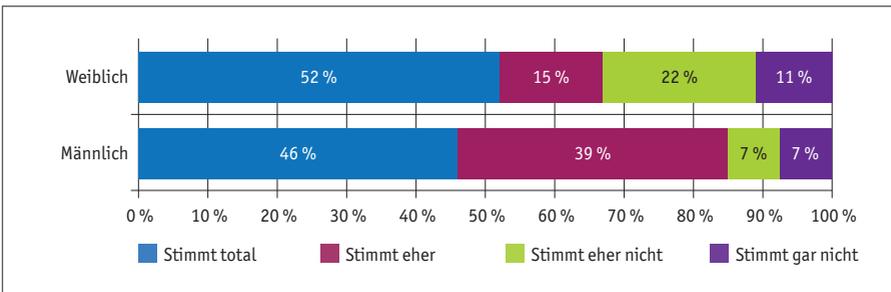
Im Umkehrschluss wurden die KandidatInnen gefragt, ob sie denn stolz auf ihren Fernsehauftritt seien.



n = 55 KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 29: „Ich bin stolz auf meinen Fernsehauftritt“

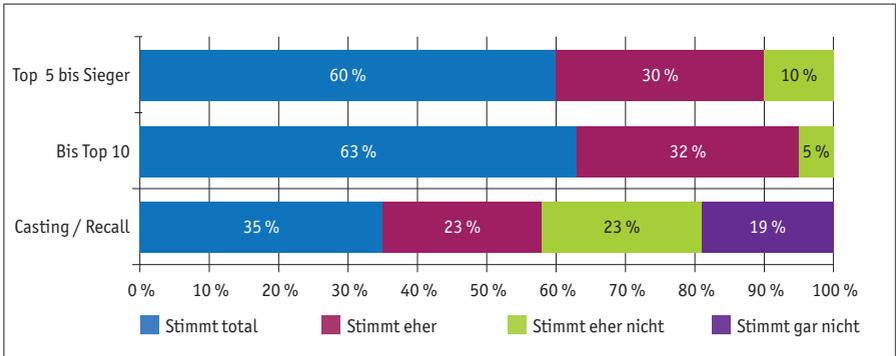
Die Hälfte stimmt dieser Aussage „total“ zu und ein Viertel stimmt „eher“ zu. Hat bei der Aussage „Ich empfinde meinen Fernsehauftritt im Nachhinein als peinlich“ noch jede/r vierte Befragte der Aussage zugestimmt und den Auftritt als peinlich empfunden, so sind es jetzt drei Viertel, die stolz auf ihren Fernsehauftritt sind. Jede/r vierte Befragte ist (eher) nicht stolz auf ihren/seinen Fernsehauftritt.



n = 55 KandidatInnen von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 30: „Ich bin stolz auf meinen Fernsehauftritt“ nach Geschlecht

Die Teilnehmer stimmen – wie zu erwarten – der Aussage „Ich bin stolz auf meinen Fernsehauftritt“ in größerem Maße zu als die Kandidatinnen. Fast acht von zehn Kandidaten sind zufrieden mit ihrem Auftritt. Bei den Teilnehmerinnen sind es sechs von zehn. Dementsprechend stimmt ein Drittel der Frauen dieser Aussage nicht zu.



n = 55 KandidatInnen von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 31: „Ich bin stolz auf meinen Fernsehauftritt“ nach Erfolg

Die erfolgreichereren KandidatInnen stimmen häufiger der Aussage „total“ zu. Etwas über die Hälfte der TeilnehmerInnen, die nach dem Recall gehen musste, ist stolz auf ihren Auftritt. Von denjenigen, die es bis in die Top 10 oder weiter geschafft haben, stimmen knapp neun von zehn der Aussage zu.

Bei den Shows zeigen sich leichte Unterschiede hinsichtlich der Zustimmungsrates des Items. So sind vergleichsweise alle KandidatInnen bei *Star Search* zufrieden, bei *Unser Star für ...* sind es drei von vier. Diejenigen, die für *DSDS*, *Popstars* und *Das Supertalent* vorgeschungen haben, lehnen das Item zu einem Drittel ab.

6.2 Feedback aus dem Umfeld

Nicht nur die eigene Meinung der KandidatInnen zu ihrem Auftritt und den Bedingungen während der Show, sondern auch die Reaktionen vom privaten Umfeld wurden abgefragt.

6.2.1 Positives Feedback vom konkreten sozialen Umfeld

Rückmeldung aus dem sozialen Umfeld kam zum einen in der direkten Kommunikation mit Familie, Freunden und Bekannten. Von den meisten wird dieses Feedback aus dem konkreten sozialen Umfeld als positiv erlebt.

„Das Umfeld (auch unheimlich viele Freunde von früher) war voller Stolz und Freude und hat mich total supportet; alle haben exzessiv an diesem Televoting teilgenommen (war mir eher unangenehm, 50 Cent pro Anruf!), einige wenige Neider im weiteren Umfeld, jedoch nie offene Anfeindungen, keiner hat mich belächelt.“ (ca. 25-jähriger *Unser Star für ...*-Kandidat)

Sie fühlen sich bestärkt, haben das Gefühl, sie konnten ihrem sozialen Umfeld etwas beweisen. Viele erleben auch den Stolz, den die ihnen nahestehenden Menschen in Bezug auf ihren Auftritt empfinden:

So schreibt ein Kandidat:

„Also auf der Arbeit waren alle dafür und haben mich unterstützt... bei meinen Freunden Begeisterung. Überrascht waren die meisten von mir, weil sie nie gedacht hätten, dass ich soweit komme und das ich soo gut singen kann. Alle in meinem Umfeld waren hammerstolz auf mich.“ (unter 18-jähriger DSDS-Kandidat)

Die mediale Präsenz schafft für den engeren und weiteren Bekanntenkreis Anlass für Kommunikation und bringt gewissermaßen die Menschen, die den kennen, der das „Erlebnis Casting-show-Teilnahme“ durchmacht, in eine herausgehobene Situation. Wer diesen Menschen persönlich kennt, für den wird schon das Zuschauen emotional besonders aufgeladen. Das Televoting scheint konkrete Unterstützung zu sein und mit dem Feedback trägt man gewissermaßen seinen Anteil zum (erhofften) Erfolg der nun prominenten Person bei. Diese Inszenierung der Freunde als wichtiger Teil des Erfolgs gehört mittlerweile auch zum Standardbild bei den diversen Phasen der Castingshow. Freunde begleiten zum ersten Auswahlprozess, warten, verfolgen den Auftritt im VIP-Bereich (von der Kamera begleitet) und nehmen die KandidatInnen danach in Empfang. Dies stützt zum einen sicherlich die Menschen, die das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ gerade durchstehen. Zum anderen wird die öffentliche Präsenz verbreitet und visualisiert: Der Ruhm strahlt auch auf den Bekanntenkreis ab. Diesen Menschen zu kennen und mit ihm in Kontakt zu stehen, erhöht auch den eigenen Wert und man ist sozusagen Teil der „Glamourwelt Castingshow“. Entsprechend hoch ist die Motivation, in Kontakt mit diesen medial öffentlichen Menschen zu treten. Selbst in Milieus, die dem Genre an sich eher kritisch gegenüberstehen, ist das Feedback *„größtenteils überraschend positiv“*, wie ein Kandidat beschreibt, der es bis ins Bootcamp geschafft hat:

„Überraschend deshalb, weil wir uns eigentlich öffentlich sehr stark gegen Castingshows positionieren. Dieser Haltung sind wir aber auch während der Teilnahme treu geblieben, wahrscheinlich hat das enorm geholfen.“ (ca. 30-jähriger X Factor-Kandidat)

Die Vorannahme, dass das eigene soziale Umfeld sich doch eigentlich von Castingshows distanziiert, bestätigt sich nicht. In Konsequenz sehen doch recht viele Menschen die Sendungen an und die Teilnahme eines Bekannten motiviert selbst Kreise, die sich eigentlich als intellektuell und kreativ gegen Massenphänomene positionieren.

6.2.2 Deutliche Zunahme der Kommunikation über Telefon und Facebook

Die Zunahme der Kontaktaufnahme bemerken viele vor allem anhand der elektronischen Wege der Kommunikation. Eine Teilnehmerin, die selbst an einem Image als Freak mitgearbeitet hatte und im deutschsprachigen Ausland wohnt, berichtet vom enormen Anstieg des Interesses anderer an ihr und der Kommunikation im Internet durch die Ausstrahlung ihres Auftritts:

„Am Abend, an dem es ausgestrahlt wurde, hat sich mein iPhone komplett aufgehängt. Ich konnte mein Facebookprofil nicht hochladen, da meine Pinnwand voll war, ich hatte so viele Freundschaftsanfragen, Kommentare, Likes etc., dass nur mehr Sternchen angezeigt wurden. Meine Mailbox war voll. Ich hatte über 150 SMS und Nachrichten usw. Ich wurde auch teilweise auf der Straße erkannt. Der Auftritt ist jetzt fast ein Jahr her und er verfolgt mich noch immer.“ (ca. 20-jährige DSDS-Kandidatin)

Mit dem Auftritt – und dies auch eher unabhängig davon, ob er ausgesprochen gelungen in Szene gesetzt wurde oder ob die KandidatInnen als Freaks inszeniert wurden – geht für die TeilnehmerInnen eine öffentliche Präsenz einher. Dies regt zur Kommunikation an, an der sich der nahe und ferne Bekanntenkreis beteiligt. Die gängigen Kommunikationsformen, durch die Privatmenschen über Facebook etc. öffentlich präsent und zugänglich sind, sind ein unproblematischer Weg, um in Kontakt zu treten. Hinzu kommt die Kontaktaufnahme von Unbekannten, die die Nähe zu den TeilnehmerInnen suchen (z. B. über die Facebook-Suchfunktion) sowie Anfragen von professionell motivierten Personen, wie z. B. von der Presse oder von Agenturen.

6.2.3 Von Fremden angesprochen werden

Neben dem Feedback aus dem Bekanntenkreis und den elektronischen Wegen der Kommunikationsaufnahme werden die TeilnehmerInnen auch auf der Straße angesprochen. Durch den Auftritt werden Privatpersonen zu Prominenten in ihrem Umfeld:

„Die Reaktionen waren positiv. In meinem Stadtteil wurde ich oft von Kindern und auch Erwachsenen um ein Foto gebeten. Oder: Bist du nicht die von DSDS/Warst du bei DSDS? – Gehst du dieses Jahr wieder hin?“ (ca. 30-jährige DSDS-Kandidatin)

Auch das „Angesprochenwerden auf der Straße“ ist relativ unabhängig davon, ob die Menschen als Hoffnungsträger mit viel Talent inszeniert wurden, oder aber als Freak ohne jedes Talent. Die Bekanntheit des Gesichtes regt zur Kommunikation an und erweckt den Wunsch, auch Teil des Ruhms werden zu wollen.

Dieses Erkennt- und Angesprochenwerden von Fremden auf der Straße findet zum Teil noch Jahre nach dem Auftritt statt:

„Ausschließlich positiv. Selbst die Leute, die mich heute noch auf der Straße ansprechen, sind sehr freundlich und nett.“ (ca. 30-jähriger X Factor-Kandidat)

6.2.4 Negatives Feedback, Drohnachrichten etc.

Ein Teil der ehemaligen KandidatInnen berichtet von gemischtem oder eindeutig negativem Feedback. Nicht bei allen gab das direkte soziale Umfeld positive Rückmeldung zur Teilnahme:

„Die einen fanden es gut, die anderen waren eher abgeschreckt.“
(ca. 25-jähriger X Factor-Kandidat)

Diese Wahrnehmung der unterschiedlichen Einschätzungen fand sich aus der Perspektive der ehemaligen TeilnehmerInnen u. a. entlang der Linie Familie vs. Peer-Group:

„Unterschiedlich. Freunde fanden es lustig und cool. Eltern eher uncool und schlecht.“
(unter 18-jähriger X Factor-Kandidat)

„In der Arbeit kommt so etwas oft sehr negativ an, auch die Verwandtschaft schämt sich dann vielleicht oft für dich.“ (unter 18-jährige Kandidatin mehrerer Shows)

Häufiger hatten die ehemaligen KandidatInnen, die negative Rückmeldung bekamen, das Gefühl, von der Peer-Group akzeptiert zu werden. Bei einigen lag die Einschätzung aber auch genau andersherum. Die Familie wusste das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ zu schätzen, während ein Teil der Peer-Group eher befremdet reagierte.

„Familie dachte erst, ich könne nicht viel und würde mich blamieren, dann stolz. Freunde finden es teilweise saupleinlich, teilweise supergut.“ (ca. 25-jähriger Kandidat mehrerer Shows)

Die Zusammenhänge, warum die einen oder anderen ein negatives Feedback geben, sind sehr komplex und anhand dieser Studie nicht im Konkreten nachzuvollziehen. Zur Einschätzung der Bedeutung des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ für die TeilnehmerInnen selbst ist es jedoch wichtig festzuhalten, dass es eben auch kritisches Feedback gibt. Dies kann zum Teil bis in den Bereich von Beleidigungen hineingehen.

„Zu gleichen Teilen positiv und negativ. Von Beleidigungen und Drohnachrichten bis hin zu Glückwünschen und Komplimenten nach der Fernsehausstrahlung, war alles dabei. Vor der Teilnahme waren einige skeptisch, einige waren begeistert. Da scheiden sich die Geister.“
(ca. 25-jähriger DSDS-Kandidat)

Gerade den KandidatInnen, die innerhalb der Show stilisiert und um die herum narrative Kontexte gebaut wurden, hatten zum Teil mit sehr deutlicher Abwertung gegenüber ihrer Person zu kämpfen. Ausgehend von der Annahme, es handle sich hierbei um eine Dokumentation der Realität, wurden sie dann aufgrund ihres scheinbaren Seins als Zicke, Feind des Lieblings, schwul/lesbisch, transsexuell etc. beschimpft. Die Rückmeldungen, die gerade über elektronische Wege wie Facebook ohne viel Aufwand von Privatmenschen an die KandidatInnen übermittelbar sind, können also durchaus negative Konnotationen haben. Insbesondere wenn die Menschen als nicht sympathisch inszeniert werden oder ZuschauerInnen sich durch inhaltliche Positionierung zur Gegenargumentation aufgerufen fühlen, kann dies zu verbalen Angriffen und Beleidigung führen. Besonders für einige KandidatInnen, die als unfähige und unsympathische Freaks inszeniert wurden, kann dies über Jahre hinweg zum Spießrutenlauf werden:

„Ich finde es auf gut deutsch scheiße, dass die Sendung auch nach mehreren Jahren einfach immer noch gezeigt wird und der ganze Scheiß wieder von vorne anfängt, dass man von jedem angesprochen wird.“ (ca. 25-jährige DSDS-Kandidatin)

Insbesondere wenn der Auftritt den TeilnehmerInnen im Nachhinein ausgesprochen peinlich ist, wird jede Erwähnung als unangenehm empfunden. Während einige die vermutlich eher spöttisch gemeinten Anmerkungen für sich positiv umdeuten und die öffentliche Aufmerksamkeit geradezu genießen, ist es für andere ein weiteres Aufreißen einer emotionalen Wunde.

Besonders komplex zeigt sich der Zusammenhang bei den TeilnehmerInnen, die lange in der Show geblieben sind und entsprechende Auftritte vor großem Publikum absolvierten. Durch ihren Prominenten-Status verändert sich die Haltung der Menschen in ihrem Umfeld. Während viele die Bekanntheit als Chance nutzen, sich selber an dieser öffentlich präsenten Medienwelt auch ein bisschen zu beteiligen, fühlen sich andere, z. B. einige LehrerInnen dazu aufgerufen, den Menschen nun besonders in ihre Schranken weisen zu müssen.

„Mein Umfeld, meine Freunde, meine Verwandten haben alle sehr positiv darauf reagiert!! In der Schule merkte ich bei einigen Lehrern, dass sie plötzlich überaus freundlich zu mir waren ... andere versuchten, mir grade dann in jeder Gelegenheit eine schlechte Note zu geben oder mich auffliegen zu lassen. Meine Schule jedoch, also die ganzen Schüler (womit ich NIE gerechnet hätte!!!!), rannten auf mich zu, jeder wollte ein Autogramm von mir, sodass ich die Pausen gar nicht mehr so gestalten konnte wie früher, und man wird auch jetzt natürlich immer beobachtet!!“ (unter 18-jährige The Voice of Germany-Kandidatin)

Mit der Teilnahme – und insbesondere mit der zunehmenden Qualifikation – verändert sich die Wahrnehmung und Kommunikation aller. Selbst wenn die Menschen aus dem weiteren Bekannthenkreis und Wohnumfeld bisher kein Interesse an Castingshows hatten, ändert sich dies durch die eine Kandidatin bzw. den einen Kandidaten, der bzw. dem sie schon einmal persönlich

gegenüberstanden oder die bzw. der auch nur in einer für sie konkret bekannten Gegend wohnt oder sich täglich bewegt. Spätestens durch die entsprechende lokale Presse animiert, setzen sie sich mit dieser Person auseinander und treten mit ihr (parasozial) in Beziehung.

So angenehm die Fantasie einer Prominenz zunächst auch erscheint, so stellt es in Konsequenz eine hohe emotionale Anforderung dar. Das ständige „Sich-angeguckt-Fühlen“ und die diversen Anfragen nach gemeinsamen Fotos freundlich zu beantworten, braucht emotionale Gelassenheit und neue Rituale der Kommunikation. Dies alleine und zudem in einer ohnehin schon sehr mit Krisenpotenzial gefüllten Zeit bewältigen zu müssen, kann an sich schon sehr anstrengend sein.

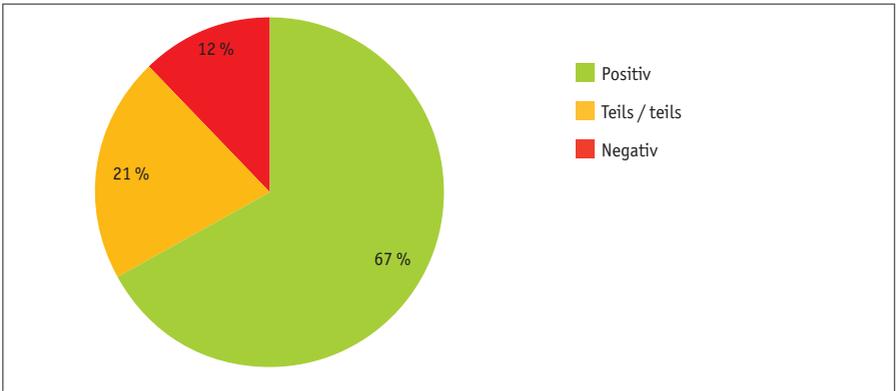
Hinzu kommt der inhaltliche Aspekt. Die Rückmeldung der Jury wird zum erneuten Anlass der Kommunikation. Die FernsehzuschauerInnen haben das Gefühl, sie seien ExpertInnen für die Situation. Nicht zuletzt durch das Medium vermittelt, z. B. über die ständig wiederholten Sätze „Die Zuschauer entscheiden“, „Was die Zuschauer finden ...“ etc. fühlen sich die Menschen vor dem Fernseher dazu berufen, sich zu positionieren. Haben sie in ihrem Umfeld nun zufällig Zugriff auf eine Kandidatin oder einen Kandidaten, möchten sie so manches Mal ihre Einschätzung ebenso abgeben wie die VIP-Jury. Aus der Sicht der KandidatInnen wird dies zu einem Ballast: Jeder und Jede meint, über die Situation Bescheid zu wissen und berechtigt zu sein, die eigene Meinung mitzuteilen. Diese Belastung potenziert sich bei einigen TeilnehmerInnen. Verletzt durch die harsche Kritik der Jury, den Rauswurf aus der Sendung, wieder in ihrem gewohnten sozialen Umfeld und noch an den vielen Krisenpotenzialen arbeitend, werden sie nun von bekannten oder auch unbekannt Menschen angesprochen und mit deren Ansichten konfrontiert. Alle diese Faktoren zusammen können zu einer emotionalen Überforderungssituation führen, in der das Individuum den Rückzug antritt.

Eine Kandidatin, die sich weit vorne in einer Show platzierte, beschreibt:

„Ich habe erst viele positive Reaktionen erfahren, als ich aber immer kritisiert wurde von der Jury, haben sich sehr viele Menschen zurückgezogen, und ich habe langjährige Freundschaften verloren, weil ich mich selber so zurückgezogen habe.“ (ca. 25-jährige DSDDS- Kandidatin)

6.2.5 Quantifizierung der Einschätzung innerhalb der Stichprobe

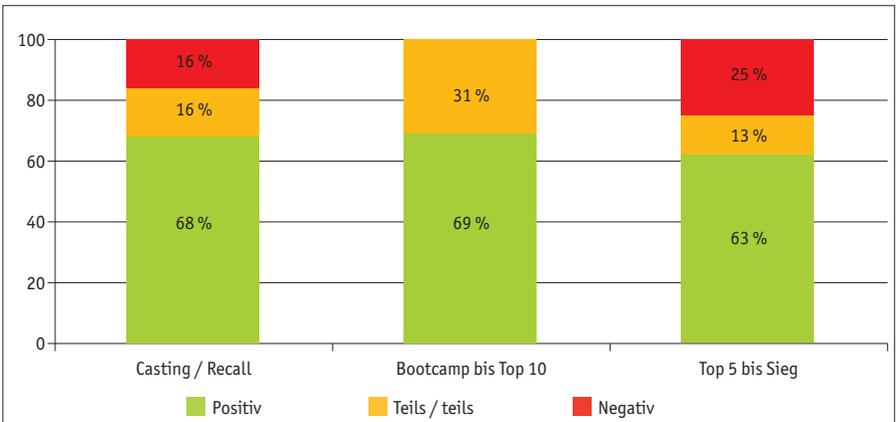
Werden die Konnotationen der qualitativen Aussagen dieser Stichprobe ausgezählt, so überwiegen diejenigen Aussagen, die ausschließlich von positivem Feedback berichten. Auch wenn, wie bereits mehrfach erwähnt, diese Stichprobe nicht repräsentativ für alle TeilnehmerInnen gesehen werden kann, ist es dennoch wichtig, die tendenziellen Größenordnungen wahrzunehmen.



n = 43 ehemalige KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren, die sich bei dieser offenen Frage geäußert haben

Abbildung 32: Beurteilung durch das private Umfeld

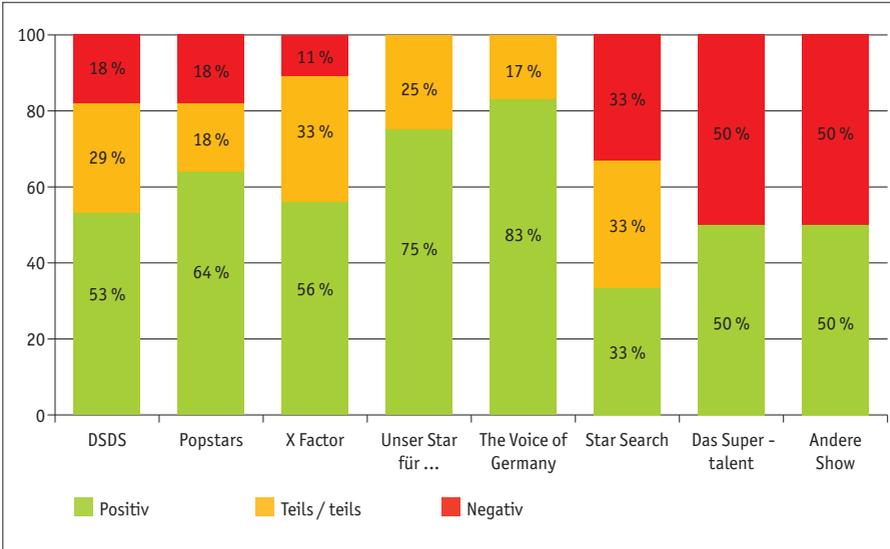
Die Mehrheit der hier befragten ehemaligen KandidatInnen gibt an, dass ihre Teilnahme von Freunden und Familie positiv aufgenommen wurde, knapp ein Zehntel erfährt negatives Feedback. Die Kandidatinnen berichten etwas häufiger von negativem Feedback aus ihrem Umfeld als die Kandidaten.



n = 44 ehemalige KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren, die sich bei dieser offenen Frage geäußert haben

Abbildung 33: Beurteilung durch das Umfeld nach Erfolg

Der Anteil derjenigen, die vor allem positives Feedback beschrieben haben, ist dabei relativ unabhängig von der Frage, wie weit sie im Castingsprozess gekommen sind. Die KandidatInnen, die es nur bis zum Recall geschafft haben, berichten von überwiegend positivem, aber auch negativem und ambivalentem Feedback. Diejenigen, die es bis in die Top 10 geschafft haben, geben an, kein negatives Feedback bekommen zu haben, und die, die mindestens unter die Top 5 gekommen sind, wurden zwar überwiegend positiv beurteilt, erfahren jedoch auch Negatives.

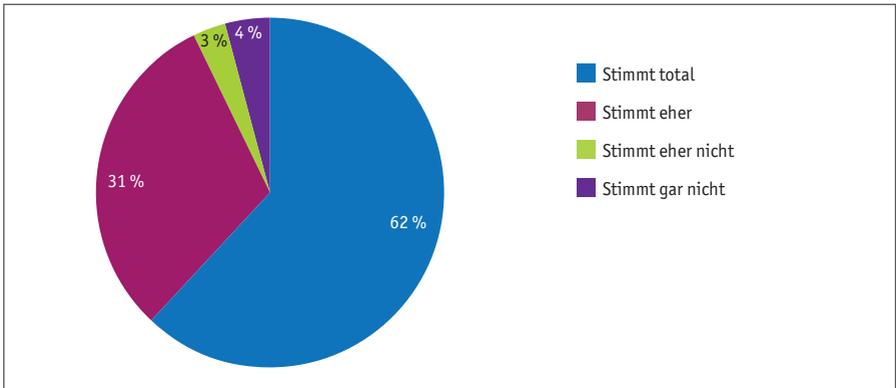


n = 44 ehemalige KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren, die sich bei dieser offenen Frage geäußert haben

Abbildung 34: Beurteilung durch das Umfeld nach Show

Die Kommentare durch das Umfeld sind auch abhängig vom Format. Das stärkste negative Feedback erhalten die KandidatInnen, die an *Das Supertalent* teilgenommen haben. Auch bei jenen, die bei *Star Search* mitgemacht haben, kam noch diverses negatives Feedback aus dem Umfeld. Bei *Popstars* und *DSDS* ging der Anteil zurück. *Unser Star für ...* und *The Voice of Germany* scheinen beim Umfeld der TeilnehmerInnen durchweg hohe Anerkennung zu genießen, zumindest erreichen die KandidatInnen dieser Shows keine negativ konnotierten Kommentare.

Danach gefragt, ob sie – subjektiv empfunden – „oft“ auf ihren Auftritt angesprochen wurden, stimmen alle zu, deren Aufnahmen im Fernsehen ausgestrahlt wurden.



n = 55 ehemalige KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 35: „Ich wurde oft auf meinen Auftritt angesprochen“

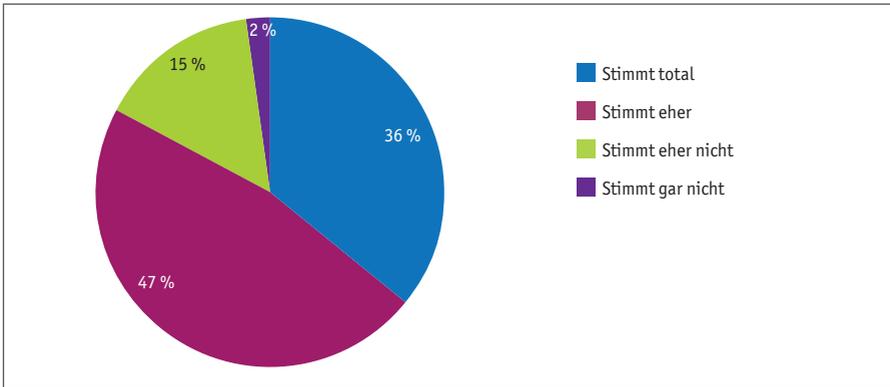
Fast alle KandidatInnen geben an, auf ihren Auftritt angesprochen worden zu sein. Nur 7 % bekamen wenig oder gar kein Feedback durch Bekannte oder Fremde.

Bei dieser Aussage ist kein Geschlechterunterschied feststellbar.

Je weiter die KandidatInnen gekommen sind, umso stärker stimmen sie der Aussage „total“ zu. Nur diejenigen, für die nach dem Recall Schluss war, lehnen die Aussage, dass sie oft angesprochen wurden, zu 15 % ab.

Je weiter die KandidatInnen gekommen sind, desto häufiger wurden sie auf ihren Auftritt angesprochen.

Werden die ehemaligen TeilnehmerInnen im Nachhinein gefragt, ob sie der Aussage „Ich genieße die Aufmerksamkeit, die ich durch die Teilnahme von meinem privaten Umfeld bekommen habe“ zustimmen, so tut dies der größte Teil.



n = 55 ehemalige KandidatInnen im Alter von unter 18 bis ca. 40 Jahren; Abweichungen zu 59 sind „keine Angabe“ bei dieser Frage

Abbildung 36: „Ich genieße die Aufmerksamkeit, die ich durch die Teilnahme von meinem privaten Umfeld bekommen habe“

Die befragten Teilnehmerinnen stimmen dieser Aussage etwas seltener zu (78 %) als die befragten Kandidaten (89 %) und lehnen die Aussage in wenigen Fällen auch komplett ab. Die Männer genießen die Aufmerksamkeit etwas stärker als die befragten Frauen.

7 Ausblick der KandidatInnen

7.1 Was würden die TeilnehmerInnen bei einem potenziellen nächsten Casting anders machen?

Nachdem diese Menschen das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ durchgestanden haben, sind sie zu ExpertInnen für diese Erfahrung geworden. Was würden sie im Rückblick anders machen? Einige wenige würden alles genauso wieder machen:

„Everything happens exactly as it should.“
(ca. 35-jähriger *The Voice of Germany*-Kandidat)

„Ich würde alles so machen, wie ich es bisher getan habe.“
(ca. 20-jährige *Popstars*-Kandidatin)

7.1.1 Noch mehr anstrengen, Details ändern

Viele der KandidatInnen schreiben, sie würden sich noch mehr anstrengen, um besser vorbereitet zu sein, und versuchen, besser zu sein.

„Ja, ich würde versuchen, noch ein bisschen besser zu sein.“
(ca. 25-jähriger *X Factor*-Kandidat)

„Immer! Ich würde immer alles besser machen! Man ist immer so aufgeregt ... ich würde mich anders bewegen, anders singen, immer alles besser machen wollen!“
(ca. 25-jähriger *DSDS*-Kandidat)

„Ich würde mich viel offener präsentieren. Da ich noch niemanden dort kannte, habe ich mich immer etwas zurückgenommen, das würde ich jetzt anders machen, um direkt mein volles Potenzial zu entfalten.“ (unter 18-jährige *Popstars*-Kandidatin)

Die hier befragten ehemaligen TeilnehmerInnen sind alle nicht unkritisch gegenüber ihren eigenen Leistungen. In der Verarbeitung des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ schwingt zumindest bei allen hier befragten Menschen Selbstkritik mit. Vermutlich sind viele von ihnen den Auftritt viele Male gedanklich durchgegangen und haben sich überlegt, was sie hätten besser machen können. Sie kommen zu der Schlussfolgerung, dass sie in der Musikauswahl (sofern sie diese hatten) etwas anders vorgegangen wären:

„Auf jeden Fall. Ich hätte einen anderen Song in der ersten Liveshow gesungen.“
(ca. 40-jähriger *The Voice of Germany*-Kandidat)

„Nein, nur eventuell [würde ich] meinen dritten (und damit letzten) Live-Song anders auswählen – ich hätte eine andere Musikrichtung spielen können, vielleicht wäre ich dann noch eine Runde weitergekommen.“ (ca. 35-jähriger *Unser Star für ...*-Kandidat)

Einige ziehen aus dem Reflexionsprozess für sich die Schlussfolgerung, sie hätten besser professionell und körperlich vorbereitet sein müssen.

„Ich hätte vorher Gesangsunterricht genommen und mich mit dem Thema Gesang ausführlicher befasst, [um] gesünder, frischer und körperlich fitter ausgestrahlt zu werden.“ (ca. 30-jährige *DSDS*-Kandidatin)

Insbesondere die KandidatInnen, die im Prozess weit gekommen sind, beschreiben, wie sie nun konkret auf das Gelernte zurückgreifen würden.

„Ich habe nun mehr Bühnenerfahrung und würde ohne Angst auf die Bühne gehen.“ (ca. 25-jähriger *DSDS*-Kandidat)

Dieser Verarbeitungsmechanismus ist ein normaler und wichtiger Teil der Verarbeitung. Insbesondere wenn daraus, neben einer gewissen Veränderung der Handlung, das Selbstbewusstsein erwächst, im Grunde alles so gemacht zu haben, wie es zu einem passt, ist dies ein gesunder, förderlicher Vorgang der Reflexion.

„Ich hätte mich in der Liveshowzeit noch viel mehr angestrengt, obwohl ich denke, dass alles gut so war, wie es war! Wirklich etwas ändern würde ich gar nicht!“ (unter 18-jährige *The Voice of Germany*-Kandidatin)

„Mit dem heutigen Wissen hätte ich mich vielleicht anders vorbereitet, aber letztendlich würde ich alles noch mal genauso machen.“ (ca. 30-jähriger *X Factor*-Kandidat)

7.1.2 Sich selbstbestimmter inszenieren

Aufbauend auf den Erfahrungen, die die TeilnehmerInnen gesammelt haben, würden sie sich bei einer nächsten Teilnahme weniger fremdbestimmt inszenieren lassen.

„Mich nicht zu gewissen Aussagen drängen lassen und meine eigenen Klamotten anziehen!“ (ca. 20-jähriger *DSDS*-Kandidat)

Angefangen bei der Kleiderwahl bis hin zum Einfluss auf die Typisierung durch das „System Castingshow“, würden die ehemaligen KandidatInnen beim nächsten Mal versuchen, mehr Einfluss zu nehmen. Für einige wäre der Ansatzpunkt, weniger von sich preiszugeben und zu versuchen, bedachter mit der Äußerung eigener Ansichten und Informationen über ihr Privatleben zu sein.

„Ich würde wahrscheinlich nicht mehr mitmachen. Und obwohl ich schon sehr bedacht war, würde ich noch weniger preisgeben. Ich würde generell besser vorbereitet und sicherer [mit] mir selbst dort hingehen.“ (ca. 20-jährige Popstars-Kandidatin)

Insbesondere wenn sie sich verletzt und ausgenutzt in einer gewissen Naivität gegenüber der medialen Begleitung fühlten, ist ihnen die Gefahr ihrer Verletzbarkeit durch den offenherzigen Umgang mit Medien schmerzlich bewusst geworden.

Mit dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ geht auch das Bewusstsein einher, dass im „System Castingshow“ (Lünenborg, Töpfer 2012) herausragende Selbstinszenierung gefragt ist. Demzufolge würden sich andere, nicht ohne bitteren Unterton, beim nächsten Mal entsprechend anders selbst inszenieren:

„Ja, ich würde noch abgedrehter performen, weil nur Freaks weiterkommen.“
(ca. 25-jähriger DSDS-Kandidat)

7.1.3 Andere professionelle Strategien

Im Nachhinein entwickeln einige auch professionelle Strategien, wie sie das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ für sich noch nutzbarer hätten machen können:

„[Ich] würde versuchen, ein Demo-Album fertigzustellen, bevor es in die Liveshows geht, und mich noch weniger stressen lassen von den armen Fernsehschaffenden :).“
(ca. 30-jähriger The Voice of Germany-Kandidat)

Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ geht für die meisten KandidatInnen mit einem akuten finanziellen Verlust in dieser Zeit einher. Die meisten Formate zahlen, wenn überhaupt, nur wenig Honorar, sodass laufende Kosten nicht gedeckt werden. Die Gegenleistung ist quasi Bekanntheit, die aber den meisten KünstlerInnen zu diesem Zeitpunkt finanziell wenig bringt. Entsprechend sinnvoll erscheint es im Nachhinein, andere professionelle Strategien zu entwickeln und den Faktor Bekanntheit für die Karriere besser geplant auszunutzen.

7.1.4 Mit dem Gegebenen abfinden – und es nächstes Mal vermeiden

Einige der ehemaligen TeilnehmerInnen äußern an dieser Stelle ihre zwiespaltigen Gefühle:

„Ich denke, dass es trotz all der negativen Erfahrungen auch viele positive Momente gab und es mir auch Spaß gemacht hat. Manchmal bereue ich es, mitgemacht zu haben. Ich bin da sehr hin und her gerissen.“ (ca. 25-jährige DSDS-Kandidatin)

Andere, gerade auch jene, die in dem „System Castingshow“ diffamiert wurden, haben für sich mit dieser Erfahrung so weit wie möglich abgeschlossen, indem sie es hinnehmen.

„Eine wichtige Erfahrung ist, dass man die Zeit nicht zurückdrehen kann. Es ist so, wie es ist, und ich schaue nach vorn.“ (ca. 20-jährige DSDS-Kandidatin)

Für einige erwächst daraus die klar formulierte Schlussfolgerung, nicht wieder teilnehmen zu wollen:

„Ich würde nie wieder an einer Castingshow teilnehmen, da ich finde, dass man sich unter seinem Wert verkauft.“ (unter 18-jährige Popstars-Kandidatin)

7.2 Was würden die TeilnehmerInnen einer Freundin oder einem Freund raten, die/der teilnehmen will?

Nachdem die ehemaligen KandidatInnen das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ durchgestanden haben, sind sie sozusagen zu ExpertInnen für diese Erfahrung geworden. Wir fragten offen, was sie einer/m FreundIn raten würden, die/der sich als KandidatIn bei einer Musik-Castingshow bewirbt.

7.2.1 Eigenschaften, die helfen: Selbstbewusstsein, Vertrautheit mit der Bühne, breites Repertoire

Die genannten Ratschläge beziehen sich aber auch auf bestimmte Charaktereigenschaften, die die ehemaligen TeilnehmerInnen mittlerweile als grundlegend erachten:

„Niemals schüchtern oder zurückhaltend sein. Selbstbewusstsein ist alles.“
(unter 18-jährige Popstars-Kandidatin)

„Dass es viel Nerven kostet und man braucht viel Selbstvertrauen.“
(ca. 20-jähriger DSDS-Kandidat)

Ein Moment, der von den ehemaligen TeilnehmerInnen für das Durchstehen des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ als hilfreich angesehen wird, ist die Gewöhnung an die Bühnensituation und das Spielen von Musik, die einem nicht unbedingt liegt:

„Hol dir ein dickes Fell, indem du ein halbes Jahr vorher fast täglich auf einer Bühne stehst. Versuche auch Songs zu lernen, die dir persönlich weder gefallen noch liegen.“
(ca. 30-jähriger X Factor-Kandidat)

Mehrere ehemalige Musik-Castingshow-TeilnehmerInnen würden ihren Freunden aber explizit raten, so zu bleiben, wie sie sind, sich nicht fremdbestimmt inszenieren zu lassen und trotzdem etwas Herausragendes zu tun.

„Sei du selbst und versuche, dich nicht verbiegen zu lassen und versuche immer, was Besonderes zu machen!“ (ca. 20-jähriger *DSDS*-Kandidat)

Geraten wird zur Authentizität als Grundlage der Selbstinszenierung, und nicht zum Wunsch, anderen zu gefallen:

„Man darf niemals vergessen, zu bleiben, wie man ist. Sich nicht zu verstellen, weil es anderen eventuell gefallen würde. Der Zuschauer da draußen merkt, wer ‚real‘ ist und wer eben nicht.“
(ca. 20-jährige *Popstars*-Kandidatin)

Als entscheidendes Bewertungssystem wird „der Zuschauer da draußen“ angesehen, auch wenn dies gerade beim Format *Popstars* im Sinne eines direkten Televotings nur sehr bedingt (Wahl einer Kandidatin/eines Kandidaten in eine von der Jury ausgewählte Band) zutrifft.

Um herauszustechen und sich von den anderen TeilnehmerInnen abzuheben, raten einige Befragte ihren Freundinnen oder Freunden auch, dass sie auffallen und sich ein gewisses Image zu legen sollen.

In diesem Zusammenhang schreibt ein 25-Jähriger, der schon bei einigen Musik-Castingshows mitgemacht hat:

„Du musst auffallen. Singen allein zählt nicht. Du musst ein eindeutiges Profil haben (die Schöne, der Schwule, die Zicke, der Dicke) und das zu 100 % verkaufen.“
(ca. 25-jähriger Kandidat mehrerer Shows)

Diese ehemaligen KandidatInnen raten in diesem Sinne zur konsequenten Selbstinszenierung. Also auch nach der eigenen Teilnahme und dem Wissen um die Mechanismen raten einige den Bekannten nicht, sich davon fernzuhalten, sondern sich die Mechanismen zu Nutze zu machen und sie für die eigenen Zwecke einzusetzen.

7.2.2 Vorsicht vor Verträgen!

Vom heutigen Wissensstand ausgehend, sehen einige der ehemaligen KandidatInnen die professionelle Auseinandersetzung mit den vertraglichen Vereinbarungen als einen wichtigen Ratsschlag für andere an.

„Sich bei der richtigen Castingshow zu bewerben und die Verträge von einem Medienanwalt [!] durchchecken zu lassen.“ (ca. 20-jähriger *X Factor*-Kandidat)

Das professionelle Sichten der Vertragsunterlagen durch einen in Medienrecht geschulten Anwalt hilft bei einer angemesseneren Einschätzung dessen, worauf man sich beim „Erlebnis Castingshow“ tatsächlich einlässt. Andere raten ganz zur Vermeidung von bindenden Unterschriften:

„wenn er keinen Fragebogen ernsthaft ausfüllt (und darin Freunde, Verwandte oder andere Lebensgeschichten mit Adresse angibt) und auch keine Verträge, die über das Ausstrahlungsrecht hinausgehen, unterschreibt, dann ja.“ (ca. 30-jähriger X Factor-Kandidat)

Wie zuvor bereits angesprochen, gehört es zum „allgemein Bekannten“ über Castingshows, dass die KandidatInnen im Vorhinein auch persönliche Fragen beantworten müssen. Dies ermöglicht der Produktion, mit der oder dem TeilnehmerIn Hintergrundgeschichten erzählen zu können. Genau wegen dieser Erfahrung der Typisierung warnen die ehemaligen TeilnehmerInnen hier vor. Dahinter steht für viele die Einschätzung, dass die musikalische Leistung zählen sollte, und nicht das, was die KandidatInnen an sonstigen Geschichten und potenziellen Skandalisierungen ermöglichen könnten.

„Lass dich nicht verbiegen, mach nicht alles mit und beantworte nicht alles. Sing erst anderen Leuten vor, um dir einiges zu ersparen, weil vor anderen wird es meistens ein bisschen schlechter.“ (ca. 35-jähriger X Factor-Kandidat)

7.2.3 Abraten von der Teilnahme

Einige Befragte würden einer/m FreundIn ganz klar davon abraten, an einer Musik-Castingshow teilzunehmen. Beispielsweise lautet der Ratschlag einer unter 18-Jährigen, die mit 16 Jahren bei der Musik-Castingshow Popstars teilgenommen hat, an ihre Freundin folgendermaßen:

„Geh auf keinen Fall hin! Wenn du etwas erreichen willst, dann versuch es auf anderem Weg.“ (unter 18-jährige Popstars-Kandidatin)

Die Möglichkeit einer fairen Behandlung und eines Einstiegs in das Musikbusiness sieht sie hier, nachdem sie das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ durchlebt hat, nicht.

7.2.4 Vorherige Reflexion über die diversen Momente, die einen erwarten

Einige würden ihr jetziges Wissen dazu nutzen, sich die zentralen Momente, die sie bei der Show als Herausforderung erlebt haben, im Vorhinein genau zu überlegen:

„Ich würde diese Person darauf hinweisen, sich genau zu überlegen, was sie sich von der Teilnahme erwartet und was sie auf keinen Fall möchte. Dann würde ich mit ihr überlegen, welche realistischen Möglichkeiten eine solche Show bietet, und was sie – auch bezogen auf ein Image – mit sich bringt. Im Anschluss würde ich die Person bitten, Erwartungen und realistische Folgen abzugleichen und nur dann teilzunehmen, wenn beides übereinstimmt.“ (ca. 25-jährige Unser Star für ...-Kandidatin)

Das Abklären der eigenen Erwartungshaltung, die realistischen Chancen, die eine Teilnahme bietet, und die Folgen für die Wahrnehmung durch andere sind Punkte, die es zu überdenken gilt. Nur dann, so der kluge Rat der Kandidatin, wenn die Person für sich mit einer positiven Bilanz im Hinblick auf die Erfüllung ihrer Erwartung rechnen kann, sollte sie auch wirklich teilnehmen.

8 Feedback an die Medienprofis

Die TeilnehmerInnen haben das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ durchlebt und zum Zeitpunkt der Erhebung zum größten Teil auch schon für sich verarbeitet. Sie sind Teil des „Systems Castingshow“ geworden, haben Erfahrung gewonnen und für sich ihre Schlussfolgerungen aus diesen Erfahrungen gezogen. Wir bateten sie jetzt, rückblickend einzelnen Medienprofis, sei es den JurorInnen oder dem Produktionsteam, eine Rückmeldung zu geben.

„Wenn Sie jetzt jemanden aus dem Castingshow-Team (z. B. den JurorInnen, dem Produktionsteam oder dem Sender) etwas raten oder sagen könnten, was wäre das?“

8.1 Feedback an Betreuung und einzelne JurorInnen

Herzliche Worte fanden die ehemaligen TeilnehmerInnen oftmals für die betreuenden MitarbeiterInnen der Produktionsfirmen:

„Bleibt genau so, wie ihr seid, ihr macht euren Job toll! Und vergesst nicht, wie wichtig ihr seid, denn ohne euch wäre alles nichts!“ (ca. 20-jährige Popstars-Kandidatin)

Manchmal sind in den positiven Aussagen auch ironische Momente in Nebensätzen herauszuhören – wie hier explizit gekennzeichnet:

„Die Betreuung ist super. Man kann euch verzeihen, dass ihr uns gegeneinander ausspielt.“ (ca. 25-jährige Kandidatin mehrerer Shows)

Die ehemaligen TeilnehmerInnen, nun auch mit einer gewissen Erfahrung im Mediensystem, erkennen die professionellen Rollen, in denen sich das Produktionsteam, die JurorInnen und die Redaktion befinden, meist als eigenständiges System an. Sie wissen um spezifische Regeln, die zum Beispiel eher auf Konfrontation denn auf Konfliktmanagement angelegt sind.

Einigen JurorInnen/BetreuerInnen wird explizit ein positives Feedback gegeben, zum Beispiel der *The Voice of Germany*-Coach Rea Garvey, oder Ross und Senna aus der *Popstars 2012*-Jury:

„Ihr beiden seid für mich die besten. Ihr wart die, die noch etwas Positives bei Popstars reingebracht haben.“ (unter 18-jährige Popstars-Kandidatin)

Und auch Stefan Raab, der Juror bei *Unser Star für ...* ist, wird von einem Kandidaten, der es bis in die Live-Show geschafft hat und der die Show als Sprungbrett für seine Band genutzt hat, gelobt:

„Ruhig so weitermachen!“ (ca. 35-jähriger *Unser Star für ...*-Kandidat)

Ein anderer Kandidat konnte die Zusammenarbeit mit den Musikprofis genießen und schreibt sehr positiv über die einzigartigen Erfahrungen, die er mit der Castingshow machen konnte:

„[Es war eine] große Ehre, mit Stefan Raabs Heavytones zu spielen und mit denen live im TV zwei meiner eigenen Songs zu performen (das war mein eigentliches Ziel an der ganzen Sache).“
(ca. 35-jähriger *Unser Star für ...*-Kandidat)

Insgesamt ist das Feedback, das die ehemaligen TeilnehmerInnen den Jurys und den Produktionsteams geben, jedoch eher kritisch.

Einige KandidatInnen kritisieren die wahrgenommene Ambiguität der JurorInnen vor und hinter der Kamera und wünschen sich:

„Würde mich freuen, wenn ihr vor der Kamera genauso [sein würdet], wie hinter den Kulissen ... damit jeder sieht, wie ihr wirklich drauf seid!!!!“
(ca. 20-jähriger *DSDS*-Kandidat zur Jury)

Ein Juror, dem im Nachhinein eher negative Beurteilungen zukommen, ist der *Popstars*-Coach Detlef D! Soost. Mehrere KandidatInnen fühlten sich in ihrem Bild, das sie sich von ihm als Mensch und Trainer aufgrund der bisherigen Staffeln der Show gemacht hatten, enttäuscht:

*„Ich bin unendlich enttäuscht, ich dachte, du seist ein harter, aber empathischer Coach. Ich finde es schade, wie arrogant und abgehoben du bist. Du nimmst keinerlei Rücksicht auf die Seelen der Kandidaten und kannst damit einen Schaden anrichten, dessen du dir scheinbar nicht bewusst bist. Ich bin noch glimpflich davongekommen, aber wie manche dargestellt wurden, ist so unmenschlich. Schade, dass du so etwas als Profilierung brauchst. Wenn du so stark wärst, wie du dich präsentierst, würdest du dich nicht an ein katastrophales Format wie *Popstars* verkaufen, Geld hin oder her. Du würdest ein anderes Niveau anstreben.“*
(ca. 20-jährige *Popstars*-Kandidatin)

Die persönliche Begegnung mit dem Menschen Detlef D! Soost widersprach dem Bild „*harter, aber empathischer Coach*“. Die *Popstars*-Kandidatin erlebte einen Menschen in seiner professionellen Arbeit als Darsteller einer Rolle, der aus ihrer Sicht „*keinerlei Rücksicht auf die Seelen der Kandidaten*“ nimmt und psychische Schäden billigend in Kauf nimmt. Die eigentlichen Schuldigen sieht sie jedoch in denjenigen, die für das Format verantwortlich sind, und Herrn Soost sieht sie als jemanden, der sich „*verkauft*“ hat. Auf diese Weise kann sie gewissermaßen das Bild, das sie sich von ihm gemacht hat, zumindest in Ansätzen doch noch aufrecht-erhalten. Die Emotionalität, mit der sie ihre Einschätzung und auch den letztendlichen Ratschlag an Herrn Soost vorträgt, spricht aber vor allem für eine noch nicht verarbeitete Erfahrung, die vermutlich mit viel Beschämung einhergegangen ist.

8.2 Kritik an der Wortwahl und der Arroganz der JurorInnen

Ein Kritikpunkt an die JurorInnen ist ihre Haltung gegenüber den KandidatInnen. Ein ca. 30-jähriger *DSDS*-Kandidat (der vor ca. 10 Jahren teilgenommen hat) schreibt kurz und bündig an Dieter Bohlen: „*sei nicht immer so herablassend*“. Andere Kandidaten, die im Prozess relativ weit gekommen sind, formulieren:

„Sie sollen mehr wirkliches Interesse an den Kandidaten zeigen.“
(ca. 25-jähriger *DSDS*-Kandidat)

„[...] mehr Kommunikation mit den Kandidaten auf Augenhöhe und nicht wie Erzieher im Kindergarten [...].“ (ca. 30-jähriger *The Voice of Germany*-Kandidat)

Aus Sicht der Medienprofis ist es relativ selbstverständlich, dass sie in einer überlegenen Position sind, auswählen, bewerten und Ratschläge geben. Im Castingprozess begegnen sie Tausenden von Menschen, und insbesondere wenn sie diesem Engagement schon mehrere Jahre nachgehen, ist für sie ein bestimmter professioneller Umgang mit den BewerberInnen zur Routine geworden.

Aus der Perspektive der einzelnen KandidatInnen ist es ein Einzelerlebnis. Vor allem wenn sie nicht in die jüngsten Gruppen gehören und selber zum Teil schon gestandene MusikerInnen sind, ist die hierarchische Art der Kommunikation völlig unangemessen. Hier stehen sich erwachsene, professionell agierende Menschen gegenüber. Die selbstverständlich gelebte und zelebrierte Hierarchisierung, aus welcher heraus die einen über die anderen urteilen, sie zum Teil respektlos abwerten, und dies vor einem Massenpublikum, ist deplatziert.

Sieht dann die Rolle innerhalb des Formates für bestimmte JurorInnen noch vor, dass sie besonders kritisch sind, wird die Routine der Abwertung und des Kritisierens selbstverständlich und entzieht sich im Einzelfall vermutlich der bewussten Reflexion bei den JurorInnen. Für die einzelnen TeilnehmerInnen ist es jedoch ausgesprochen verletzend. Sie würden sich eindeutig etwas anderes wünschen:

„Ich würde keine Kandidaten ohne ihr Wissen durch den Kakao ziehen. [...] Ich weiß, es geht um Einschaltquoten, aber es sind immer noch Menschen mit Gefühlen.“
(ca. 20-jährige *DSDS*-Kandidatin)

„Die Kandidaten sollten respektvoll behandelt werden. [...] Gerade bei jüngeren Kandidaten besonders vorsichtig sein.“ (ca. 25-jährige *DSDS*-Kandidatin)

Im Detail kritisieren die ehemaligen Castingshow-TeilnehmerInnen neben der Wortwahl eine unangemessene Reaktion auf Fehler, die ihnen selber eigentlich nicht fremd sein dürften:

„Ihr werdet für den Job bezahlt und habt euch alle schon krasse Fehlritte erlaubt, demnach achtet auf eure Wortwahl und denkt mal selbst über eure Fehler nach, die ihr mitten in der Karriere trotz Erfahrung gemacht habt. Da muss man nicht jeden, der es zum ersten Mal probiert, so in die Pfanne hauen, nur weil mal was nicht klappt.“

(ca. 35-jähriger X Factor-Kandidat)

Vor allem aber bezieht sich das kritische Feedback auf die Stilisierung der KandidatInnen zu bestimmten Typen durch die redaktionelle Bearbeitung:

„Etwas menschlicher und ehrlicher mit den Kandidaten umgehen. Es sollte nicht um jeden Preis eine verlogene oder getürkte Story aus dem Boden gestampft werden.“

(ca. 20-jährige Teilnehmerin mehrerer Castingshows)

Die ehemaligen TeilnehmerInnen haben am eigenen Leib erfahren, welches Krisenpotenzial sich durch eine Inszenierung der KandidatInnen ergeben kann. Mit wenigen Ausnahmen haben sie einen gewissen Grad an Typisierung als Notwendigkeit akzeptiert – natürlich umso mehr, je positiver sie selbst in dieser Typisierung dargestellt werden. Dennoch ziehen sie vehement bestimmte Grenzen, die sie als völlig unangemessen ansehen: die Konstruktion von Geschichten, eine Charakterisierung, die ihrem eigentlichen Selbstbild völlig widerspricht und die Veränderung des ohnehin schon gezielt provozierten aufgenommen Bild- und Tonmaterials zugunsten der gewollten Aussagen.

„Shame on you. Das Abtreten von Bild- und Tonrechten darf Euch nicht dazu bewegen, Sätze umzuschneiden und mit Bildern aus anderen Situationen zu synchronisieren.“

(ca. 30-jähriger X Factor-Kandidat)

Die gezielte Veränderung des schon an sich sehr gezielt produzierten Aufzeichnungsmaterials, die zum Teil vielfache Wiederholung und grafische Aufbereitung von bestimmten Sequenzen²⁴, die grafische Verfremdung und diffamierende Deutung, all das wird vehement kritisiert. Eingeordert wird ein ethischer Umgang mit dem Aufzeichnungsmaterial. Die meisten ehemaligen KandidatInnen haben zumindest im Nachhinein für sich akzeptiert, dass innerhalb der Formate Menschen in Typen eingeordnet werden. Sie fordern aber die Einhaltung eines Mindestmaßes an journalistischer Qualität beim Umgang mit dem Bild- und Tonmaterial.

²⁴ Zitate, die hier bewusst nicht abgedruckt werden, um die Anonymität der ehemaligen TeilnehmerInnen zu wahren und um nicht deren abermalige Verspottung zu provozieren.

8.3 Kritik an dem Genre an sich

Einige ehemalige KandidatInnen formulieren an dieser Stelle auch explizit Kritik an dem Genre bzw. dem Format. Dies bezieht sich zum einen auf die ständige Produktion von Kurzzeitstars:

„Auch wenn es unterhaltend ist: Bitte hört auf, Castingsendungen zu produzieren. Wir brauchen endlich wieder einen Musikmarkt, auf dem Menschen unterwegs sind, die aufgebaut werden. Es reicht nicht zu sagen, dass sich niemand große Hoffnungen in diesen Sendungen machen soll. Ihr wisst nicht, was ihr mit den Menschen macht, ihr mutet ihnen zu viel zu. Das darf nicht das sein und bleiben, was wir Millionen Menschen vorbildhaft präsentieren.“

(ca. 25-jährige *Unser Star für ...*-Teilnehmerin, Rückmeldung an *Raab TV*)

Das Genre verspricht Stars aus den Menschen zu machen und schafft es auch innerhalb kürzerer Zeit, sie prominent zu platzieren. Nachhaltig ist dies aber weder für den Musikmarkt noch für die TeilnehmerInnen. Dies anzukündigen und dann zu erwarten, dass die Menschen selbstverständlich mit dem Oxymoron des „Systems Castingshow“ – dass es eben keine Superstars oder Popstars produziert – umgehen können, hält diese Teilnehmerin aus eigener Erfahrung für eine Überforderung. Andere klagen das Genre als solches als unmoralisch an:

„Leider fragen viel zu viele Leute noch nach dem Scheiß [...]. Ich wünsche mir, dass eines Tages ein Paradigmenwechsel bei den Menschen stattfindet und wir Zuschauer in so einem Maße aufwachen, dass ihr mit euren unmoralischen Vorgehensweisen keinen Erfolg mehr habt.“ (ca. 20-jährige *Popstars*-Kandidatin, Rückmeldung an den Sender *PRO7*)

Ein noch deutlicheres Feedback zur moralischen Seite der Inszenierungsmuster des „Systems Castingshow“ gibt eine ca. 25-Jährige ehemalige *DSDS*-Kandidatin:

„Leider interessieren sich die Zuschauer nur für Skandale, Tränen und Probleme, sodass sich immer wieder etwas Neues ausgedacht wird, um Einschaltquoten zu bekommen, aber dabei werden die Teilnehmer und teilweise deren Zukunft zerstört. Ich werde nichts ändern können, aber ich kann nicht verstehen, wie die Menschen, die dahinterstecken, noch ruhig schlafen können und kein schlechtes Gewissen haben.“

(ca. 25-jährige *DSDS*-Kandidatin, Rückmeldung an das Produktionsteam)

9 Die Bedeutung der Castingshow-Teilnahme für die Selbst-Entwicklung

Die zentrale forschungsleitende Frage dieser Studie ist: Welche Bedeutung hat das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ für die Psyche der TeilnehmerInnen? Nehmen sie Schaden oder ist es etwas, an dem sie wachsen?

Die antwortvergleichende Auswertung, wie sie in den vorherigen Kapiteln vorgestellt wurde, zeigte, neben bestimmten wiederkehrenden Momenten, bereits die Unterschiedlichkeit der Erlebnisse und Einschätzungen im Nachhinein. Dies steht vor allem in direktem Zusammenhang mit der Art, wie die jeweiligen KandidatInnen medial inszeniert wurden. Es gibt Fälle, in denen eine offensichtliche Inszenierung als Freak mit positiven Erfahrungen und Stolz verbunden war oder eine erfolgreiche Teilnahme die Menschen in psychische Krisen stürzte. Insofern gilt es im nächsten Schritt, die Daten auf den Einzelfall bezogen auszuwerten und typische Muster der Zusammenhänge zwischen dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ und der psychischen Welt der/des Einzelnen herauszuarbeiten.

Die Auswertung der Einzelfälle fand in dieser Studie vor dem Hintergrund eines theoretischen Verständnisses der psychischen Welt im Sinne der humanistischen Psychologie, mit besonderer Orientierung an der Gestalttheorie/-psychologie, statt. Um die Deutungen, wie sie in dieser Studie stattfanden, zumindest im Ansatz offenzulegen, wird das theoretische Verständnis im Folgenden kurz vorgestellt.

9.1 Theoretische Verortung: Menschenbild der humanistischen Psychologie

Das für dieses Projekt grundlegende Menschenbild ist das der humanistischen Psychologie²⁵ im Sinne Carl Rogers (vgl. Rogers 1985). Menschen werden als aktiv Handelnde und Gestaltende ihres Selbst (Identität) verstanden. Sie handeln subjektiv sinnhaft, d. h. aus ihrer Weltsicht und ihrem Selbstbild heraus sinnvoll. Die Wahrnehmungen und Empfindungen von Menschen sind subjektiv unterschiedlich und durch ihr Selbstbild sowie gelernte Verarbeitungsmechanismen geprägt (vgl. hierzu v. a. Polster, Polster 2009). Jeder und jede sieht durch seine/ihre eigenen Augen und fühlt mit seinem/ihrer eigenen Körper, was wissenschaftlich gut nachweisbar ist (vgl. hierzu v. a. Gestalttheorie), (Blankertz, Doubrawa 2005, S. 109 ff.). Aufbauend auf der eigenen Wahrnehmung und Verortung, gestalten Menschen ihre Identität, die als „Selbst“ bezeichnet wird. Dabei besitzt der Mensch die Fähigkeit, sich in Richtung größerer Reife und physischer Funktionsfähigkeit zu entwickeln (Selbstverwirklichungstendenz). Das heißt, Menschen gehen mit den Erlebnissen und Anforderungen ihres Alltags und ihrer Lebenswelt handelnd um. Sie werden versuchen, sich in Richtung Autonomie und Differenzierung zu erweitern (vgl. Hutterer 1998) und die auftretenden Anforderungen und Probleme ihres Lebens unter

²⁵ Humanistische Psychologie wird neben der Psychoanalyse und dem Behaviorismus als die „dritte Kraft“ in der Psychologie bezeichnet. Dabei bezeichnet Humanistische Psychologie eher einen lockeren Verbund unterschiedlicher Ansätze mit einem ähnlichen Menschenbild. Die Hauptvertreter, u. a. Carl Rogers, Charlotte Bühler, Abraham Maslow, gründeten 1962 in den USA die „Gesellschaft für humanistische Psychologie“. Philosophische Wurzeln der humanistischen Psychologie liegen u. a. im Existenzialismus (vor allem Martin Buber, Friedrich Nietzsche, Sören Kierkegaard), der Phänomenologie (Edmund Husserl, Max Scheler und französische Autoren wie Jean-Paul Sartre, Maurice Merleau-Ponty) (vgl. auch Lexikon der Psychologie 2001, Bd. 2, S. 68; Quitmann 1996)

günstigen Bedingungen selbst zu lösen (Selbstregulierung), indem sie einen Weg zur Verarbeitung und Integration der Erfahrungen in ihre Identität finden (vgl. Goldstein 1934). Menschen werden somit als aktiv Sinn-Gestaltende ihres Selbst in der sie umgebenden Lebenswelt gesehen.²⁶

Dies gilt selbstverständlich auch für ihr Handeln beim Anmelden und Durchleben einer Castingshow. Grundannahme der folgenden Deutung ist also, dass die TeilnehmerInnen bewusst und gezielt gehandelt haben. Die Selbst-Verantwortlichkeit für ihr eigenes Handeln kann und darf ihnen nicht abgesprochen werden.

Gleichzeitig ist die Castingshow-Teilnahme eine besondere Situation, bei der die Menschen Teil eines Genres des performativen Realitätsfernsehens werden. Aus der Identitätsentwicklung im Alltag ist bekannt, dass es Voraussetzungen gibt, die eine günstige Entwicklung des Selbst sowie eine Verarbeitung von Erlebnissen ermöglichen und das Wachsen des Individuums fördern: (u. a.) wertschätzende Anerkennung, Kompetenz- und Autonomieerleben, Resonanz auf eigene Erlebniswelten sowie eine respektvolle Behandlung und das Gefühl von Sicherheit und Orientierung (vgl. Dauber 1997, Hutterer 1998, Quitmann 1996, Pallasch 1990). Es gibt aber auch Momente, die sie verletzen, das Selbstbild beschädigen und so das Individuum vor schwerwiegende Herausforderungen stellen, an denen sie z. T. scheitern und z. B. psychisch erkranken.

Eine forschungsleitende Frage ist insofern zum einen, wie Menschen das durchlebte Ereignis „Teilnahme an einer Castingshow“ wahrnahmen und im Rückblick einordnen. Wie erlebten sie die Teilnahme, die Behandlung durch die Produktionsfirma, den Sender und die Jury? Wie erlebten sie die Fernsehausstrahlung und die Rückmeldungen aus ihrem sozialen Umfeld, und würden sie diese Erfahrung noch einmal machen wollen? Zudem soll aber auch in einer tieferen einzelfallbezogenen Auswertung der Frage nachgegangen werden, welche Bedeutung das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ für die Identitätsentwicklung hat.

Welche typischen Konstellationen von „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ und Selbstkonstruktion zeigen sich?

Da Menschen subjektiv sinnhaft handeln, werden sie versuchen, jede Erfahrung für sich sinnhaft zu deuten und letztendlich an dem Erlebnis zu wachsen (vgl. u. a. Doubrava 2007). Die Frage ist jedoch, inwieweit diese Herausforderung für das Selbst integrierbar war oder den Menschen überforderte und in eine größere Krise gestürzt hat. Im Sinne des Jugend- und Publikumschutzes ist zu fragen, ob die Menschenwürde verletzt wurde und/oder ob sich für die Persönlichkeitsentwicklung schädigende Zusammenhänge zeigen lassen. Aus medienethischer Sicht bleibt zu beurteilen, welche Chance zur Selbst-Entwicklung das Mediensystem bietet oder welche Mitschuld an Selbst-Beschädigung dem Mediensystem zukommt. Im Sinne der Qualitätsförderung ist zudem herauszuarbeiten, welche Momente Selbst-befördernd und Selbst-unterstützend sind und welche in Zukunft möglichst zu vermeiden wären.

²⁶ Zum Lebensweltbegriff vgl. Schütz 1974; Berger, Luckmann 1965.

9.2 Die Bedeutung des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ für die Identitätsentwicklung

Unabhängig davon, wie weit die TeilnehmerInnen in der Castingshow gekommen sind, wie sehr und in welchem Maße sie zur öffentlichen Person wurden, müssen sie sich nach diesem besonderen Ereignis in ihrem Alltag neu verorten, die Erfahrungen verarbeiten und die Erfahrungen in ihr Selbstbild integrieren. Dies birgt diverses Krisen-, aber auch Wachstumschancen-Potenzial. Fallvergleichend wurde ausgewertet, welche typischen Konstellationen von „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ und Selbstkonstruktion deutlich werden.

Aufbauend auf der Gesamtauswertung der Erhebung wurde – ansetzend bei den Beschreibungen, wie die Teilnahme am Casting empfunden wurde – eine erste Annäherung an typische (im Sinne wiederkehrender) Muster der Bedeutung der Castingshow-Teilnahme gemacht. Im nächsten Schritt wurde fallvergleichend die Typisierung weiter ausdifferenziert (in Anlehnung an Kelle, Kluge 1999). Entwickelt wurde so eine Typisierung der subjektiven Erfahrung des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ entlang der Achse großartige „Wachstumschance“ bis „Selbstgefährdende Krise“, sowie die erlebte mediale Inszenierung von „Inszenierung als HoffnungsträgerInnen“ bis „Diffamierte Loser“ (vgl. auch Götz, Gather 2010). In der Selbstdarstellung des „Erlebnisses Castingshow“, so wie es uns die ehemaligen TeilnehmerInnen in der Befragung anboten, wurden sieben typische Realmuster herausgearbeitet und Prototypen identifiziert. Soweit dies möglich war, wurde mit diesen Prototypen dann noch einmal ein Telefoninterview geführt, bei dem einzelne Unklarheiten noch einmal besprochen wurden und die ehemaligen TeilnehmerInnen die Möglichkeit hatten, nun noch einmal – ein halbes bis dreiviertel Jahr später – ihre Gesamtdeutung zum „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ frei im Gespräch zu formulieren. Ihnen wurde jeweils noch einmal unsere Deutung und Einschätzung ihres Falles und die Typisierung als Ganzes vorgestellt und ihre Einschätzung zu diesem Ergebnis und möglichen Konsequenzen daraus besprochen.

Die so für einen Fall vorhandenen Daten wurden im Sinne Humanistischer Psychologie in Sinnzusammenhänge gestellt und gedeutet. Mit einem der führenden Gestaltpsychologen/-therapeuten, Dr. Erhard Doubrawa, wurden die Fälle und die daraus entwickelten Deutungen einzeln durchgesprochen.

Herausgearbeitet wurden acht typische Zusammenhänge im Hinblick auf das, was das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ für das Selbst (Identität) bedeutet.

Zunächst gibt es den Typ 0, dem jene zuzurechnen sind, die zum Casting gefahren sind, zum Teil stundenlang auf die Möglichkeit einer Teilnahme gewartet haben, dann kurz vor einer Vorjury sangen, nach ein oder zwei Sätzen unterbrochen wurden und dann *„frustriert nach Hause gefahren“* sind.

„Ich bin am Morgen nach Nürnberg zum Casting gefahren, wo ich acht Stunden warten musste, um endlich vorsingen zu dürfen. Ich war leicht erkältet. Habe einen Satz gesungen und wurde dann unterbrochen. Die Aussage des Mannes war: ‚Bewirb dich doch bitte online, weil wir deine Stimme mit deiner Erkältung nicht beurteilen können‘. Danach bin ich frustriert nach Hause gefahren.“ (unter-18 jährige Popstars-Kandidatin)

Diesem Typus sind in dieser Befragung nur vier ehemalige TeilnehmerInnen zuzuordnen. In der Realität können vermutlich mindestens 90 % der BewerberInnen diesem Typus zugerechnet werden. Sie gingen zu dem Casting mit entsprechenden Hoffnungen auf Anerkennung und Prominenz, oder zumindest der Aussicht darauf, vor Prominenten zu stehen und vor ihnen singen zu dürfen. Da es zu einem solchen Auftritt jedoch nicht kommt, werden die Hoffnungen zumeist enttäuscht. Sicherlich ist auch dies ein prägendes Ereignis für die TeilnehmerInnen. Vermutlich ist dies jedoch – sieht man von einer gewissen Frustration und einem beschämten Gefühl aufgrund der frühen Ablehnung ab – nicht von substanzieller Bedeutung für das Selbstbild.

Anders ist dies bei denjenigen, die auf die eine oder andere Weise über Tage oder Monate hinweg am „Erlebnis Castingshow“ teilgenommen haben. Hier zeigen sich sieben Realtypen hinsichtlich der Beziehung zwischen Selbstbild und Erlebnis:

- Typ 1: **Profis nutzen die Show**
(Professionelle Selbstpositionierung)
- Typ 2: **Die Neuentdeckung:** Die Castingshow-Teilnahme als positives Erlebnis und herausragende Chance zur Selbst-Entwicklung (Gefördertes Selbst)
Die typischen Ausprägungen liegen dabei zwischen den Polen
2a: Gewonnene Klarheit in der Identitätsbildung
2b: Zunahme des Selbstzweifels
- Typ 3: **Die Abgewerteten HoffnungsträgerInnen**
(Verletztes Selbst)
- Typ 4: **Heimliche KomplizInnen** des Mediensystems (Selbstinszeniertes Selbst)
- Typ 5: **Die Beschämung umdeuten**
(Krampfhaft Bewahrtes Selbst)
- Typ 6: **Die Bloßgestellten**
(Beschädigtes Selbst)
- Typ 7: **Die Psychisch Überforderten**
(Überfordertes Selbst)

Im Folgenden werden die sieben zentralen Typen kurz charakterisiert und anhand von je zwei Prototypen beschrieben und weiter verdeutlicht. Je nachdem, wie weit die StudienteilnehmerInnen einer Nennung explizit zustimmten²⁷, werden im Folgenden einige der Prototypen namentlich genannt und mit Bildmaterial visualisiert, während bei anderen Typdarstellungen die Fälle so bearbeitet wurden, dass eine Rückverfolgung der Person bewusst nicht möglich ist.

Typ 1: Profis nutzen die Show (Professionelle Selbstpositionierung): Die Castingshow-Teilnahme als professionelles Sprungbrett

„Mit der Fernsehausstrahlung hast du die höchstmögliche Medienpräsenz.“

Die Castingshow-Teilnahme war für einige, die bereits als professionelle oder semi-professionelle MusikerInnen tätig waren, die Chance, sich einer größeren Zuschauermenge zu präsentieren und bekannt zu werden. Rund ein Drittel der TeilnehmerInnen der hier vorgelegten Studie lassen sich hier einordnen.

Prototypisch hierfür ist zum Beispiel Dagmara Woszczeck, die bei Popstars 2009 den dritten Platz machte. Vor der Teilnahme an der Castingshow hatte sie zehn Jahre Gesangsunterricht sowie einiges an Band- und Bühnenerfahrung, beispielsweise in einer Coverband, mit der sie seit sechs Jahren auftritt. Die damals 23-Jährige beurteilt das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ auch im Nachhinein als etwas ausgesprochen Positives:

„Es war eine tolle Erfahrung – man kommt oft an seine Grenzen. Ich würde diese Erfahrung aber nicht missen wollen.“

Auf die Fernsehausstrahlung war und ist sie immer noch „total stolz!!“. Über die Reaktionen ihres sozialen Umfelds schreibt sie:

„Alle haben mich total unterstützt ... natürlich gab es im Internet Diskussionen über meine Person, die nicht immer positiv waren. Davor wurden wir aber von dem Produktionsteam gewarnt und auch darauf vorbereitet!“

Auf die Frage hin, inwieweit sie das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ persönlich geprägt hat, schreibt sie: *„Ich bin erwachsener geworden – mein Leben hat sich seither total verändert!“* Bei einer erneuten Teilnahme würde sie alles wieder genauso machen und rät einer/m FreundIn, die/der teilnehmen möchte: *„Bleib du selbst und verstell dich nicht!“* Ihre Rückmeldung an *Tresor TV*: *„DANKE!!!“* und an Detlef D! Soost: *„You ‘re the best!“*

²⁷ Möglich war: „Ja, Sie dürfen mich namentlich nennen“, „Ja, Sie dürfen mich namentlich nennen und Bild- bzw. Videomaterial von meinem TV-Auftritt in die Auswertung einbeziehen“, „Ich kann Ihnen Bild- bzw. Videomaterial zur Verfügung stellen“, „Nein, meine Daten sollen anonym behandelt werden.“

Die Teilnahme und Platzierung haben Dagmara Woszczyk einen Schub in ihrer professionellen Laufbahn gegeben und sie kann auch drei Jahre später alle Details des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ nur positiv für sich verbuchen.

Etwas dichter an dem Ereignis dran ist ein weiterer prototypischer Fall für den Typ Profis. Sie nutzen die Show als Sprungbrett: Behnam Moghaddam, ein 31-jähriger *The Voice of Germany*-Teilnehmer, auch bekannt als Banshee LeStrange, der bei den Liveshows auf Platz 5 kam. Behnam tritt mit seiner Band Mokka Express²⁸ auf, mit der er 2012 ein Album einspielte.



Abbildung 37: Behnam Moghaddam, *The Voice of Germany*, Sat. 1, 27.01.2012, Screenshot

Der heute 31-Jährige *The Voice of Germany*-Teilnehmer Behnam Moghaddam kam 2011/2012 mit 30 Jahren bis auf Platz 5. Er verfügte über gesangliche Vorerfahrung, u. a. sang er drei Jahre im Schulchor, war zwei Jahre lang in einer Schulband, hat eine einjährige Gesangsausbildung abgeschlossen und hat „seit zwölf Jahren immer mindestens eine Band und diverse Projekte (Hip-hop, Elektro...)“ am Laufen gehabt.

Zur Show gekommen ist er durch „Zufall und Fügung – ich wollte die Durststrecke mit meinen Vätern gewordenen Bandkollegen überbrücken.“ Seine Teilnahme beschreibt er: „verspätet angemeldet (Juli/August 2011), zum letzten ‘Scouting’ (Audition) gegangen. Quasi-Recall am gleichen Abend. Eingeladen zu den sogenannten ‘Blindauditions’ (September/Oktober 2011), eingeladen zu den Duettrunden und Ausstrahlung der Aufzeichnungen im November und Dezember. Einladung zu den Liveshows Anfang Januar 2012. Ausgeschieden (das klingt ja toll) Ende Januar im Viertelfinale.“

²⁸ Homepage von Behnam Moghaddam, URL: <http://www.behnammoghaddam.com/> (letzter Zugriff am 22.02.2013)

Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ empfindet er *„als rosa Seifenblase um mich und mein egozentrisches Weltbild rum. Da ich vorher bei StarSearch relativ weit (in die Liveshows – Achtelfinale –) gekommen war, hat mich das alles nicht sonderlich beeindruckt, aber doch meinen Lebensinhalt sehr bestimmt.“*

Die Fernsehausstrahlung erschien ihm *„surreal. Die vielen Nachrichten auf Facebook, per Mail und SMS haben mir verdeutlicht, dass es doch echt ist alles.“* Er sagt für sich, dass die Erfahrung ihn dahingehend bestärkt hat, *„in meinem musikalischen Sein ein Fokus zu setzen und doch endgültig dem Sicherheitswahn und der Vollzeitwerbstätigkeit den Rücken zu kehren.“*

Sein Umfeld stand bei der Teilnahme hinter ihm: *„Familie und Freunde reagierten sehr unterstützend, motivierend“.* Er konzentriert sich stärker auf sein musikalisches Schaffen: *„Das Studium der Politikwissenschaften ist zur Makulatur verkommen, meinen Job als Leitung einer Nachmittagsbetreuung habe ich aufgegeben. Ein letzter, sehr anspruchsloser Job mit relativ hohem Stundenlohn dient mir derzeit als quasi Grundeinkommen und bietet mir die Möglichkeit, viel Zeit auf mein musikalisches Schaffen zu verwenden.“*

Wenn er die Chance hätte, etwas anders zu machen, dann würde er *„versuchen ein Demo-Album fertigzustellen, bevor es in die Liveshows geht, und mich noch weniger stressen lassen von den armen Fernsehschaffenden“.*

Für Freunde, die potenzielle TeilnehmerInnen sind, hat er folgenden „Fahrplan“: *„Band zusammenstellen, Demo-Album fertigstellen, Tour planen, nichts beweisen wollen, die Castingshow als selbst ausgedacht wahrnehmen.“*

Dem Produktionsteam und dem Sender gibt er folgende Ratschläge: *„Ich mag Ratschläge zwar nicht (auch mit Stolz kann ich nicht viel anfangen – siehe anfängliche Fragen), aber: mehr Kommunikation mit den 'Kandidaten auf Augenhöhe und nicht wie Erzieher im Kindergarten'. Wir waren wohl gut behütet durch die Betreuer, aber das Business ist da weniger zimperlich. Aber das Loch, in welches man fallen kann, ist umso tiefer, wenn die ganze Lobhudelei ad hoc aufhört.“*

Werden Behnam Moghaddams Einschätzungen, inwieweit er die einzelnen Schritte des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ auf einer 4er-Skala zwischen Erfolgserlebnis und Krise beurteilen würde, in eine „Fieberkurve“²⁹ übertragen, so wird das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ weitgehend als Erfolgserlebnis beurteilt. Zwei Monate nach der TV-Ausstrahlung kam es zu einer weniger positiven Einschätzung:

29 Methode in Anlehnung an Pallasch 1991, S. 230.

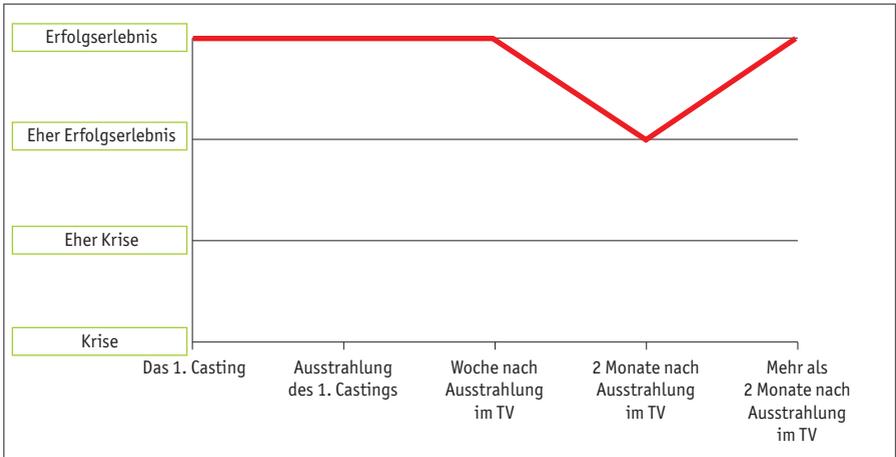


Abbildung 38: Fieberkurve Behnam Moghaddam

Im Nachgespräch erklärt er dies so: „Es stellte sich das Gefühl ein, an mir segele eine Chance vorbei. Du stellst dir die Frage: Hätte ich da nicht mehr draus machen können, die ‚Welle‘ besser nutzen können? [...] Mit der Fernsehausstrahlung hast du die höchstmögliche Medienpräsenz. Danach ist alles weniger Präsenz. [...] Wir leben in einer Leistungsgesellschaft, die Kunst und KünstlerInnen hauptsächlich an ihrem Status, Unterhaltungswert und ihrer Prominenz und weniger an ihrem kulturellen und gesellschaftlichen Mehrwert beurteilt. Und wenn dann die Miete nicht bezahlt werden kann, sind das die Momente, wo sich Zweifel einstellen, ob du wirklich das Optimum rausgeholt hast.“ Es war für ihn die Zeit, in der er begann, seine eigene Rolle und sein Handeln zu reflektieren:

„Ich hatte am Ende der Show das Gefühl, die Grenze nicht mehr gezogen zu bekommen, wann bin ich flexibel und wann verbiege ich mich. An dieser Unklarheit bin ich letztendlich auch gescheitert und hatte die Übersicht über die Dinge verloren. Was passt für mich und was nicht. Als dann der zeitliche Druck zwischen den Liveshows zunahm, wurde es zunehmend schwieriger, mir selbst und meinen Überzeugungen treu zu bleiben. [...] In dieser Zeit bist du wie in einer Seifenblase, wie hermetisch entkoppelt von vielen Dingen, sogar von dir selbst. Du vergisst leicht, was dir erfahrungsgemäß guttut. Die Bezüge zum großen Ganzen gingen so ein bisschen verloren, wenn du weißt, was ich meine. Es blieb kaum Zeit zum Denken, Zeit zum Tieferreflektieren war ohnehin nicht. Für solche Millionenproduktionen sind naturgemäß, zwecks Risikominimierung, funktionierende Roboter gefälliger. Also lieber keine Souveräne, sondern Knechte, die bestenfalls die Zeit finden, die möglichst zur Show passenden Songs einzustudieren, sich einzutrichern. Um die Melodie, Songtexte, die Aussage zu durchdringen und zu begreifen – wenn nicht schon vorher geschehen –, bleibt dann keine Zeit.“

Behnam Moghaddam zeigt sich als reflektierender Mensch, der nicht nur seine Situation, sondern auch seine Band, das Musikbusiness etc. mit einem sehr systemischen Blick durchleuchtet und dann seine eigene Position findet. Er konnte im Castingprozess und auch während der Fernsehstrahlung mit dieser eher entspannten, leicht distanzierteren Haltung für sich das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ nutzen, um Erfahrung zu sammeln und sich als Profi weiter zu etablieren. Mit allen (in der Studie identifizierten) Krisenpotenzialen konnte er für sich produktiv umgehen. Der Moment, in dem er gefühlt keine volle Zustimmung zur Castingshow-Teilnahme als Erfolgserlebnis geben konnte, war der, in dem er an die Grenzen dessen kam, was er von diesem Profi-Sein eigentlich wirklich erwartete. Nach einer entsprechenden Verarbeitungszeit, einer sozusagen gesunden leichten Krise, findet er für sich eine Deutung und damit auch einen Abstand zu einem Ideal, das für ihn nur in Teilen zutreffend ist.

Auf die Frage, warum er glaube, dass für andere das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ vielleicht eine größere Krise war, formuliert er: *„Ich glaube, weil viele sich so stark über das ‚Musiker-Sein‘ identifizieren. Und dann bekommst du die Rückmeldung ‚nein du bist es nicht‘ und das kann einen dann schon in ein tiefes Loch stürzen. Ich verstehe mich selbst eher als Mensch, als Lebewesen. Das ist meine ‚Existenzgrundlage‘, die Basis meiner Identität und daher hat mich das Urteil dann nicht so sehr kaputt gemacht. Vom Ständig-beurteilt-Werden halte ich eh nichts.“*

Er erkennt für sich ein Ziel und kann es von der gängigen Vorstellung, dass „richtige“ professionelle MusikerInnen sich vor allem dadurch kennzeichnen, dass sie mit ihrer Musik ihren Lebensunterhalt verdienen können, entkoppeln. Sein Ziel ist es, *„dass ich die Musik machen kann, die mir Erfüllung bringt, die ich bin, die sich für mich richtig anfühlt. Wenn sich andere das anhören und dann vielleicht auch davon, wie auch immer, bewegt sind und mich dabei, vor allem auch finanziell, unterstützen mögen, dann ist es gut. Sich zu überlegen, was andere hören wollen, was sich gut verkaufen lässt und dann diese Musik zu machen, führt die ganze Aktion ad absurdum.“* Er zitiert Schiller (!): *„Kannst du nicht allen gefallen durch deine Tat und dein Kunstwerk, mach' es wenigen recht; vielen gefallen ist schlimm.“* *„Letztendlich läuft es derzeit im Musikbusiness oft auf die Frage hinaus: Sicherheit oder Freiheit. Ich glaube nicht an Sicherheit und wähle das Letztere.“*

Behnam Moghaddam sucht und findet seinen Weg der Lebensgestaltung. Diesen muss er sich immer wieder suchen und gestalten, denn er geht *„nicht gerne nur auf ausgetretenen Autobahnen“*. Zeiten, in denen es nicht nur gut geht, sind hierfür genauso wichtig wie die Erfahrung eines Erfolgserlebnisses.

Um dies für sich zu entwickeln und sich selber zu positionieren, war das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ bei zwei Formaten (*Star Search* und *The Voice of Germany*) hierfür ein Schritt, der ihn weitergebracht hat. Er ist der Prototyp für den Typus „Professionelle Selbstpositionierung“ dieser Studie, bei dem das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ etwas ist, was das Individuum unbedingt persönlich und professionell weitergebracht hat.

Typ 2: Die Neuentdeckung: Die Castingshow-Teilnahme als positives Erlebnis und herausragende Chance zur Selbst-Entwicklung (Gefördertes Selbst)

2a: Gewonnene Klarheit in der Identitätsbildung

„Ich habe unheimlich viel aus dieser Zeit gelernt, im musikalischen wie auch im menschlichen Sinne.“

Die Castingshow-Teilnahme war für einige bisher noch wenig qualifizierte und meist junge Talente eine herausragende Chance, sich fachlich weiterzuentwickeln und daran zu wachsen. Sie beurteilen, relativ kurz nach dem Ereignis oder auch Jahre später, die Erfahrung als etwas, das sie in außerordentlicher Weise bereichert hat.

Ihre Beschreibungen sind durch Selbstwahrnehmungen geprägt, d. h., sie lassen durchblicken, wie aufgeregt sie vor den Auftritten waren, welchen Druck sie empfanden oder auch, dass sie von bestimmten Abläufen genervt waren. Dies sind Hinweise auf ein gesundes Selbst (im Sinne der Gestalttheorie). Es ist eine aus dem Alltag absolut herausragende Erfahrung, zu der hohe Anspannung sowie das Erlebnis von Leistungsdruck und Aufregung konstitutionell dazugehören.

In der Deutung der Erfahrung stellen diese Teilnehmenden heraus, dass sie sich fachlich und menschlich weiterentwickeln konnten und – abgesehen von der besonderen Herausforderung, die das Ereignis an sich darstellt – ohne größere Krisen an der Erfahrung gewachsen sind. Ein Fünftel derjenigen, die an dieser Studie teilgenommen haben, lassen sich hier einordnen. Prototypisch ist hier der heute 25-jährige Jonathan, der 2007 den 9. Platz bei *DSDS* belegt hat.



Abbildung 39: Jonathan Enns, *DSDS*, Videoporträt, RTL, 25.02.2007, Screenshot

Der 25-jährige Jonathan Enns erreichte 2007 bei *DSDS* als 20-Jähriger den 9. Platz in den Live-Shows. Er brach seine Schulausbildung aber nicht ab, sondern schaffte es, die Teilnahme an der Castingshow und das Abitur gleichzeitig (bzw. kurz nacheinander) zu absolvieren. Er hatte vor der Teilnahme an der Castingshow zwei Jahre Gesangsunterricht, war Sänger in einer Band (High School) sowie in einem Chor (Kirchenchor).

Seine Motivation sich anzumelden beschreibt er unprätentiös: *„Hab mich einfach mal aus Spaß angemeldet, um zu schauen, wie weit ich kommen würde. Außerdem wollte ich immer was mit Musik machen und da hat sich das angeboten.“* Sein Weg durch die einzelnen Stationen war der klassische: *„Vorcasting, Casting, Recall, Top-20-Shows, Liveshows.“*

Die Teilnahme hat ihm Spaß gemacht und er empfindet sie als tolle, wenn auch anstrengende Erfahrung: *„Die Castings waren eigentlich sehr angenehm und haben echt Spaß gemacht. Beim Recall in Berlin war es schon echt anstrengend und das ganze Wochenende hat mich schon nervlich sehr strapaziert. Der Recall dauerte einen ganzen Tag. Bis spät in die Nacht mussten wir auf unsere Ergebnisse warten. Die Liveshows waren eine großartige Erfahrung. Trotzdem war der Druck sehr groß, vor so einem großen Publikum zu performen.“*

Rückblickend ist das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ etwas, an dem er persönlich gewachsen ist: *„Ich wurde reifer durch diese Erfahrung. Vor allem im Umgang mit Medien. Ich habe einen guten Einblick in die Welt des Entertainments bekommen und das hat mich eigentlich ein wenig abgeschreckt, weil man sich nicht gegenseitig respektiert, sondern den Menschen eher als Objekt betrachtet.“*

Nach seiner Teilhabe am Mediensystem hat Jonathan Enns für sich eine klare Position zum „System Castingshow“ entwickelt.

Im Nachhinein ist er froh, die Ausbildung durchgezogen zu haben: *„Ich habe während der Zeit Abitur gemacht. Gott sei Dank durfte ich weiterhin zur Schule gehen und mein Abi fertigmachen. Trotzdem habe ich eigentlich nur 50 % am Schulunterricht teilgenommen, um die anderen Termine wahrzunehmen. Am Ende kann ich sagen, dass ich beides sehr gut gemeistert habe und nichts abbrechen musste.“* Das rät er auch allen anderen: *„Dass [man] niemals seine Schule oder seinen Ausbildungsplatz schmeißen sollte. Das ist es einfach nicht wert.“*

Von den JurorInnen wünscht er sich, dass sie ihr *„Fazit auch nach dem Gesang richten. Weil einfach vieles gesagt wird, was einfach manchmal nicht zutrifft. Viele Aussagen werden gemacht, um die Zuschauer zu manipulieren.“* RTL schlägt er vor: *„DSDS einfach mal abwechslungsreicher zu gestalten. Nicht immer das gleiche, die gleichen Charaktere in den Liveshows.“*

Jonathan erlebt die Castingshow-Teilnahme als Herausforderung, an der er gewachsen ist. Er beschreibt eine Selbsterfahrung („*nervlich sehr strapaziert*“, „*Druck sehr groß*“), die er aber nach seinem Empfinden im Griff hatte, und er konnte das Erlebnis Auftritt vor einem großen Publikum genießen („*Die Liveshows waren eine großartige Erfahrung*“).

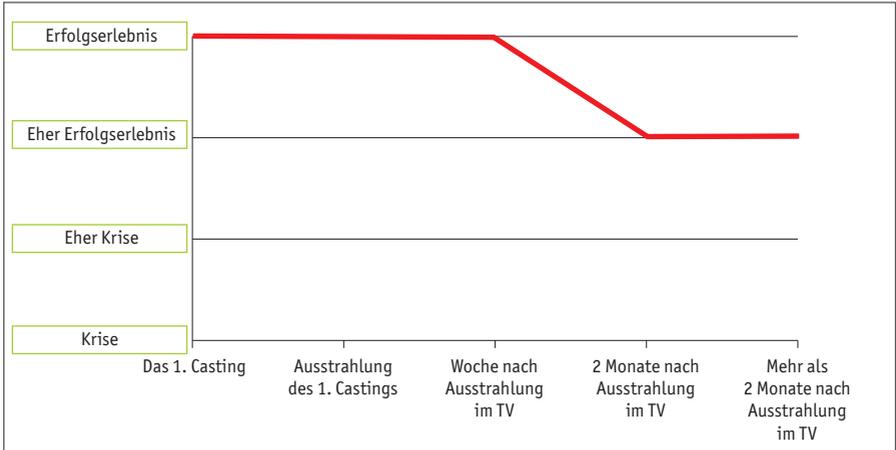


Abbildung 40: Fieberkurve Jonathan Enns

Er beschreibt Erkenntnis vor allem gegenüber dem Mediensystem, das „*Menschen eher als Objekt betrachtet*“. Jonathan ist stolz, die Doppelbelastung Show und Schule gemeistert zu haben, und zieht für sich ein entsprechend positives Fazit. Dass er an dem Ereignis gewachsen ist, liegt vor allem an seinem stabilen Selbstbild und dem Erleben von Kompetenz und Anerkennung.

Im Nachgespräch sagt Jonathan Enns von sich, dass er ganz gut weggekommen sei, nicht zuletzt, da auch sein Bruder dabei war und er dadurch auf verschiedenen Ebenen Halt hatte. Sein Ziel war es, vor allem musikalisch weiterzukommen, und sie haben es insgesamt eher locker genommen: „*DSDS ist nicht mein Leben. Ich hab nicht alles auf eine Karte gesetzt.*“ Auf die Frage hin, warum der Auftritt zwei Monate nach der Ausstrahlung im TV eher ein Erfolgserlebnis war, antwortet er:

„Man ist nicht mehr so stark in den Medien, das macht schon etwas mit deiner Psyche. Währenddessen bist du von RTL gepusht worden, danach musst du selber alles auf die Beine stellen und damit hatte ich auch ein bisschen meine Probleme. Dann ist da der Druck, du bist halt ein Künstler, du bist jetzt irgendwie so was wie ein Star und du denkst halt, die Leute wollen was von dir hören. Und dann musst du dich halt wieder umstellen. Du musst halt begreifen, dass du nach der Zeit immer noch der Jonathan bist, der du vorher auch warst. Du musst dich selber

finden, du musst dich selber definieren, was willst du eigentlich, wer bist du. Und nicht das, was die Show aus dir gemacht hat. Man ist da in so einem Druck, man sollte der Realität ins Auge schauen und begreifen, dass es ein Jahr ist, da ist ein Hype und danach musst du halt kucken, wie du damit klarkommst.“

Jonathan nimmt die Erfahrung als einen systemimmanenten Teil des Prinzips Castingshow wahr. Er sieht, was das Mediensystem für ihn getan hat, und begreift es als Herausforderung, nach der Castingshow-Teilnahme mit dem Ruhm und den Veränderungen im Selbstbild umzugehen und dann wieder seinen eigenen Weg zu finden. Neben der Einbindung in die Familie (der Bruder hatte ebenfalls an der Staffel teilgenommen) lag dies auch an seinem Bestreben, parallel zur Castingshow sein Abitur zu machen. Hier ergaben sich terminliche Umstände, die das Ausscheiden im Nachhinein als etwas sehr Positives erscheinen lassen:

„Letztendlich war es für mich sogar gut, dass ich rausgeflogen bin. Drei Wochen später hab ich nämlich Abi-Klausuren geschrieben. Wäre ich später rausgeflogen, hätte ich wahrscheinlich mein Abi versiebt.“

Insgesamt kann Jonathan so sehr positiv auf das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ zurückblicken. Während Jonathan auf seinen Studienplatz wartete, verbrachte er zwei Jahre in Kalifornien, arbeitete dort an seiner Musik und in einer Non-Profit-Gesellschaft. Nun studiert er BWL, macht nach wie vor mit seinem Bruder Musik und sieht im Nachhinein die Erfahrung als etwas Positives, als eine Erfahrung, an der er gewachsen ist.

Unter den Befragten gibt es eine ganze Reihe des Typs „Neuentdeckungen“, die ähnliche Erlebnisse gemacht haben wie er. Typischerweise erlebten sie die Teilnahme als großartige Chance, um sich musikalisch und menschlich weiterzubilden. Außerdem waren sie von der herausragenden Prominenz ihrer Person überrascht und auch gefordert. Wiederkehrend beschreiben sie das Problem mit dem Ruhm umzugehen, gerade wenn der große „Hype“ wieder aufhört und sie ihren eigenen Weg finden müssen. In den Ausprägungen werden neben denjenigen, die das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ mittlerweile gut verarbeitet haben, auch jene deutlich, die noch mitten im Verarbeitungsprozess stecken. Sie sehen sich typischerweise mit Selbstzweifeln konfrontiert, gehen immer wieder die Ereignisse durch und überlegen, was sie aus ihrer jetzigen Sicht noch besser hätten machen können. Prototypisch hierfür ist Lena.

2b: Zunahme des Selbstzweifels

Die heute 17-jährige Lena kam als 16-Jährige im Jahr 2011 in die Live-Show von *The Voice of Germany*. Sie nimmt seit fast zehn Jahren Gesangsunterricht, sang drei Jahre in einer Band und in einem Chor. „Über das Internet“ kam sie zur Show „und dadurch, dass dieses Konzept einfach stimmte und mich diese Show angesprochen hat, mit einem hohen Niveau.“

Im Castingprozess durchläuft sie die klassischen Stationen: *„Ich ging zur Scouting-Tour, die in ganz Deutschland stattfand, kam dort weiter, bekam dann einen Anruf, dass ich in die Vorauswahl gekommen bin, musste dann nach Berlin zur Vorauswahl, wurde anschließend zu Hause überrascht, dass ich es in die Sendung geschafft habe, schaffte es durch die Blind Audition, durch die Battle Shows, durch die Singoffs und kam dann bis zur ersten Liveshow!“*

Lena schreibt sehr positiv über ihre Erfahrungen: *„Ich habe unheimlich viel aus dieser Zeit gelernt, im musikalischen wie auch im menschlichen Sinne. Das Team und die Talente waren einfach eine Gemeinschaft und es war einfach den Talenten gegenüber alles fair!! Die Zeit dort war sehr gut! Es kam mir nie so vor, dass ich zu etwas gedrängt wurde oder über mich entschieden wurde und das Mitspracherecht war sehr groß!“* Im Nachhinein hat sie das Gefühl, dass diese Zeit sie geprägt hat: *„Diese Zeit hat mich, wahrscheinlich gerade auch, weil ich noch sehr jung bin, sehr geprägt. Ich bin viel erwachsener und reifer geworden, vor allem selbständig. Habe gelernt, was es heißt, für etwas zu kämpfen, habe so viel im musikalischen Bereich gelernt!! Jedoch liege ich auch immer noch fast jede Nacht, wobei alles schon fast ein halbes Jahr vorbei ist, in meinem Bett und denke darüber nach. Vermisse diese Zeit, vor allem, weil dieses plötzliche Ausscheiden einem diesen Traum sofort wieder wegnimmt.“*

Lena erfährt auch von ihren Freunden nur positives Feedback. An ihrem Wohnort und in ihrer Schule hat sie in dieser Zeit Prominenten-Status: *„Mein Umfeld, meine Freunde, meine Verwandten haben alle sehr positiv darauf reagiert!! In der Schule merkte ich bei einigen Lehrern, dass sie plötzlich überaus freundlich zu mir waren ... andere versuchten mir grade dann in jeder Gelegenheit eine schlechte Note zu geben oder mich auffliegen zu lassen. Meine Schule jedoch, also die ganzen Schüler (womit ich NIE gerechnet hätte!!!!), rannten auf mich zu, jeder wollte ein Autogramm von mir, sodass ich die Pausen gar nicht mehr so gestalten konnte wie früher und man wird auch jetzt natürlich immer beobachtet!“* Sie bemerkt die Veränderungen in der Wahrnehmung anderer, kann sie für sich aber gut einordnen und leidet nicht mehr, als es situationsangemessen ist.

Jetzt im Nachhinein hätte sie sich gerne noch mehr angestrengt, ist aber letztendlich sehr zufrieden mit ihren Handlungen in dieser Situation: *„Ich hätte mich in der Liveshowzeit noch viel mehr angestrengt, obwohl ich denke, dass alles gut so war, wie es war! Wirklich etwas ändern würde ich gar nicht!“*

Sie gehört zu denjenigen KandidatInnen, die ein eindeutig positives Feedback an die Jury geben: *„Du [Rea Garvey] warst absolut perfekt als Coach. Ich hätte nie gedacht, dass bei einer Casting-Show die Coaches wirklich mit einem zusammenarbeiten, und du hast so viel Zeit mit uns verbracht. Ich habe durch dich für mein Leben so viel dazugelernt und auch, dass ich dann nicht mehr weiterkam, war einfach kein Fehler, denn zu diesem Zeitpunkt war es einfach richtig!!!!!!“*

Dem Produktionsteam/Sender rät Lena: „Macht nicht jedes Jahr eine Staffel, denn so bleibt es nicht mehr interessant. Ihr seid die Castingshow mit dem höchsten Niveau ... bitte bleibt so ... und werdet nach der 2. oder 3. Staffel nicht genauso wie die anderen ...“ Und ihren Freundinnen gibt sie den Tipp, sich bei dieser Show zu bewerben: „Geh zu THE VOICE OF GERMANY!! und man soll es wirklich wollen und sich informieren, bereit sein zu kämpfen, Kritik zu bekommen, aus der Kritik lernen zu können; bereit sein zu merken, wer die wahren Freunde zu Hause sind und wer nicht, mit Druck und Nervosität umgehen können (GANZ WICHTIG!!) und zuhören können und ebenfalls ganz wichtig: Einen starken Background zu haben, der einem sagt, wenn man zurückkommt, wenn man sich verändert... der jedoch aber auch verstehen muss, DASS man sich verändert ... aber einem halt sagt, wenn man z. B. abhebt oder was auch immer.“

Insgesamt ist das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ für sie während und auch nach der Fernsehausstrahlung ein eindeutiges Erfolgserlebnis gewesen.

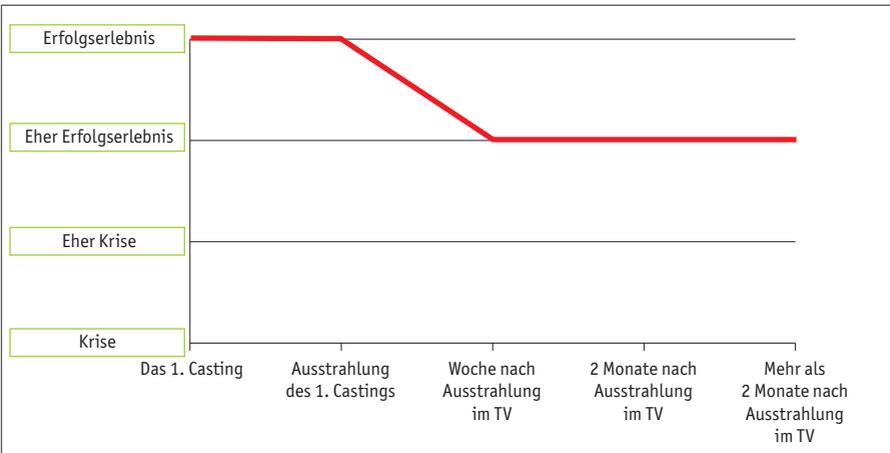


Abbildung 41: Fieberkurve Lena

Lena erlebte die Castingshow-Teilnahme als Anerkennung ihres Talents, empfand sich durch den Coach respektvoll behandelt, gut orientiert und weiterentwickelt. Sie fühlte sich sicher in der Erfahrung, konnte sich als kompetent erleben. Sie hat ihr Selbst weiter ausformuliert, hat sich Einschätzungen angeeignet und sie hat gelernt wertzuschätzen, was ihr dauerhaft eine Grundlage für die Identitätsentwicklung und Stabilisierung gab. Soweit dies aus den Äußerungen rekonstruierbar ist, hat sie Umgangsformen mit der für sie überraschend starken Aufmerksamkeit in der Schule gefunden.

Zentrale Voraussetzung war hierbei ihre gesangliche Vorerfahrung. Entscheidend ist jedoch die Gestaltung des Castingshow-Erlebnisses durch die Anlage des Formates, durch die redaktionelle Betreuung, von der sie sich nicht zu sehr gedrängt fühlt und auch ein Mitspracherecht erlebt. Die Anerkennung und Förderung ihrer Leistung durch den Coach Rea Garvey, aber auch die Inszenierung der Anerkennung des Auftritts durch die anderen prominenten JurorInnen, die mittanzten und mitklatschen, lässt sie selbst die Entscheidung für ein Ausscheiden aus der Show als richtige Entscheidung deuten:

„war einfach kein Fehler, denn zu diesem Zeitpunkt war es einfach richtig!!!!!!“
(Lena, damals 16 Jahre, *The Voice of Germany*-Kandidatin)

Aber selbst bei einer durch und durch positiv erlebten Erfahrung ist das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ etwas, das über einen längeren Zeitraum verarbeitet werden muss und die Wahrnehmung und die Gedanken beschäftigt, ehe das Leben und weitere Selbst-Entwicklungen wieder stattfinden können:

„Jedoch liege ich auch immer noch fast jede Nacht, wobei alles schon fast ein halbes Jahr vorbei ist, in meinem Bett und denke darüber nach. Vermisse diese Zeit, vor allem, weil dieses plötzliche Ausscheiden einem diesen Traum sofort wieder wegnimmt.“
(Lena, damals 16 Jahre, *The Voice of Germany*-Kandidatin)

Das Format *The Voice of Germany* ist vom Grundkonzept her relativ gut gestaltet, indem es Menschen Erfahrungen ermöglicht, die sie wachsen lassen, anstatt sie in Krisen zu stürzen.

Dennoch darf nicht unterschätzt werden, was für eine herausragende Erfahrung das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ ist und in welcher sensibler Phase der Selbstentwicklung sich Jugendliche bzw. junge Erwachsene befinden. Selbst bei einem relativ optimalen Verlauf braucht es eine Aufbereitungszeit, denn es verändert sich die Wahrnehmung aller anderen gegenüber der eigenen Person, und man muss aufgrund der kurzzeitigen Prominenz mit Phänomenen umgehen, auf die man durch die bisherige eigene Lebenserfahrung nicht vorbereitet ist.

Typ 3: Die Abgewerteten HoffnungsträgerInnen (Verletztes Selbst):

Die Castingshow-Teilnahme als ein lange Zeit positives Erlebnis, das sich dann durch die mediale Typisierung wandelte

„Ich vertraute immer allen und im Nachhinein war das naiv und hat mir und meiner Familie sehr viel Schmerz bereitet.“

Im Verlauf einer Castingshow werden Menschen als bestimmte Typen inszeniert. Das heißt, es wird sehr deutlich die Ebene der Dokumentation verlassen, und stattdessen werden ausgewählte Bilder mit Ton und Sprache so kommentiert, dass sie vor allem der Kennzeichnung eines Typs mit zum Teil deutlich negativer oder positiver Konnotation entsprechen. So lange diese Konnotation positiv und nicht verletzend ist, ist sie für die Identitätsentwicklung relativ gut zu verarbeiten (vgl. Typ 2 „Die Neuentdeckung“).

Wird die Typisierung jedoch negativ und respektlos gegenüber dem Individuum, stimmen Selbst-Bild (Identität) und das medial nun massenhaft veröffentlichte Fremdbild nicht mehr überein.

Prototypisch für eine noch sehr frische Erfahrung ist eine Kandidatin, die hier „Sanne“ genannt wird und die bei *Popstars* teilgenommen hat. Sie ist zunächst als Hoffnungsträgerin inszeniert worden, dann in der Trainingsphase Teil einer Narration geworden, in der es um das Vermitteln von Werten wie Fleiß und Teamgeist ging. Dies geschah auch durch die Abgrenzung von einer anderen Kandidatin, die sich genau entgegengesetzt zu ihr verhielt. Letztlich führte dies dann zum Ausscheiden aus der Show, begleitet von einer deutlichen Rüge und Beschämung. „Sanne“ ist 16 Jahre alt und beschreibt: *„Wir hatten den Song geübt, aber manchmal kam dann plötzlich ein Kamerateam, das Lügengeschichten über mich erfunden hat.“* Sie wurde in der Folge als nicht verantwortungsbewusst dargestellt, als eine Kandidatin, die zu wenig übt und unsozial gegenüber ihrer Gruppe auftritt. Als sie die Rolle, die ihr zugewiesen wurde, begriff, ist sie vollkommen überrascht. Sie fällt gewissermaßen aus allen Wolken, als sie vor der Jury die der Geschichte entsprechende Rückmeldung bekommt. Im Anschluss bricht sie vor laufender Kamera zusammen.

„Es war ein Erlebnis, das ich nie wieder erleben möchte. Es war deprimierend, traurig. [...] Ich bin 16 Jahre alt und bin noch nicht im Stande, solche Sachen auszuhalten.“

Was sie im Nachhinein anders machen würde, formuliert sie folgendermaßen:

„ich würde mich wehren in den Momenten, in denen ich mich jetzt zurückgehalten hatte. Ich würde nicht weinen und eigentlich hätte [ich] die Show komplett sein lassen sollen.“

Einer Freundin würde sie eindeutig abraten:

„Es geht auf die Psyche, auch wenn man es sich nicht so schlimm vorstellt und erst recht nicht, wenn man nicht reif dazu ist, LÜGEN, unfaire Sachen auszuhalten.“

Auch die Rückmeldung an Detlef D! Soost fällt dementsprechend aus:

„Ich fand es fies, wie du mich behandelst hast. Ich fand es link, was für Lügen du vor der Kamera an mich gerichtet hast und dass du mich zum Weinen gebracht hast.“

In der Boulevardberichterstattung war ein Beitrag über „Sanne“ produziert worden, in dem sie, scheinbar eindeutig, bestimmter Fehlhandlungen überführt wurde. Andere TeilnehmerInnen und auch Mitglieder aus ihrem Team äußern sich kritisch und abwertend über sie. „Sanne“ erlebt, wie ihr die Selbstbestimmung entzogen wird. Sie wird als unzuverlässig und zu sehr auf ihren eigenen Spaß bedacht inszeniert, was einen guten Grund für den späteren Rauswurf liefert, für sie aber nicht den Tatsachen entspricht, sondern erfunden ist. Damit hatte sie in dem Augenblick nicht gerechnet und war von der aus ihrer Sicht plötzlichen Wendung emotional überfordert.

Im Setting des performativen Realitätsfernsehens handeln die TeilnehmerInnen im Augenblick zwar weitestgehend selbstbestimmt, sie geben aber durch die Kraft der Inszenierung der Situation und durch die mediale Aufbereitung immer auch einen Teil der Definitionsmacht ab. Wird diese Definitionsmacht ausgenutzt, stimmen Selbstbild und Fremdbild nicht mehr überein, und die Teilnehmerin fühlt sich verkannt und verletzt.

Zu noch tiefgreifenderen Verletzungen kommt es, wenn es sich nicht, wie hier, um eine einmalige abwertende Inszenierung handelt, sondern um eine dauerhafte Strategie. Der prominenteste Prototyp hierfür ist die „abgewertete Hoffnungsträgerin“ Annemarie Eilfeld, die drittplatzierte *DSDS*-Teilnehmerin im Jahr 2009. Sie geht als erfolgreiche dritte Siegerin aus der Show, wurde jedoch zuvor durch das „System Castingshow“ als Feindbild inszeniert. Typisiert wurde das Bild einer „karrieregeilen Self-Made-Woman aus dem Osten, die Konkurrenten kalt lächelnd abserviert und sogar die Hüllen fallen lässt, um sich in die Schlagzeilen zu katapultieren“ (*Die Welt Online* vom 27.04.09). Margreth Lünenborg und Claudia Töpfer analysierten das Beispiel der Typisierung von Annemarie Eilfeld:

„Mit der polarisierenden Darstellung der Kandidatin Annemarie Eilfeld gelang es dem Sender RTL im Jahr 2009, eine massive medienöffentliche Auseinandersetzung zu initiieren, die vor allem durch die Bild-Zeitung gesteuert wurde. Mittels inszenierter Konflikte und unangemessener Äußerungen bzw. unangemessenen Verhaltens der Jurymitglieder gelang es RTL, bewusst zu provozieren. Dabei wurde anhand der zuvor unbekanntes Kandidatin Annemarie Eilfeld durch die Montage und sprachliche Attribuierungen eine Medienfigur etabliert, die zu den anderen KandidatInnen in Opposition gesetzt wurde. Anhand der Inszenierung klassischer

Antagonistenkonflikte, wie sie auch aus Soap Operas bekannt sind, erschien auf der einen Seite Annemarie Eilfeld als selbstbewusste und ehrgeizige Intrigantin, die für einen Sieg alles tun würde, und auf der anderen Seite integre KandidatInnen, die allein mit ihrem gesanglichen Talent überzeugen wollten. Sowohl in den Boulevardmedien als auch im Rahmen der Sendung selbst wurde vor allem Annemarie Eilfelds freizügiger Umgang mit Nacktheit und mit ihrem Körper sowie ihr geschäftstüchtiges Auftreten in der Presse bewertet. Dieses Verhalten wurde in Opposition gestellt zu den von der Sendung in Anspruch genommenen Werten wie Fairness, Ehrlichkeit und Talent. Die erotisierende und sexualisierte Inszenierung Annemarie Eilfelds durch die Senderegie bot für die Personenentwicklung in der Staffel und die begleitende Berichterstattung den Ausgangspunkt, um kommunikativ den Eindruck eines Skandals zu erzeugen, der in der Realität keine Entsprechung hatte. Aktaufnahmen der Kandidatin wurden medial zum Regelverstoß stilisiert, der vorgab, etwas Unerhörtes zu sein. Die autonome, selbstbewusste Handlungsweise der Kandidatin wurde narrativ zum Skandal, der effektiv im Rahmen der Sendungen inszeniert wurde. Die Aufmerksamkeitsökonomie wurde dabei zwischen der Sendung und der begleitenden Berichterstattung in der Boulevardpresse strategisch optimiert. Die simulierte Provokation war damit nicht auf Verstörung angelegt, sondern diente der Unterhaltung und dem ästhetischen Prinzip der Sendung. Obwohl Aktaufnahmen in der Öffentlichkeit kaum mehr als nennenswerter Tabubruch wahrgenommen werden dürften, wurden die Aufnahmen von Annemarie Eilfeld als Normverstoß verhandelt. Ein/e Teilnehmer/in von Deutschland sucht den Superstar sollte demnach einen Sieg nicht durch den Einsatz sexueller Reize erreichen. Ein Verstoß gegen die festgelegten Werte hatte automatisch die Diskreditierung oder sogar Bestrafung der betreffenden Person zur Folge, wie vor allem die Beurteilungen des Jurors Dieter Bohlen zeigten, der Annemarie Eilfeld in der dritten Mottoshow als ‚Everybody’s Arschloch‘ (DSDS vom 21.03.2009) und in der sechsten Mottoshow am 18.04.2009 als ‚Bitch‘ beschimpfte. Ihre offensiv zur Schau gestellte, potente Weiblichkeit bedrohte die Macht der Jury sowie die Macht der Sendungsregie und musste deshalb im Format scheitern.“

(zitiert aus Lünenborg, Töpper 2012, S. 45)

Wie nahm Annemarie Eilfeld das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ selbst wahr?

Annemarie Eilfeld ging mit viel Vorerfahrung in den Wettbewerb. Sie hatte „sechs Jahre Gesangsunterricht im klassischen Bereich und zwei Jahre Rock- und Popmusik, regelmäßige Auftritte als Solosängerin ab 2002 und mit mehreren Bands ab 2005.“ Sie bewarb sich, weil sie „nach einigen erfolgreichen Gesangswettbewerben mal auf die große Fernseh Bühne“ wollte.

Zu DSDS kam sie „eigentlich [aus] Spaß, ich wollte mal Dieter sehen und außerdem wurde ich zum Casting eingeladen“. Die Castings bereiteten ihr anfangs viel Spaß. „DSDS: mehrere Castingveranstaltungen und ich bin jedes Mal mit sehr viel Lob bedacht worden. Selbst im Recall und kurz vor den Liveshows lieferte ich eine professionelle Leistung ab und erntete auch von DB sehr gute Kritiken. Das war dann in der ersten Liveshow vorbei, weil das Sendekonzept etwas anderes vorsah.“



Abbildung 42: Annemarie Eilfeld, DSDS, RTL, 25.04.2009, Screenshot

Im Nachhinein sagt Annemarie über diese Zeit: *„Ich war 18 Jahre alt und kannte diese Art einer TV-Produktion nicht. Ich vertraute immer allen und im Nachhinein war das naiv und hat mir und meiner Familie sehr viel Schmerz bereitet. Eine Erfahrung ist, dass auch ein junger Mensch sich nicht alles bieten lassen muss und ich die Verantwortung selbst für mich trage.“*

Sie war auf die Abwertung ihres Images nicht vorbereitet und sieht ihr Vertrauen und ihre mediale Unerfahrenheit vom Produktionsteam und der Redaktion schamlos ausgenutzt. Sie ist verletzt und schämt sich, auch gegenüber ihrer Familie, die in diese öffentliche Diffamierung hineingezogen wird.

Trotzdem fand sie es insgesamt *„absolut aufregend mit tollen Leuten musikalisch zusammenzuarbeiten. Es war ein Traum, mit einer solchen Band zu proben und dann in den Samstagabendshows aufzutreten. Die Bühne war einfach sensationell.“*

Musikalisch hat die Show sie weitergebracht, sie fand auch die Ausstrahlungen im TV toll: *„Ich hatte eine komplette CD mit allen TV-Auftritten erhalten und konnte in Ruhe alles anschauen. Die Qualität des TV-Mitschnitts war sehr gut. Die tolle Bühne und die super Live-Band kamen absolut positiv zur Geltung.“* Für ihren Traum hat sie damals *„die Ausbildung unterbrochen und ohne Rückenhalt, auch finanziell, wird es sehr schwer, langfristig solch eine TV-Show zu bewältigen. Wenn man durch diese TV-Shows und die entsprechende Presse so bekannt wird, ist nichts mehr, wie es war.“* Für sich selbst sagt sie, dass es *„eine wichtige Erfahrung ist, dass man die Zeit nicht zurück drehen kann. Es ist so, wie es ist, und ich schaue nach vorn.“*

Sie ist an der Erfahrung gewachsen, hat psychische Verletzungen und viele Verunsicherungen des Selbst letztendlich bewältigt.

Insgesamt hat Annemarie viel Wissen in Bezug auf die Produktionsmechanismen dazugewonnen, was sie anderen auch gerne weitergeben würde: „Es bewerben sich ständig Freunde von mir. Einer ist z. B. bei *The Voice* dabei. Es ist wichtig zu wissen, dass es um eine produzierte Fernsehshow geht und um Einschaltquoten. Man wird bei entsprechendem Erfolg kurzfristig vermarktet und dann geht der freie Fall los. Danach entscheidet sich, ob man in der Lage ist, weiter musikalisch zu arbeiten. Meine Erfahrung ist aber auch, dass viele es gar nicht wollen. Es gehört viel Fleiß und Ausdauer zu diesem Beruf... wie in vielen anderen auch.“

Dem RTL-Chef gibt sie den Tipp: „Suchen Sie eine Jury aus und lassen sie ein Konzept erstellen, um nicht nur kurzfristige nationale Castingstars, sondern talentierte Sänger mit internationalen Erfolgsaussichten zu finden.“ Und dem Produktionsteam rät sie: „Etwas menschlicher und ehrlicher mit den Kandidaten umgehen. Es sollte nicht um jeden Preis eine verlogene oder getürkte Story aus dem Boden gestampft werden.“

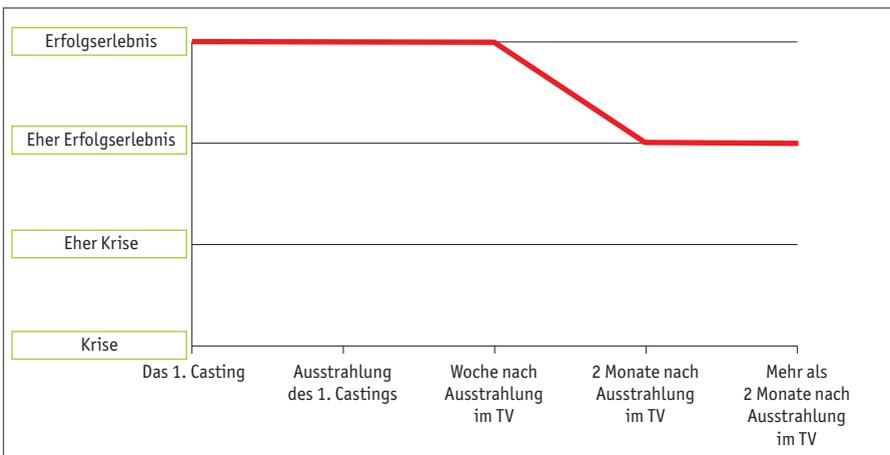


Abbildung 43: Fieberkurve Annemarie Eilfeld

Annemarie hat letztendlich die Erfahrungen verarbeiten und in ihr Selbstbild integrieren können. Sie ist gewachsen. Von Vorteil war, neben einem gesunden Selbstbild, einer verlässlichen familiären Einbindung und diversen musikalischen Auftritten, die Erfahrung vor dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“, das Kompetenzerleben im Castingprozess, die positiven Rückmeldungen und das Gefühl der Anerkennung durch Dieter Bohlen. Sie konnte die Auftritte und die musikalische Zusammenarbeit mit der Band genießen und sich dieses Gefühl auch über die Krise hinweg bewahren. Nun sucht sie sich ihren Weg, um weiter professionell Musik machen zu können, wobei ihre öffentliche Präsenz 2009 ihr sicherlich (auch) viele Vorteile beschert.

Dennoch bleibt die Frage, ob hier nicht eine öffentlich getragene Überforderung eines jungen Menschen stattgefunden hat und dies (auch wenn sie zu dem Zeitpunkt bereits volljährig war) nicht jugendschutzrelevant gewesen wäre. Medienethisch ist die Typisierung, Abwertung und massenmediale Überforderung auf jeden Fall zu kritisieren.

Typ 4: Selbstinszenierung als Heimliche KomplizInnen des Mediensystems (Selbstinszeniertes Selbst): Die Castingshow-Teilnahme als Form der gezielten Selbstinszenierung

„Ich begriff, wie der Hase läuft, habe ich mich dafür entschieden, einen Spaßauftritt daraus zu machen.“

Neben Profis, die die Show als Sprungbrett für ein größeres Publikum und mehr Bekanntheit nutzten, fanden sich einige selbstbewusste junge Menschen, die gezielt sich selbst in Szene setzten bzw. setzen ließen. Sie beschrieben, wie sie während der Teilnahme von vorne herein oder ab einem bestimmten Punkt beschlossen, eng mit dem Sender/der Produktionsfirma zusammenzuarbeiten und sich selber zu typisieren. In der Befragung hat es nur eine Teilnehmerin so offen artikuliert. Bei anderen schwingt es mit und mehrfach nahmen sich die KandidatInnen im Nachhinein vor, beim nächsten Mal eine derartige Selbstinszenierung vorzunehmen. Insofern anschließend eine Kandidatin als Prototyp, die wir im Folgenden „Soraya“ nennen.

Die damals 19-jährige „Soraya“ kann als heimliche Komplizin von Produktionsfirma und RTL gesehen werden. Die zum Zeitpunkt der Umfrage 20-Jährige nahm am Casting von *DSDS* teil und schied nach dem ersten Casting vor der Jury aus. „Soraya“ hatte vor dem Casting *„Gesangsunterricht und Aufführungen in der Schule und diversen Kleinveranstaltungen ca. vier Jahre lang“* und hatte sich *„aus purem Spaß“* beworben.

Gemeinsam mit RTL bzw. der Produktionsfirma inszeniert sie sich als oberflächliche, blonde Barbie: *„Ich bin schon so der Prototyp einer Blondine. Shopping, Schminke, Geld ausgeben, Cocktails. Also ich bin schon so eine kleine Barbie!“* sagt sie im Vorstellungsvideo, untermalt vom Song *„Girls just wanna have fun“*. Vor ihrem Auftritt sagt sie in die Kamera: *„ich bin jung, ich bin blond und jetzt gewinn ich.“* So wird sie selbstüberzeugt dargestellt und die Zuschauenden ahnen schon, dass Hochmut vor dem Fall kommt.

Wie es dazu kam, dass sie ihre Inszenierung mitbestimmen konnte, beschreibt sie folgendermaßen: *„Ich habe ein Vorcasting durchlaufen, in dem ich wirklich gut gesungen habe, um ein ehrliches Feedback zu erhalten, und kam eine Runde weiter. Als jedoch mein Image besprochen wurde und ich begriff, ‚wie der Hase läuft‘, habe ich mich dafür entschieden, einen Spaßauftritt daraus zu machen. Das Produktionsteam hat sich darauf eingestellt und es wurde zu einer richtig*

lustigen Sache. Am nächsten Tag kam ich mit jeder Menge Outfits im Gepäck zur nächsten Castingrunde, samt Kamerateam, und wurde den ganzen Tag von der Kamera begleitet. Ich musste mich vor der Kamera umstylen, schminken, singen etc. Bis ich endlich das echte Casting samt Jury hatte. Alles verlief nach Anweisung. Ich durfte zwar mit meinen Worten sprechen, der Inhalt war jedoch im Vorfeld festgelegt. Da das Casting selbst ca. 30 Minuten dauerte und wir auch Dinge besprachen, die nicht ausgestrahlt wurden, nehme ich mir keinen der teilweise spitzen Kommentare zu Herzen. Ich kam natürlich nicht weiter, da ich das gar nicht wollte, sondern nur zur Belustigung da war.“

Ihre Teilnahme empfand sie für sich selbst interessant, wobei sie starke empathische Gefühle für die MitkandidatInnen entwickelte: *„(Insgesamt) war es sehr interessant. Ich fühlte mich ziemlich gut behandelt, da ich das alles nicht ernst nahm und es als puren Spaß empfand. Ich muss jedoch sagen, dass ich bei vielen anderen Kandidaten Mitgefühl zeigte, da es genug Teilnehmer gab, deren Traum es war, dort teilzunehmen und die teilweise wirklich fertig gemacht wurden und tieftraurig ausschieden.“ Auch die TV-Ausstrahlung empfand sie als „sehr lustig. Ich war ziemlich begeistert, da es so zusammengeschnitten wurde, wie ich es mir insgeheim gewünscht habe. Der Trubel danach war jedoch nicht so toll und ich hätte gern darauf verzichtet.“*

Diesen immer noch anhaltenden Trubel beschreibt sie so: *„Am Abend, an dem es ausgestrahlt wurde, hat sich mein iPhone komplett aufgehängt. Ich konnte mein Facebookprofil nicht hochladen, da meine Pinnwand voll war, ich hatte so viele Freundschaftsanfragen, Kommentare, Likes etc., dass nur mehr Sternchen angezeigt wurden. Meine Mailbox war voll. Ich hatte über 150 SMS und Nachrichten usw. Ich wurde auch teilweise auf der Straße erkannt. Der Auftritt ist jetzt fast ein Jahr her und er verfolgt mich noch immer.“*

Für sich selbst hat sie gemerkt, dass sie persönlich zwar das mediale Rampenlicht mag, jedoch eine Teilnahme an einer „Castingshow“ niemandem empfehlen kann. *„Da ich zwei Tage lang fast nonstop von der Kamera begleitet wurde, habe ich gemerkt, welchen Spaß das macht, und würde es gerne wiederholen. Das war eine durchaus positive Erfahrung. Da ich aber einen Einblick hinter die Kulissen bekam, würde ich niemals jemandem, der einen Traum hat und diesen verwirklichen möchte, zu einer Castingshow zu raten. Da es darin absolut nicht um die Teilnehmer oder Gewinner geht, sondern ausschließlich um die Zuschauerzahlen, koste es was es wolle!“* Deshalb sagt sie auch, dass sie *„die Teilnahme vielleicht nochmal überdenken“* würde, und FreundInnen sollten, wenn überhaupt, nur *„aus purem Spaß“* teilnehmen.

Dem Produktionsteam rät sie aus der eigenen Erfahrung heraus: *„Ich würde keine Kandidaten ohne ihr Wissen durch den Kakao ziehen. Ich habe genug Teilnehmer kennengelernt, die zuerst gelobt und weitergelassen wurden und dann bitter verarscht wurden. Das finde ich nicht richtig. Ich weiß, es geht um Einschaltquoten, aber es sind immer noch Menschen mit Gefühlen.“*

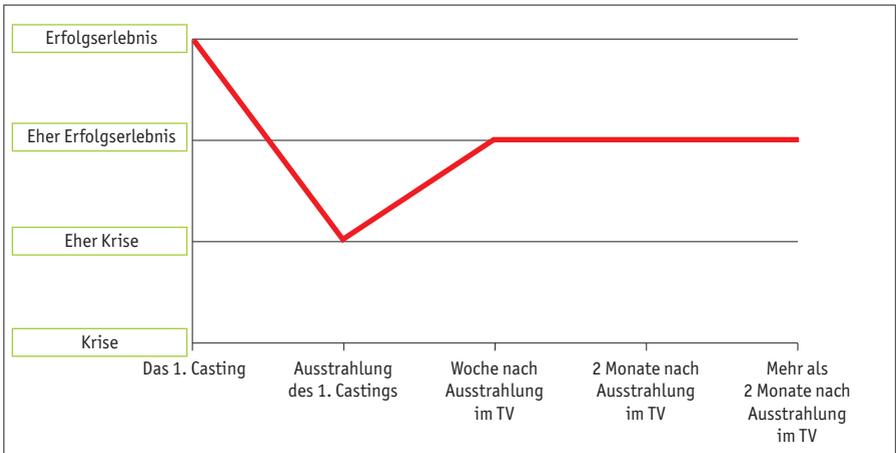


Abbildung 44: Fieberkurve „Soraya“

„Soraya“ beschreibt ihre Teilnahme als selbstbestimmten Akt der Selbstinszenierung in Zusammenarbeit mit der Produktionsfirma/dem Sender. Sie erlebt sich im ersten Auftritt als kompetent (wo *„ich wirklich gut gesungen habe“*) und dann sinnbegreifend (*„ich begriff, ‘wie der Hase läuft‘“*). Sie genießt die Aufmerksamkeit der Kamera, hat Spaß und fühlt sich gut behandelt. Von dem, was von dem Auftritt gesendet wird, entsteht jedoch ein anderer Eindruck. Sie wird zunächst verhöhnt, dann schon nach wenigen Sekunden unterbrochen. Aus dem, was zumindest ganz kurz zu hören ist, kann man erahnen, dass sie eine geschulte Stimme mit Volumen hat. Die Jury kanzelt sie jedoch als völlig untalentierte ab.

Unerwartet ist dann zunächst die Aufmerksamkeit, die sie im Anschluss an den Auftritt als kurzzeitig öffentliche Person bekommt. Diese Erfahrung, die sie als negativ in der Befragung konnotiert (*„ich hätte gern darauf verzichtet“*), kann sie jedoch gut verarbeiten. Aus der „Erfahrung Castingshow“ zieht sie für sich ein ausgesprochen positives Fazit, trotz Diffamierung und kränkender Ablehnung durch die prominenten JurorInnen.

Der sehr deutliche Ratschlag an andere, nicht an einer Castingshow teilzunehmen, wenn sie ernsthaft einen Traum hätten, weist jedoch auch auf andere Momente hin. Es sind projektive Bemerkungen, die dafür sprechen, dass sie einen Weg für sich gefunden hat, mit dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ umzugehen, dass es aber so unproblematisch, wie sie es gerne erscheinen lassen möchte, vielleicht doch nicht war. Dennoch: Ein gesundes Selbstbewusstsein, das Gefühl der Erkenntnis sowie Autonomie und Kompetenz in der Selbstinszenierung waren hier Grundlage dafür, dass die Diffamierung durch die Jury nicht zur Verletzung des Selbst führte.

Typ 5: Die Beschämung umdeuten (Krampfhaft Bewahrtes Selbst):

Sich im „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ nicht unterkriegen lassen und notfalls Erlebnisse für sich positiv umdeuten

„Ich werde nächstes Jahr bestimmt nicht noch mal kommen. [...] Ich lass mich nicht versarschen!“

Einige KandidatInnen, die durch die Sendung typisiert, durch das baldige Ausscheiden enttäuscht und durch die Kommentare der JurorInnen und z. B. grafische Elemente diffamiert wurden, sehen dies nicht als extreme Kränkung an. Sie hatten dabei nicht, wie die TeilnehmerInnen des Typs 4, die Möglichkeit, sich selbst eine Rolle zu geben, sondern wurden offensichtlich von der Produktionsfirma/dem Sender in Szene gesetzt bzw. im Unklaren über die kommende Beurteilung gelassen. Dennoch ordnen sie das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ als positive Erfahrung ein. Prototypisch hierfür ist eine Kandidatin, die wir als „Andia“ anonymisiert haben. Sie nahm zwei Jahre hintereinander beim Casting von DSDS teil und schied jeweils in der ersten Runde vor Dieter Bohlen aus.

Bei der ersten Teilnahme³⁰ wird ihr Auftritt mit der Textzeile *„Mein Baby war beim Friseur“* aus dem gleichnamigen Song von den Ärzten unterlegt. Sie stellt sich vor: *„Ich bin Friseurin, gerade aber arbeitslos“* – *„Kein Wunder, wenn man so seine Haare verschneidet“* – *„Wie bitte?“* – *„Ja du hast Dich doch voll verschnitten, das sieht aus wie ‘n Wischmopp“*, woraufhin eine entsprechende Comicgrafik bei ihr auf den Kopf gesetzt wird. *„Jaaaa, ich habe sie gestylt“* – *„Was‘n gestylt? Wischmopp-Style, oder was?“* – *„Ich weiß nicht, ich hab sie geschnitten ganz normal!“* – *„Aber du bist Friseurin, hast du gesagt?“* – *„Ja, ich hab sie heute Morgen nachgeschnitten.“* – *„Hast du das richtig drei Jahre gelernt?“* – *„Nein, nur eineinhalb Jahre.“* Nun kommt Fernanda Brandao zur Hilfe und wendet ein: *„Das ist ja auch gemein, mit der ganzen Aufregung hier, da sitzt das schon mal so“*, was von Bohlen nur mit einem verächtlichen *„Ähhhh. Bisher sah noch keiner aus wie ein Wischmopp“* kommentiert wird. Schließlich beginnt sie zu singen und bekommt die Rückmeldung seitens Patrick Nuos: *„Bei dem Gesang laufen ja sogar die Toten Hosen davon. Gesangstechnisch muss ich dir leider ein knallhartes Nein geben“* und Dieter Bohlen: *„Du triffst keinen Ton. Die Stimme klingt wie Verona Feldbusch zu ihrer besten Zeit... Das ist musikalische Inkontinenz... Alle Leute, die gesagt haben, dass du singen kannst, die haben dich angelogen, deshalb drei Mal ‚Nein‘“*. Begleitet werden die Kommentare mit abwertenden grafischen Einblendungen. Trotz dieser harten Kritik nimmt sie im darauffolgenden Jahr wieder teil.

Die heute 29-jährige „Andia“ nahm zwei Jahre nacheinander am Casting für DSDS teil und schied jeweils nach dem ersten Casting aus. Sie wurde beide Male vorher in einem Video vorgestellt. Sie gehört zu denjenigen KandidatInnen, die objektiv gesehen zu Freaks stilisiert und von der Jury abgeurteilt werden.

³⁰ Motive von Gesang und Thema der Unterhaltung zum Schutz der Kandidatin geändert.

„Andia“ kam ohne musikalische Vorerfahrung zum Casting: *„Nur positive Reaktionen auf meine schöne Stimme in einem Hamburger Telefon-Chat. Die Jungs fanden mich interessant.“* Sie hat sich beworben, weil Bekannte aus ihrer Schulzeit dort erfolgreich mitgemacht haben: *„Ich hatte mir im Jahr vor meiner Teilnahme das erste Mal in meinem Leben DSDS angesehen und mir gefielen die Auftritte von Mehrzad Marashi, Menowin Fröhlich und Ines Redjeb, mit denen ich vor 11 Jahren auf einer Schule war. Ich fühlte mich angesprochen.“*

Ihre Teilnahme beschreibt sie folgendermaßen: *„Es gab ein Vorkasting, danach war ich sicher, dass ich vor Bohlen singen würde. Ich wurde interviewt und gefilmt. Beim richtigen Casting wurde ich gefilmt, interviewt und sang vor Dieter Bohlen. Schade ist, dass mir gesagt wurde, dass ich absolut nicht singen kann. Das hat mich schwer getroffen, weil ich sehr musikalisch bin.“*

Bei ihrer Rückmeldung an Dieter Bohlen entschuldigt sie sich fast, und das, obwohl er derjenige war, der sie auf seine typische Art beleidigt hat: *„Ich war unfreundlich beim Casting, das kommt daher, dass ich mit so einer bitteren Absage nicht gerechnet hatte. Hatte mir mehr erhofft. Sonst bin ich ganz nett.“* In der Rückschau hätte sie einiges anders gemacht: *„Ich hätte vorher Gesangsunterricht genommen und mich mit dem Thema Gesang ausführlicher befasst, [um] und gesunder, frischer und körperlich fitter ausgestrahlt zu werden.“*

Sie blickt positiv auf die Ausstrahlung ihrer Teilnahme zurück: *„Ich fand es toll, endlich eine Möglichkeit zu haben, im Fernsehen zu sein. Früher war mein Traum immer, ein Star zu werden. Habe mich gefreut, einen Fernsehauftritt zu haben, zu einer guten Sendezeit, wo mich meine Freunde und alten Bekannten gesehen haben.“*

Ein bisschen Selbstkritik bleibt, wenn sie an ihren Auftritt denkt, jedoch wird das mit der von ihr gewonnenen und als positiv empfundenen Auszeichnung relativiert: *„Es war ok, aber so richtig zufrieden war ich nicht mit mir, war nicht mein bester Auftritt.“*

Auch die Reaktionen des Umfelds waren laut „Andia“ nur positiv: *„Die Reaktionen waren positiv. In meinem Stadtteil wurde ich oft von Kindern und auch Erwachsenen um ein Foto gebeten. Oder: Bist du nicht die von DSDS/Warst du bei DSDS? – Gehst du dieses Jahr wieder hin?“*

Im Nachhinein resümiert sie für sich, dass die Teilnahme bei ihr zu einer gesünderen Lebenseinstellung geführt hat: *„Ich habe, seit ich mich das erste Mal bei DSDS gesehen habe, viel mehr für meine Gesundheit getan, Sport etc. Ich habe es vermieden, zu oft auf Partys zu gehen. Hatte bei meinem ersten Fernsehauftritt nämlich einen schlechten Eindruck bezüglich meiner gesundheitlichen Verfassung. Seit der Castingshow achte ich mehr auf gesunde Ernährung und Sport.“* Freunden rät sie: *„Man hat schon viel bei diesen Castingshows gesehen, um aufzufallen müsste sich die- oder derjenige was Besonderes einfallen lassen. Super wäre eine gefühlvolle Stimme.“*

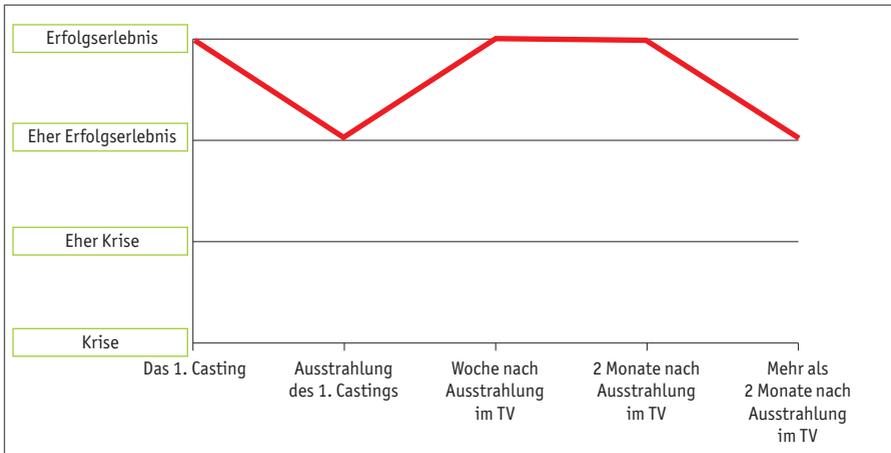


Abbildung 45: Fieberkurve „Andia“

Die heute 29-jährige „Andia“ geht mit dem gefestigten Selbstbild in die Castingshow, gut singen zu können und ein besonderer Mensch zu sein. Sie erlebt sich in Kompetenz und Autonomie und lässt sich dabei auch nicht durch die Kommentare oder die TV-Ausstrahlung irritieren.

Sie deutet im Nachhinein die Beziehung zu Juror Dieter Bohlen als etwas tendenziell Positives und erzählt in die Kamera: *„Ich spüre das, wenn jemand denkt, dass ich was Besonderes bin. Ich habe das letztes Mal schon gespürt, dass Dieter Bohlen sich gedacht hat ‚Boah – die ist aber was Besonderes‘. Das wird dieses Mal bestimmt wieder so sein.“* Damit liefert sie nicht nur der Redaktion das entsprechende Material, um sie weiter abzuwerten, sondern sie ignoriert in diesem Sinne auch die in der TV-Ausstrahlung häufig präsenten respektlosen und herabwürdigenden Anteile der Kommentare. Entsprechend nimmt sie nur die sie bestärkenden Momente wahr und deutet die Begegnung mit den Prominenten als positives Erlebnis.

Auch die mediale Aufbereitung der Begegnung interpretiert sie nicht als konterkarierend. Folglich kann sie die öffentliche Aufmerksamkeit, die mit einem Fernsehauftritt einhergeht, genießen. Sie freut sich über die Präsenz in ihrem Freundeskreis und es ist ihr keineswegs peinlich, von Fremden darauf angesprochen zu werden.

Als sie nach dem Auftritt eine Absage erhält, behält sie das Oberwasser: *„Wie, ich kann nicht singen? Ich hab mich doch auf meinem Handy aufgenommen und es klang sehr gut!“* und beschließt für sich: *„Ich werde nächstes Jahr bestimmt nicht noch mal kommen. [...] Ich lass mich nicht verarschen. Ich bin nicht so billig zu haben. DSDS ist vorbei jetzt. DSDS am Arsch.“*

Damit ist sie diejenige, die autonom handelt und die Macht in den eigenen Händen behält. Eine eher ungewöhnliche Einschätzung der Situation, die sie aber insgesamt vor Verletzungen oder tiefgreifenden Irritierungen ihres Selbstbildes schützt. Sie verdrängt alle stattgefundenen respektlosen Bemerkungen und die Diffamierung ihres Auftritts, und deutet so das Erlebnis für sich um. Diese Vorgehensweise kann als effektiver Selbstschutz angesehen werden, durch den sie an Selbstvertrauen gewinnt.

Typ 6: Die Bloßgestellten (Beschädigtes Selbst):

Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ als eine im Nachhinein ausgesprochen beschämende Erfahrung

„Ich finde es auf gut Deutsch scheiße, dass die Sendung auch nach mehreren Jahren einfach immer noch gezeigt wird und der ganze Scheiß wieder von vorne anfängt, dass man von jedem angesprochen wird.“

Andere TeilnehmerInnen, die medial gedemütigt wurden, konnten dies nicht durch selektive Wahrnehmung und Umdeutung für sich erträglich machen, sondern leiden auch heute noch – Jahre nach ihrem Auftritt – an der öffentlichen Diffamierung. Prototypisch ist ein Mädchen, dem wir den Namen „Sina“ geben. Sie nahm bei DSDS teil und wurde dabei auf diverse Arten diffamiert.

„Sina“ ist heute ungefähr Mitte 20 und möchte anonym bleiben. Sie schied als Anfang-20-Jährige bereits in der ersten Runde aus. Musik ist ihr Hobby, so hat sie in ihrer „Jugend im Schulchor gesungen und war auch im Musical-Chor im Jahr 2001“. Mitmachen wollte sie, weil ihr die Sendung schon immer sehr gefallen hat. Kurzerhand hat sie sich über die Zeitschrift BRAVO beworben.

Ihre Teilnahme beschreibt sie folgendermaßen: *„Das Vorcasting ist soweit gut gelaufen. aber beim Hauptcasting ist einiges schiefgelaufen, ich wurde von Dieter Bohlen als Schlafsack bezeichnet und XYZ [etwas was sie gesagt hat] wurde zimal wiederholt, wieder und wieder.“*

Sie gehört also zu denjenigen KandidatInnen, die von Dieter Bohlen zur Belustigung der ZuschauerInnen in der ersten Castingshow-Phase von DSDS als Freaks inszeniert werden. In der Aufnahmesituation mit der VIP-Jury wird zu bestimmten Handlungen und Aussagen animiert. Diese werden dann gezielt zusammengeschnitten, mit dem Ziel bloßzustellen. Es werden Sätze wiederholt und abwertende Vergleiche mit einem Schlafsack gezogen, um die Person als Versagerin abzustempeln.

„Ich habe gemerkt, dass nicht jede Aufnahme, die gedreht wird, auch so gezeigt wird“, stellt sie aus der Distanz fest. Vom Produktionsteam wünscht sie sich: „dass sie nicht nur die Szenen zeigen sollen, die etwas danebengegangen sind, sondern auch das, was davor mit aufgezeichnet wurde.“

„Sina“ muss auch heute noch mit der damaligen Diffamierung leben: Da ihr Auftritt mehrfach in verschiedenen Staffeln wiederholt und im Netz jederzeit abrufbar ist, gerät er auch nicht in Vergessenheit. „Sina“ formuliert in der Befragung ihre Gefühle hierzu folgendermaßen: „Ich finde es auf gut Deutsch scheiße, dass die Sendung auch nach mehreren Jahren einfach immer noch gezeigt wird und der ganze Scheiß wieder von vorne anfängt, dass man von jedem angesprochen wird.“

Im Nachhinein stellt sie für sich fest: „Ich hätte mich niemals dort beworben, wenn ich gewusst hätte, was die mit den Leuten da alles machen, nur um sie blöd darzustellen, nur damit die Leute was zu lachen haben“, und auch Freunden gibt sie den Rat: „sich schnell wieder abzumelden, um sie zu schützen, dass [ihnen] nicht das Gleiche passiert, wie mir z. B.“.

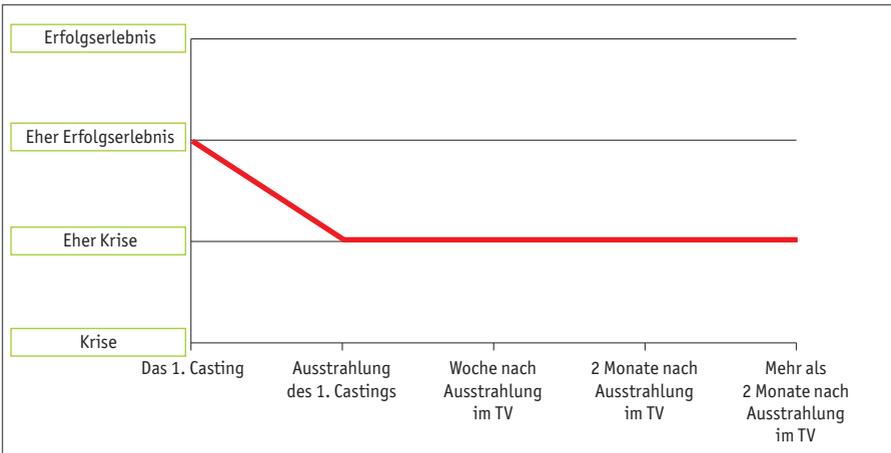


Abbildung 46: Fieberkurve „Sina“

„Sina“ ist verletzt und voller Schamgefühl. Sie kreuzt zwar an, es sei keine eindeutige Krise, sondern „eher eine Krise“ für sie gewesen, doch ihr ist deutlich anzumerken, wie sehr sie unter der Häme des Umfeldes leidet, und sie hat auch keine Chance, dieser zu entkommen.

Basierend auf der Fernseherfahrung und dem intuitiven Gefallen der Sendung ging sie (medienvermittelt) zum Casting. Sie ging davon aus, dort fair behandelt zu werden. Im Vorcasting wurde sie jedoch als potenzielle „Loserin“ identifiziert. Da ihr Medienefahrung fehlt und dieser Teil des Vorcastings auch nicht gesendet oder in seiner Bedeutung kontextualisiert wird, nimmt sie ihren Auftritt dort als positiv wahr. Sie fühlt sich bestärkt und hofft nun auf eine weitere Qualifikation. In den Aufnahmen vom Proberaum, die im Kontext der Wiederholung zu sehen sind, ist sie als gut gelaunte und selbstbewusste Kandidatin zu sehen. Sie inszeniert sich im Kreis der TeilnehmerInnen so, wie sie es später auch vor der Jury macht. Eigentlich müssen alle wahrnehmen, dass sie nicht den professionellen Standards entspricht. Jedoch warnt sie keiner.

Es ist nicht im Einzelnen nachvollziehbar, was in den ca. 20 bis 30 Minuten vor der VIP-Jury geschehen ist, doch als so extrem abwertend hat „Sina“ es währenddessen gar nicht wahrgenommen. In den darauffhin gesendeten Szenen wird sie dann aber eindeutig diffamiert. Die Kommentare sind respektlos und verletzend, beziehen sich auf ihre Körperlichkeit und werten sie in allen Dimensionen ab. So sagte Bohlen zu ihr: *„Sina – Stimme ist Null. Du stehst da wie ein dummer fetter Schlafsack“³¹. Und das will doch echt keiner sehen.“*

„Sinass“ Wahrnehmung von der Zeit ist „eigentlich gar nicht so schlecht“. Sie ist zwar nicht weitergekommen, womit sie aber eigentlich auch schon ein bisschen gerechnet hatte. Das Produktionsteam und auch die Jury empfand sie währenddessen durchaus als „nett“ und sie fühlte sich bestärkt. Entsprechend gibt sie an, die Erfahrung war eigentlich „eher ein Erfolgserlebnis“ gewesen. Das änderte sich bei der Fernsehausstrahlung. Nun sah sie, was aus der Situation konkret an Bildmaterial ausgewählt, wie es zusammengeschnitten und graphisch ergänzt worden war. Sie wurde gelinde gesagt als unglaublich dummer Freak ohne den Anflug einer angemessenen Einschätzung ihrer Möglichkeiten und Grenzen dargestellt. Mit der TV-Ausstrahlung beginnt nun eine öffentliche Bloßstellung und Diffamierung – und dabei bleibt es auch nicht bei einer einmaligen Ausstrahlung. Über Youtube und Clipfish ist der Ausschnitt unter Schlagworten wie „Dümmste Kandidaten“ etc. über Jahre hinweg schnell zu finden. Der Beitrag gefiel den MacherInnen zudem so gut, dass sie ihn auch in den nächsten Staffeln immer Mal wieder als Beispiel für die peinlichsten Auftritte ausstrahlten. „Sina“ wird - wie alle anderen auch - auf den Auftritt von diversen bekannten und unbekannt Menschen angesprochen, was für sie jedoch nur eins ist: schamvoll. Sie fordert Schutz, damit anderen nicht das Gleiche passiert.

31 Genaue Wortwahl zum Schutze der ehemaligen Teilnehmerin codiert.

**Typ 7: Die Psychisch Überforderten (Überfordertes Selbst):
Wenn das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ krank macht**

„Ich war damals erst 16 Jahre alt und konnte damit nicht umgehen, bekam später Depressionen und bekomme bis heute mein Leben nicht in den Griff.“

Einige TeilnehmerInnen, und zwar sowohl unter jenen, die medial diffamiert wurden, als auch unter denen, die positiv inszeniert wurden, gingen aus dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ mit psychischen Schäden heraus. Schon während der Teilnahme bemerkten sie eine grundlegende Veränderung an sich, berichten von Angstzuständen, Appetitlosigkeit, Gefühlen wie „nur noch zu funktionieren“, ihre Körperwahrnehmung verloren zu haben u. Ä. Sie schildern eine große Verunsicherung ihres Selbst und Symptome wie Depressionen, mit denen sie auch noch Jahre später zu kämpfen haben. Als Prototypen sollen hier zwei Fälle angeführt werden. Zum einen Janina, die mit Anfang 20 bei *Unser Star für ...* auf Pro 7 mitgemacht hat und sich lange in der Show halten konnte.

Janina ist auf dem Land aufgewachsen und kam ohne allzu fundierte Erfahrung in die Show. Sie erlebte die Einladung zur Show zunächst mit viel Freude und Stolz. Die Größe der Bühne überraschte sie jedoch:

„Die Bühne war mir zu groß. Ich kam mir unbeholfen vor und wusste nicht, warum ich mich auf einer riesigen Bühne hin und her bewegen sollte, wo ich doch Musik erleben und machen wollte. Vor den Fernsehauftritten war ich meist so panisch, dass ich mich in einen Raum ca. eine Stunde alleine zum Einsingen zurückgezogen habe und direkt vor dem Aufgang auf die Bühne am liebsten weggelaufen wäre. Beim Auftritt selbst waren nur mein Körper und meine Stimme quasi im ‚Autopilot‘ aktiv. Ich selbst bin mit meinen Gedanken abgedriftet und war geistig nicht auf der Bühne. Nach den Shows war ich jedes Mal unglaublich erschöpft. In den letzten zwei, drei Wochen der Show konnte ich, trotz des starken Willens es zu tun, nicht mehr essen. Das hatte ich bei mir zuvor noch nie erlebt. Ich konnte nicht mehr. Ich hatte Angst aufzuhören, obwohl ich nicht mehr weitermachen wollte, weil ich befürchtete, dass die Leute von mir enttäuscht wären oder etwas Gemeines über mich in der Zeitung schreiben würden. Irgendwie funktionierte ich noch. Denken konnte ich nicht mehr richtig, weil alles zu viel war und scheinbar jeder irgendetwas von mir dachte oder verlangte.“

Sie fühlt sich von der Situation überfordert und setzt sich selbst unter Druck. Sie meint, verantwortlich für die Presseberichterstattung zu sein, und hofft zumindest keine beschämenden Kritiken zu bekommen. Sich selbst in den Fernsehaufnahmen zu sehen, vermied sie:

„Ich habe mir die Aufzeichnungen nie freiwillig angesehen. Wenn ich gezwungen war, mir das Ganze anzuschauen, wurde mir fast schlecht. Das war quälend für mich. Ich fand [in] meinem Auftritt nur die Fehler und verstand nicht, dass das niemandem sonst auffiel und warum ich überhaupt noch einmal auftreten sollte. Ich fand es völlig absurd, mich im Radio oder im Fernsehen so aufgebauscht dargestellt zu sehen. Es war mir hochgradig unangenehm, weil ich fand, dass da etwas aus mir gemacht wurde, was ich nicht war und nicht sein wollte.“

Die Aussage ist von sehr hoher Selbstkritik geprägt, die bis an die Grenzen des körperlichen Unwohlseins führt. Für viele Menschen sind Videoaufzeichnungen von sich selbst etwas, das mit einer Distanzierung und einem gewissen Schamgefühl einhergeht. Ist es nun jemand gewohnt, sich stets kritisch zu bewerten und sich auf die eigenen Fehler zu fokussieren, kann das Ansehen an sich bereits zum kritischen Ereignis werden. Dies muss nicht zwangsläufig mit negativen Kommentaren der Jury zusammenhängen. Gehen dann Selbstempfinden, mediale Beurteilung und Inszenierung als Star sehr deutlich auseinander, kommt das Gefühl der Enteignung der Selbstpräsentation dazu. Es können Dissonanzen entstehen, die für den Einzelnen ohne Unterstützung schwer zu ertragen sind. Von ihrem sozialen Umfeld fühlte sie sich sehr unterstützt, hatte aber, wie viele andere auch, mit der Prominenz und den vielen Telefonanrufen zu kämpfen:

„Mein Handy klingelte ständig und es waren häufig Reporter und andere Angebote. Dadurch war ein normaler Tagesablauf nicht mehr möglich. Ich verlängerte mein Studium im Anschluss um zwei Semester.“

Auf die Frage hin, inwieweit die Erfahrung sie persönlich geprägt hat, schreibt Janina:

„Die Erfahrung der Showteilnahme hat mich sehr geprägt. Mittlerweile kann ich Positives daraus ziehen und sagen, dass es gut ist, einen Einblick in einen Bereich erhalten zu haben, der vielen anderen nicht in der Form bekannt ist. So kann ich reflektierter mit dem umgehen, was mich umgibt. Ich habe viel Naivität verloren (ich dachte damals, dass diese Sendungen gerecht und chancengleich ablaufen). Ebenso war besonders die Zeit nach der Show von zahlreichen menschlichen Enttäuschungen begleitet. Ich bin damals sehr viel misstrauischer geworden. Heute sehe ich vieles lockerer und nehme den Opportunismus von Menschen mit Humor. Damals hat mich das fast verzweifeln lassen. Ich dachte: ‚Wann kann ich endlich wieder jemandem trauen, und wem? Wer hat hier überhaupt Interesse an mir, und nicht daran, jemanden zu kennen, der mal im Fernsehen war?‘“

Die Erfahrung hat sie nicht nur an den Rand des Leistbaren gebracht, sondern sie zum damaligen Zeitpunkt auch psychisch überfordert. Das Eintauchen in die professionelle Produktionspraxis, mit der sehr eigenen Art des menschlichen Umgangs, brach mit ihren bisherigen Erfahrungen und brachte ihre bisherigen Vorstellungen von Ehrlichkeit und kommunikativem Um-

gang ins Wanken. Nach mehreren Jahren hat sie letztendlich (wieder) ihren Weg gefunden, mit dieser Erfahrung umzugehen. Dabei geht es nicht um eine verletzende Typisierung oder Abwertung durch die Medien. Die Erfahrung als solche – die Bühnenshow, die öffentliche Aufmerksamkeit, die gefühlte Verantwortung, niemanden zu beschämen, und das Leben in einer für sie völlig neuen Arbeitssituation – waren für die damals knapp 20-Jährige schlicht und ergreifend zu viel.

Die Umstände spitzen sich noch mehr zu, wenn zusätzlich kritische Bemerkungen von Seiten der JurorInnen hinzukommen und die Berichterstattung – zumindest zeitweise – ins Kritische abgleitet, so geschehen bei einer jungen Frau, der wir den Namen „Anna“ gegeben haben.

„Anna“ ist jetzt ca. 25 Jahre alt und ehemalige *DSDS*-Teilnehmerin. Sie war, von außen betrachtet, mit einem der Top-10-Plätze recht erfolgreich. Sie berichtet, dass sie die Teilnahme in eine Depression gestürzt hat, sie an Selbstvertrauen verloren hat, darüber hinaus den Kontakt zu den Mitmenschen vermied und dass sie bis heute ihr Leben nicht vollständig unter Kontrolle hat.

„Anna“ ist ein Musikfan durch und durch, und singt seit ihrem zwölften Lebensjahr. Sie hat bereits mit Spaß und Erfolg auf diversen Bühnen gestanden, bevor sie an *DSDS* teilnahm. Ihre Hoffnung war es, das Hobby zum Beruf zu machen: *„Ich liebte es zu singen und habe mir davon erhofft, mit Musik mein Geld zu verdienen.“*

Die Show hat ihr als damals 16-Jährige zwar sehr viel Spaß gemacht, die Kommentaren der Jury und das „System Castingshow“ haben sie jedoch psychisch tief verletzt: *„Während dessen fand ich alles superinteressant. Wir haben viel erlebt, hatten jeden Tag zu tun und es hat mir unglaublich viel Spaß gemacht. Was sehr negativ war, waren die Bewertungen der Jury, die unter alles Sau waren. Ich war damals erst 16 Jahre alt und konnte damit nicht umgehen, bekam später Depressionen und bekomme bis heute mein Leben nicht in den Griff. Ich habe mich damals allein gefühlt, weil ich das erste Mal von meiner Familie entfernt war und meine Mutter oft nicht zu mir gelassen wurde.“*

Überfordert von der Gesamtsituation, als Jugendliche über einen langen Zeitraum hinweg Höchstleistung erbringen zu müssen, und das ohne ein emotionales Sicherheitsnetz durch die Mutter als enge Bezugsperson, scheidet sie, obendrein durch die öffentlichen Rückmeldungen der Jury stark verunsichert, schließlich aus.

Nun fällt sie in ein emotionales Loch: *„Ich habe sehr an Selbstvertrauen verloren, wollte keinen Kontakt mehr zu anderen Menschen haben, habe mich verkrochen und wurde depressiv. Leider wird man sofort nach dem Ausscheiden fallen gelassen und weiß dann nach all dem Rummel nicht mehr, wie es weitergehen soll. Die negativen Kommentare der Jury haben mich sehr verletzt und an mir*

zweifeln lassen, sodass ich eine Zeitlang gar nicht mehr singen wollte.“ Wenig hilfreich waren hierbei die aus ihrer Wahrnehmung jury-affirmativen Rückmeldungen aus dem Umfeld: „Ich habe erst viele positive Reaktionen erfahren, als ich aber immer kritisiert wurde von der Jury, haben sich sehr viele Menschen zurückgezogen und ich habe langjährige Freundschaften verloren, weil ich mich selber so zurückgezogen habe.“ Sie war verletzt, zog sich zurück, und der bekannte Kreislauf der selbsterfüllenden Prophezeiung tritt ein, der insbesondere bei Depressionen zu einer Endlosschleife wird, die das Selbst dann meist nicht mehr ohne Hilfe von außen durchbrechen kann.

Im Rückblick bleiben gespaltene Gefühle: „Ich denke, dass es trotz all der negativen Erfahrungen auch viele positive Momente gab und es mir auch Spaß gemacht hat. Manchmal bereue ich es, mitgemacht zu haben. Ich bin da sehr hin und her gerissen.“

Aus der Distanz, mit einigen Jahren Abstand zur Show, ist sie recht aufgeklärt und weiß um die Inszenierung für die Quote: *„Das alles nicht ernst zu nehmen. Man darf nichts erwarten und muss sich darüber im Klaren sein, dass alles danach wieder vorbei ist. Wenn man sehr selbstbewusst und stark ist, kann es eine tolle Erfahrung sein. Man muss sich immer bewusst sein, dass es um die Show und die Einschaltquoten geht, und nicht um die einzelne Person.“*

Von der Jury wünscht sie sich mehr Professionalität: *„Die Kandidaten sollten respektvoll behandelt werden. Keine verletzenden Kommentare oder [sich] lustig machen über Teilnehmer. Gerade bei jüngeren Kandidaten besonders vorsichtig sein“* und das Produktionsteam klagt sie enttäuscht an: *„Leider interessieren sich die Zuschauer nur für Skandale, Tränen und Probleme, sodass sich immer wieder etwas Neues ausgedacht wird, um Einschaltquoten zu bekommen, aber dabei werden die Teilnehmer und teilweise deren Zukunft zerstört. Ich werde nichts ändern können, aber ich kann nicht verstehen, wie die Menschen, die dahinterstecken, noch ruhig schlafen können und kein schlechtes Gewissen haben.“*

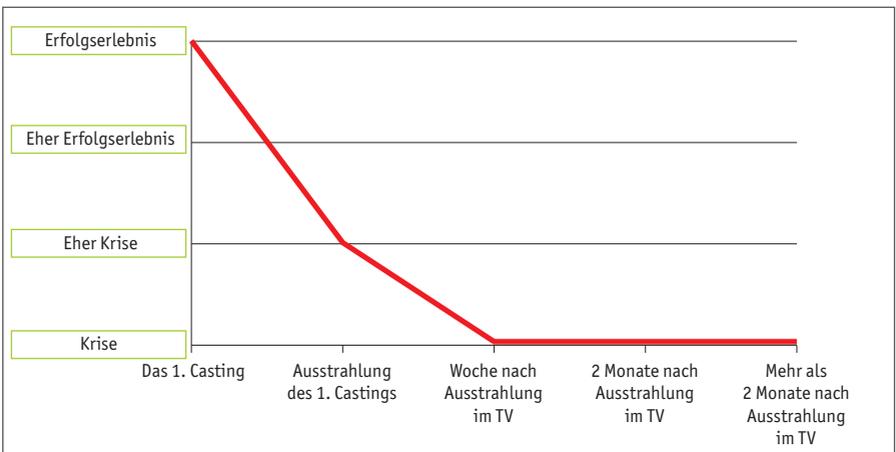


Abbildung 47: Fieberkurve „Anna“

„Anna“ kann nach wie vor die positiven Gefühle, die sie während der Erfahrung hatte, aktivieren und sich so ein positives Teilbild von dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ bewahren. Es ist eine herausragende Erfahrung mit sehr hoher körperlicher und psychischer Anspannung, die freudvoll, aber auch sehr stressgeladen ist. „Anna“ hat bereits während der Teilnahme, wie einige andere KandidatInnen auch, die Grenzen der eigenen Belastbarkeit ausgereizt, wenn nicht sogar überschritten. Die Typisierung der Produktionsfirma empfindet sie als schamlose Verletzung, gegen die sie sich aber nicht wehren kann.

In diesem Zustand permanenter Überforderung und ohne emotionalen Rückhalt, z. B. durch die Mutter, war sie der verletzenden Kritik der Jury ausgesetzt. Es folgte die mangelnde Anrufquote, d. h. eine öffentlich inszenierte Ablehnung durch ein Millionenpublikum. Dann das Ausscheiden aus dem Prozess und damit ein Herausreißen aus höchster Anspannung über einen längeren Zeitraum. Sie kehrt zurück in eine Lebenswelt, in der Menschen meinen, sie beurteilen zu können und über ihre emotionale Befindlichkeit Bescheid zu wissen. Eine Depression ist hier die natürliche Folgereaktion des Selbst.

Auch heute noch, ca. zehn Jahre später, hat sie das Gefühl, psychisch nicht stark genug gewesen zu sein, die Situation zu wenig durchdacht und sich emotional nicht auf das abrupte Ende der Erfahrung eingestellt zu haben. Auch heute noch sucht sie die Schuld bei sich, auch wenn es ihr bereits gelingt, die Situation mit mehr Abstand zu sehen und anzuklagen. Ein wichtiger Schritt, bei dem sie hoffentlich viel Unterstützung bekommt, um ihr Selbst wieder verorten zu können.

Ihre Beschreibungen und nicht zuletzt die Teilnahme an dieser Befragung weisen darauf hin, dass es ihr letztendlich gelingen wird, diese Erfahrung in ihre Identität zu integrieren.

10 Zusammenfassung: Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ – Krise oder Wachstumschance – sieben typische Umgangsformen

Wie Menschen mit dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ umgehen ist unterschiedlich. Für einige war es ein sehr positives Erlebnis. In dem herausragenden Erlebnis angemessenen Reflexionszeiträumen, die auch mit Momenten des Selbstzweifels einhergehen, empfinden sie es im Nachhinein als etwas, an dem sie gewachsen sind und sich und ihr Selbstkonzept weiter ausbilden und stärken konnten.

Zum einen hängt dies von den konkreten Erlebnissen bei der Teilnahme am Mediensystem, und zum anderen von einer negativen oder positiven Darstellung ab. Werden die sieben Typen der Bedeutung des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ für das Selbst auf einer Achse von eher positiver Inszenierung bis eher negativer Inszenierung (vgl. Abbildung 48) dargestellt, ergibt sich folgendes Bild:

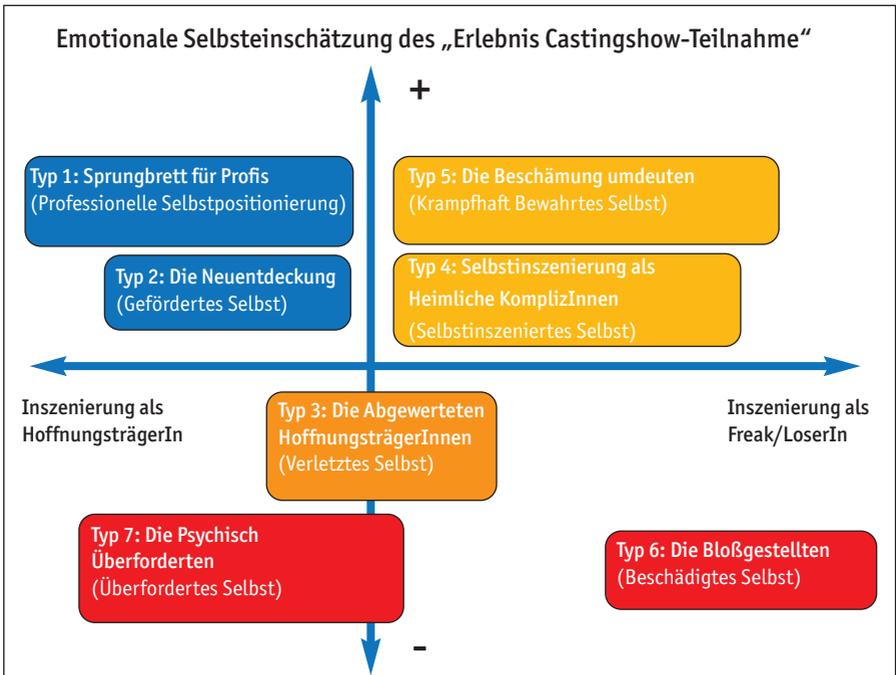


Abbildung 48: Sieben Typen der Bedeutung des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ für das Selbst – von eher positiver bis eher negativer Inszenierung

Für einige Menschen ist das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ etwas, das für sie im Nachhinein eine wichtige und reichhaltige Erfahrung war, die vor allem emotional positiv konnotiert ist. Dies sind zum einen Profis, die die Show als Sprungbrett nutzen und sich durch die Erlebnisse mit der Castingshow professionell selbst positionieren können (Typ 1). Sie sind sich durch die Show und die Begegnung mit den Medienprofis sicherer geworden, welchen Weg sie mit ihrer Musik anstreben, und können durch die Öffentlichkeit, die sie sie auf andere Weise kaum jemals erreicht hätten, einen deutlichen Anstieg an professionellem Interesse an ihrer Person, ihren Auftritten etc. erzielen. Tendenziell sind dies eher Männer über 25 Jahre mit fundierter musikalischer Vorbildung sowie Bühnen-, Band- und Musikgeschäftserfahrung.

Zum Teil gibt es auch sehr junge Menschen, die das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ emotional überaus positiv erlebt haben und an der Erfahrung „gesund“ gewachsen sind. Diese „Neuentdeckungen“ (Typ 2) wurden durch die Produktion in ihren Talenten gefördert, bekamen Einblicke in die professionelle Medienproduktion und zumindest in Ansätzen in das Musikgeschäft. Sie wurden durch das Format gefordert und gefördert, aber nicht im „System Castingshow“ deformiert. Sie müssen die Erfahrungen im Nachhinein oft noch länger verarbeiten und zweifeln vielleicht auch mal an sich selbst, sind aber letztlich durchaus an der Erfahrung gewachsen. Tendenziell sind dies junge Menschen, teilweise Minderjährige.

Es sind eher junge Männer, aber auch einige junge Frauen, die sich für die Teilnahme an der Castingshow die Grundlagen für alternative Lebenswege jenseits der Musik offengehalten bzw. sogar parallel erfolgreich abgeleistet haben. Bei allen Formaten finden sich solche KandidatInnen, besonders häufig jedoch bei *The Voice of Germany*.

Bei den innerhalb des Castingprozesses durchaus erfolgreichen TeilnehmerInnen gibt es jene, die zunächst positiv, dann jedoch negativ dargestellt wurden. Medienanalytisch findet sich diese Typisierung häufiger kurz vor dem Ausscheiden aus der Sendung, um das Urteil der Jury zu begründen und diese in ihrer Sympathie nicht zu dekonstruieren, oder weil es sich durch bestimmtes Handeln der Personen, nicht zuletzt aus marketingtechnischen Gründen, anbot. Für diese „abgewerteten HoffnungsträgerInnen“ (Typ 3) wird die mediale Inszenierung verletzend. Sie fühlen sich falsch dargestellt, in ihrer Offenheit und/oder Naivität ausgenutzt und vom „System Castingshow“ betrogen (Verletztes Selbst). Tendenziell sind dies vor allem junge Frauen, zum großen Teil zwischen 16 und 21 Jahren.

Es gibt einige TeilnehmerInnen, die durch das „System Castingshow“ abgewertet und zu Freaks stilisiert wurden, die dieses aber selbstbestimmt und in vollem Bewusstsein mitmachten. Sie wurden durch ihre Selbstinszenierung heimliche KomplizInnen des Mediensystems (Typ 4). Gezielt übersteigerten sie ohnehin vorhandene Talente oder Teile ihres Selbst und inszenierten sich mit einer entsprechenden Spielfreude selbst. Währenddessen hatten sie durchaus ein pro-

fundes Erfolgserlebnis, waren dann aber von der Dimension der öffentlichen Wahrnehmung dieser Selbstinszenierung doch überrascht und so manches Mal nicht nur positiv angetan. Dadurch, dass sie aber zumindest gefühlt die Kontrolle über ihre Selbstinszenierung hatten, war es eine Erfahrung, die vor allem emotional positiv besetzt ist und durch die sie sich auch ein bisschen weiterentwickelt haben.

Bei anderen TeilnehmerInnen, die innerhalb der Sendung typisiert werden, ist dies kein bewusster Vorgang. Sie präsentieren sich auf ihre Weise, werden von Produktionsfirma und Redaktion zum Teil hochgradig typisiert und in der präferierten Lesart (vgl. Hall 1986) auch abgewertet, werten dies aber selbst nicht so. Sie genießen die öffentliche Aufmerksamkeit, die ihnen nachher zuteilwird. Die Rückmeldungen und Kommentare, die, soweit sie aus der Ausstrahlung zu rekonstruieren sind, durchaus abwertend gemeint sind, deuten sie für sich eher positiv und lassen sich auch ansonsten wenig von einer Kritik oder Abwertung der JurorInnen berühren. Sie bewahren ihr positives Selbstbild unter allen Umständen, gehen aus dem Prozess subjektiv als siegreich hervor und deuten für sich einen entsprechend großen Teil des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ als positiv (Typ 5). Dieser verständliche und erfrischend uneingeschüchterte Umgang mit dem „System Castingshow“ kann dabei in einigen Fällen Teil eines verhärteten Selbstbildes und einer leicht pathologischen Wahrnehmungsverschiebung sein, die sich aber in diesem Fall als guter Schutz für das Individuum erweist. Quantitativ ist dieses Vorgehen vermutlich eher die Ausnahme bei den TeilnehmerInnen, die als Freaks dargestellt werden.

Die meisten derjenigen, die in den Formaten als Freaks inszeniert werden, lassen sich dem Typ „Die Bloßgestellten“ (Typ 6) zuordnen. Sie gingen naiv und mit großem Vertrauen auf ihre eigene Besonderheit als Mensch in den Prozess. Sie wurden während des Vorcastings und der Aufnahmesituation in ihrer Selbstwahrnehmung, etwas Besonderes und Wertvolles zu sein, auch durchaus bestärkt. Zum Teil nahmen sie die Rückmeldung der VIP-Jury für sich auch als durchaus positiv und konstruktiv wahr. Inwieweit dies eine verzerrte Wahrnehmung ist, kann dabei nicht nachvollzogen werden. Gut nachvollziehbar sind jedoch die Scham und der Schmerz, welche sie nach der Fernsehausstrahlung empfanden. Die Häme aus dem sozialen Umfeld und die Ansprache und Beurteilung durch Fremde erfahren sie zum Teil noch Jahre danach. Sie gehen aus dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ mit einem beschädigten Selbst heraus.

In Selbstkrisen gerieten aber nicht nur die durch das Mediensystem offensichtlich Abgewerteten. Einige der KandidatInnen waren durch die Anforderungen während der Produktion und auch danach noch überfordert. Sie konnten die Erfahrung mit ihren diversen Krisenpotenzialen für sich nicht in angemessener Zeit verarbeiten. Diese TeilnehmerInnen sind Typ 7 zuzuordnen: „Die Psychisch Überforderten“ (Überfordertes Selbst). Tendenziell sind dies vor allem Menschen, die ohnehin ein noch wenig gefestigtes Selbst haben und für sich auf wenig Resilienzfaktoren zurückgreifen können, die ihnen dabei helfen könnten, die Erfahrung und ihr Handeln in diesem Prozess zu erkennen und zur Selbststabilisierung zu nutzen.

Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ – eine Abfolge von enormen Herausforderungen mit hohem Krisenpotenzial

Über die verschiedenen Auswertungsschritte hinweg lassen sich spezifische Krisenpotenziale identifizieren, mit denen das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ einhergeht.

Krisenpotenzial 1: Körperlich anstrengende Belastung

Der Castingprozess ist an sich schon eine zeitliche und nervliche Belastung, die durch den Ablauf und die Notwendigkeiten einer Fernsehproduktion entsteht. FernsehzuschauerInnen ist das im Normalfall nicht bewusst und für Fernsehprofis gehört der ganze Prozess so selbstverständlich zum Produktionsalltag, dass es als außerordentliche Herausforderung kaum noch bewusst wahrgenommen wird: lange Drehtage, ausgedehnte Wartezeiten und dann die Anforderung, innerhalb kürzester Zeit optimal „zu funktionieren“. Innerhalb dieser Produktion sind der Mensch und sein Können stets nur Material und Mittel zum Zweck. Ziel ist nicht die individuelle Stärkung oder Ausbildung, sondern das Endergebnis: Die Sendung. Zwar gelten arbeitsrechtliche Vorgaben, wie auch in anderen Berufen. Allerdings werden die Grenzen in Sachen Arbeitszeiten in einer Produktion oft bis zum Maximum ausgereizt bzw. gestalten sich bei Selbständigen anders.

Krisenpotenzial 2: Typisierung durch die MedienmacherInnen

Aus den vorhandenen Aufnahmen werden bestimmte ausgewählt und redaktionell bearbeitet. Dabei typisieren Medienprofis real existierende Menschen nicht mit dem journalistischen Anspruch, der Realität möglichst nahezukommen. Ihre professionelle Aufgabe ist es, entsprechend den Formatvorgaben, einen attraktiven Beitrag zu schaffen. Mit hoher Wahrscheinlichkeit trifft das so gezeichnete Bild der einzelnen KandidatInnen nicht das Selbstbild des Individuums. Solange es dennoch einen sympathischen Eindruck hinterlässt, ist dies mit Abstrichen gut zu ertragen. Werden die Menschen aber vor allem zur Belustigung des Zuschauers redaktionell zu Freaks stilisiert, die alle gesellschaftlichen Normen von Leistung (Singen-Können), Selbstpräsentation und Selbsteinschätzung anscheinend hemmungslos unterlaufen, so ist dies für denjenigen, der öffentlich so diffamiert wird, ein sehr hohes Krisenpotenzial.

Krisenpotenzial 3: Der Rauswurf und die Abwertung

Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ geht für fast alle TeilnehmerInnen mit einer Ablehnung einher. Die meisten müssen aus dem Prozess ausscheiden. Dieses Nichtweiterkommen im Auswahlprozess ist eine Kränkung für das Selbst. Insbesondere wenn das Selbstbild zentral auf dem Berufswunsch „Professionelle/r MusikerIn“ aufbaut, kann die von anderen Medienprofis erteilte Absage in eine Selbstkrise führen.

Dies steigert sich noch einmal, wenn die Absage in einer sprachlichen Form artikuliert wird, die einer persönlichen Abwertung oder Verletzung gleichkommt. Insbesondere wenn Formulierungen wie *„Stimme Null“*, *„Das ist musikalische Inkontinenz“* oder *„Ich bin enttäuscht von dir als Mensch und als Frau“* auf einen Moment abzielen, der für das Individuum im Zentrum des Selbstbewusstseins steht, kann dies zu Selbstkrisen führen.

Krisenpotenzial 4: Redaktionell hergestellte Begründungszusammenhänge für die Ablehnung

Die Mitteilung der Ablehnung geht meist mit einer innerhalb des Mediums geführten Begründung einher. Schließlich ist es Ziel der Sendung, die Entscheidung der JurorInnen gut nachvollziehbar zu machen und sie damit weder als inkompetent in der Entscheidungsfindung noch unsympathisch dastehen zu lassen. Entsprechend wird Video- und Audiomaterial ausgewählt und in Zusammenhänge gestellt, die den Selbst- und Situationswahrnehmungen der TeilnehmerInnen nicht entsprechen. Die KandidatInnen haben das Gefühl, dass sie in einem falschen Licht dargestellt werden und dass Zusammenhänge, die ihrer Wahrnehmung nach so nicht stattgefunden haben, sogar erfunden worden sind. Dies kann im Nachhinein zu einem enormen emotionalen Aufruhr führen, und es stellt eine große Herausforderung für den Menschen dar, diese Erfahrung zu verarbeiten.

Krisenpotenzial 5: Überforderung durch die Bühnenshow

Die Auftritte bei den Shows, die im wöchentlichen Rhythmus stattfinden und stets mit der Herausforderung einhergehen, beim nächsten Großereignis mit einem innovativen Song und einem tollen Programm aufzutreten, bedeutet für jede/n TeilnehmerIn eine enorme körperliche, emotionale und psychische Belastung. Hinzu kommt die ständige Präsenz von Kameras, wenn nicht durch die Show selbst, dann durch die Berichterstattung in anderen TV-Formaten, Print, Presse etc., und die Befürchtung einer öffentlichen Demütigung vor zigtausenden Menschen. Verarbeitungsräume stehen kaum zur Verfügung und meist sind die KandidatInnen aus ihrem sonstigen Umfeld herausgerissen. Alle diese Belastungen stellen an sich bereits ein enormes Krisenpotenzial dar.

Krisenpotenzial 6: Prominenz = Jeder meint, Bescheid zu wissen

Nach der Fernsehausstrahlung werden die eigentlich privaten Menschen in eine enorme öffentliche Präsenz gerückt. Dies bedeutet eine Prominenz und öffentliche Aufmerksamkeit, was schon für sich genommen eine Herausforderung ist. Das Genre ist zudem so angelegt, dass die ZuschauerInnen die KandidatInnen in ihrem Entwicklungsprozess verfolgen, mitraten, wer weiterkommt und wer nicht, und bei vielen Formaten sogar selber abstimmen. Damit nehmen sie eine ExpertInnenposition ein. Sie haben sich eine Meinung gebildet und da sie aufgrund der parasozial eingegangenen Beziehung meinen, die Person zu kennen, nehmen sie die für sie angemessene Kommunikation auf. Sie kommentieren, beraten und haben so auch ein bisschen Anteil an dem Ruhm der Medienbekanntheit. Gerade wenn aus den bisherigen Krisenpotenzialen bereits Verletzungen bestehen, die noch nicht verarbeitet wurden, oder eine öffentliche Diffamierung stattgefunden hat, können sich die öffentliche Aufmerksamkeit und die vertrauliche Kommunikation jenseits sonstiger Verhaltensregeln zur Krise für die oder den Einzelne/n entwickeln.

Krisenpotenzial 7: Und dann ist alles wieder vorbei

Castingshows sind ein außerordentliches Erlebnis, das mit viel Aufregung und der Ausschüttung von Adrenalin und Endorphinen verbunden ist. Insbesondere wenn es zum Ausscheiden aus einer Showphase kommt, ist der Bruch mit einem Alltag, der extrem mit Anspannung, Herausforderung und neuen Eindrücken angefüllt und nicht zuletzt mit einem Auftritt auf großer Bühne verbunden ist, groß. Von einem Tag auf den anderen ist alles vorbei. Aus der Welt der Medienproduktion kommen die Menschen wieder in ihren normalen Alltag mit ganz anderen Zeitrhythmen, Herausforderungen und Erlebniswelten. Diesen Wechsel zu verarbeiten, ist für die Psyche eine enorme Herausforderung. Parallel kann die Teilnahme an einer Castingshow eine enorme öffentliche Aufmerksamkeit und – zumindest kurzzeitig – auch diverse Anfragen für Interviews, Auftritte und Honorare mit sich bringen. Innerhalb kürzester Zeit flaut diese öffentliche Aufmerksamkeit aber wieder ab. Zurück bleibt die Notwendigkeit, das Erlebnis als Ganzes zu verarbeiten und sich mit Fragen der Selbstreflexion auseinanderzusetzen, die nicht zuletzt immer auch bedeuten werden: Habe ich wirklich mein Bestes gegeben, habe ich die Chance wirklich genutzt? Und dann muss das Individuum dauerhaft damit leben, nicht mehr im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit zu stehen, damit, zu erahnen, dass dies vermutlich das einzige Mal im Leben gewesen ist, bei dem sie/er vor so vielen Menschen aufgetreten ist. Es wird immer die Gefahr bestehen, dass alles, was jetzt im weiteren Leben folgt, vergleichsweise unspektakulär wirkt. Dies zu verarbeiten und für sich produktiv zu nutzen, ist eine Herausforderung mit einem hohen Krisenpotenzial.

Krisen an sich sind durchaus ein normaler und wichtiger Teil der Selbstentwicklung. Krise heißt, dass das Individuum durch seine Erfahrungen in seinem Selbst- und Weltbild herausgefordert ist. Im Idealfall kann es die Krise dazu nutzen, um sich zu aktualisieren, und geht gestärkt aus dem Erlebnis hervor. Ob es dem Individuum gelingt, die Krisenpotenziale produktiv zu verarbeiten, hängt dabei zum einen sicherlich von dem Individuum selbst, seinen Verarbeitungsmechanismen und seiner Resilienz ab.

Nun steht das Individuum aber hier einem ausgesprochen machtvollen „System Castingshow“ gegenüber, mit ganz eigenen Regeln und Ansprüchen. Ähnlich wie im Jugendleistungs- und Wettkampfsport nehmen die Individuen diese Herausforderung freiwillig an und wenden dabei dann viel Eigenantrieb und Bereitschaft sowie Kraft, Energie und Zeit auf. Es sind Erfolgs- und Misserfolgserlebnisse, die den Menschen prägen, ihn emotional und körperlich an die Grenzen und darüber hinaus bringen. Anders als im größten Teil des Leistungs- und Wettkampfsports existiert hier kein pädagogischer Rahmen, sondern ein kommerzieller. Mit der Leistung, mit den Erfolgs- und Misserfolgserlebnissen wird Geld verdient, weil ZuschauerInnen sich daran erfreuen und Identitätsarbeit leisten können. Schon dies bedeutet eine besondere Verantwortung gegenüber den Individuen. Hinzu kommt, dass viele TeilnehmerInnen sehr jung sind, zum Teil minderjährig. Hier gilt es besonders sorgsam zu prüfen, inwieweit die Krisenpotenziale die jungen Menschen unangemessen fordern, wo sie tatsächlich überfordern oder wo ihnen Schaden zugefügt wird. Und dies alles dann zum Wohle der kommerziellen Absicht und zur Belustigung und Identitätsarbeit der ZuschauerInnen.

11 Empfehlungen

Das System Castingshow baut auf der Entdeckung und Auswahl unbekannter MusikerInnen auf. Hierfür werden junge Menschen mit dem entsprechenden Talent gesucht, geschult und ausgewählt. Dieser Auswahl- und Fortbildungsprozess hat für die ZuschauerInnen aus verschiedenen Gründen eine hohe Attraktivität. Insbesondere junge, nicht professionell geschulte KandidatInnen haben für die Menschen vor dem Fernseher hohen Gebrauchswert, bieten Kindern und Jugendlichen u. a. Entlastung, Chancen der Selbstdefinition und Orientierung. Das trifft sich mit den Interessen der Medienindustrie, die diese jungen, nicht professionell geschulten KandidatInnen besonders gewinnbringend im „System Castingshow“ inszenieren kann. Jene für Industrie und ZuschauerInnen besonders gut nutzbaren Menschen begeben sich dabei freiwillig in den „Prozess Castingshow“. Zum Teil nehmen sie wahr, dass sie durch Freunde oder Verwandte gedrängt werden, vor allem aber ist es der Eigenantrieb, der sie zur Teilnahme bringt und – so sie ausgewählt werden – durch den Castingprozess trägt. Diese Freiwilligkeit, mit der sie – zum großen Teil ohne monetäre Honorierung – an dem Prozess teilnehmen, stellt das kommerzielle „System Castingshow“ aber nicht von seiner Verantwortung gegenüber den Individuen frei. Um es vorwegzunehmen: Weder die Forderung der Abschaffung des Genres oder einzelner Formate noch die Festlegung, Menschen unter 21 Jahren nicht mehr einzubeziehen, wären praktisch umsetzbar oder aus pädagogischer Sicht sinnvoll. Dennoch gilt es von allen Seiten faire Voraussetzungen zu schaffen, die gewährleisten, dass alle Beteiligten aus dem Prozess bzw. dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ ohne dauerhafte psychische Schäden herausgehen können.

Die hier vorgelegte Studie zeigt deutlich, wie sehr das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ als eine besondere, aus allen bisherigen Erlebnissen herausragende Situation erlebt wird, im positiven wie z. T. auch im negativen Sinne. Das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ geht mit enormen physischen und psychischen Anforderungen einher, die diverse Krisenpotenziale enthalten. An ihnen können die meist jungen und mit dem Mediensystem unerfahrenen KandidatInnen wachsen, aber auch scheitern. Einige gehen nach angemessener Verarbeitungszeit als gereifte und funktionsfähige Menschen aus der Erfahrung hervor und können das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ zur Formung ihrer individuellen Talente und Klärung ihrer Lebensperspektiven produktiv nutzen. Andere tragen tiefliegende Verletzungen mit sich, die – nach einer angemessenen Vernarbungszeit – vielleicht weniger sichtbar sind, wahrscheinlich aber wieder aufbrechen werden, etwa beim nächsten Krisenereignis in ihrem Leben. In diesem Sinne werden sie die durch das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ entstandenen psychischen Schäden (z. B. Rufschädigung) noch sehr lange beeinträchtigen.

Diverse Krisenpotenziale sind systemimmanent:

- Beim Genre Castingshow geht es um einen Auswahlprozess. Es ist konstitutiver Teil des Genres Castingshow, dass über 99 % der BewerberInnen eine Ablehnung erfahren, was immer auch mit einer Kränkung des Selbstbewusstseins einhergehen wird. Schon wenn dies nicht öffentlich stattfindet, ist es eine Frage der Konnotation und des Respekts gegenüber den BewerberInnen, wie eine Ablehnung geschieht. Findet das Aussortieren, wie es konstitutiver Teil von Castingshows ist, in aller Öffentlichkeit statt, ist nicht nur respektvolles Handeln, sondern besondere Sorgsamkeit notwendig, um eine dauerhafte Rufschädigung und öffentliche Beschämung zu vermeiden.
- Beim Genre Castingshow handelt es sich nicht um ein dokumentarisches Format. Es werden aus der Sicht der Redaktion sinnhafte narrative Zusammenhänge rund um die KandidatInnen hergestellt, die für ein möglichst breites Publikum attraktiv und nutzbar sein sollen. Dies bedeutet immer eine Auswahl und Deutung. Es liegt sozusagen in der Sache an sich begründet, dass die Ansichten darüber auseinandergehen, was das Zentrale des Moments ist, wie ein Entwicklungsprozess vorstättengeht und wie die KandidatInnen „so sind“. Was aus der Sicht der Redaktion ein eindeutiger Zusammenhang ist, der den ZuschauerInnen gut vermittelt, warum dieser Mensch ausscheiden muss, stellt sich aus der Perspektive der Betroffenen selbstverständlich meist anders dar. Die Frage ist aber, mit welcher inneren Haltung und Intention die Redaktion das Material zusammenschneidet und damit den öffentlichen Eindruck über diesen Menschen prägt. Eine wohlwollende, kompetenzbezogene Haltung gegenüber dem Individuum ist hierbei sicherlich empfehlenswerter als eine aggressiv abwertende.
- Das Genre Castingshow verdeckt seinen Inszenierungscharakter weitestgehend. Der Medientext scheint Realitätsdarstellung zu sein. Schon mit einem etwas geschulten Blick werden die Inszenierungsmuster durch Schnitt, Musik etc. sichtbar und damit auch die Dimensionen der Inszenierung ersichtlich. Für alle Kinder und Jugendlichen (und nicht nur für diese) bräuchte es hier Medienkompetenz, um das „System Castingshow“ angemessener zu verstehen. Insbesondere für zukünftige KandidatInnen wäre dies wichtig und hilfreich.
- Es ist an sich nicht änderbar, dass die Produktion einer regelmäßigen Sendung und insbesondere die Bühnenshows die KandidatInnen an die Grenzen des physisch und psychisch Leistbaren bringen. Dennoch gibt es Möglichkeiten, den Druck auf die jungen, meist (arbeits- und) lebensunerfahrenen KandidatInnen zu verringern, indem Problembereiche wahrgenommen und konstruktiv verändert werden. In zwölf Jahren Castingshow-Produktion wurden bereits diverse Erleichterungen gefunden, die von Veränderungen im Produktionsablauf bis hin zur Begleitung des Prozesses durch einen Therapeuten, wie bei The Voice of Germany, gehen. Empfohlen wird, nach weiteren Optionen zu suchen, um diese dann sowohl in den Produktionsprozess als auch in seine Nachbereitung zu integrieren.

- Beim Genre Castingshow geht es um Fernsehsendungen, die teilweise von mehreren Millionen Menschen gesehen werden. Dies geht für die KandidatInnen mit einer Prominenz einher, die neben öffentlicher Aufmerksamkeit durch das Mediensystem selbst auch mit parasozialen Phänomenen verbunden ist. An sich unbekannte Menschen meinen, die KandidatInnen persönlich zu kennen und gewissermaßen das Recht zu haben, sie anzusprechen und ihre eigene Sichtweise der Dinge mitteilen zu dürfen. Diese öffentliche Aufmerksamkeit geht in den meisten Fällen nach einer gewissen Zeit auch wieder zurück, insbesondere was professionelle Kontakte angeht. In der Wahrnehmung durch das soziale Umfeld kann sich die positiv oder negativ konnotierte Prominenz allerdings noch viele Jahre fortsetzen. Insofern kann nur immer wieder betont werden, wie zentral es ist, dass die Menschen mit möglichst geringer Beschämung aus dem Auswahlprozess ausscheiden und dass eine Stilisierung als Freaks zu vermeiden ist.
- Beim Genre Castingshow handelt es sich um eine enge Zusammenarbeit zwischen Fernsehproduktion und Musikgeschäft, bei der junge, im Musikgeschäft unerfahrene und noch nicht etablierte Menschen gebraucht werden. Angesichts der Machtverhältnisse erscheint es als eine Frage des Anstandes, faire vertragliche Regelungen zu finden und den KandidatInnen eine/n beratende/n Fachfrau/mann zur Seite zu stellen, die/der sie über die Bedeutung der Details aufklärt.³²

Um dies in die Praxis der Castingshow-Produktion und der Sendung selbst zu implementieren, braucht es:

Sensibilisierungen der Produktionsseite

Für alle an der Produktion Beteiligten gilt es, das Bewusstsein für die Wirkungs- und Systemzusammenhänge des „Systems Castingshow“ zu sensibilisieren. Ziel muss das fundierte Verständnis bei allen Beteiligten sein, was die Formate im Einzelnen erfolgreich macht und wie sich dies für alle Beteiligten auswirken kann. Sie brauchen die jungen und im Arbeitsleben sowie Mediensystem meist unerfahrenen KandidatInnen und können sicherlich diverse entlastende Komponenten finden, wie sie die emotionale und psychische Belastung des „Erlebnisses Castingshow-Teilnahme“ erleichtern und besser verarbeitbar gestalten können.

Jugendmedienschutz

Musik-Castingshows sind zurzeit vor allem Teil des kommerziellen Mediensystems. Die systemimmanente Aufgabe ist es, kommerziell erfolgreich zu sein, ohne dabei bestimmte rechtlich formulierte Grenzen zu überschreiten. Um dieses System zu sichern, sind die Formulierung dieser Grenzen und die Kontrolle ihrer Einhaltung notwendig. Die Thematisierung von Grenzüberschreitungen durch die KJM und die Auferlegung von Strafen ist – so zeigen die Ergebnisse dieser Studie – richtig und wichtig. Gleichzeitig hilft sie dem einzelnen Menschen, der hier ge-

³² Wie dies auch für ZuschauerInnen attraktiver Teil der Sendung werden kann, wurde in der ersten Staffel von *Popstars* gezeigt.

schädigt wurde, nur bedingt und lässt diverse andere, die eine Beschämung und Rufschädigung erfahren haben, als ungeahndet zurück. Insofern ist die Entscheidung, die Folgen von *DSDS* der FSF zur Vorprüfung vorzulegen, ein wichtiger Schritt. Ziel muss es sein, dass extreme Beschämung und Abwertungen gar nicht erst auf Sendung gehen. Insofern ist hier noch einmal eine besondere Sensibilisierung, auch der Prüfungsgremien bei FSF, sehr zu empfehlen.

Zudem wird die Jugendschutz-Prüfung empfohlen, inwieweit Castingshow-TeilnehmerInnen zwischen 16 und 21 Jahren besonderen Schutz und gesonderte Auflagen brauchen.

Förderung von Medienkompetenz

Kinder und Jugendliche (6 bis 17 Jahre) als FernsehzuschauerInnen gehen davon aus, dass es den Menschen, die an einer Castingshow teilnehmen, gut geht und es die größte Chance ihres Lebens ist. Insbesondere diejenigen, die Castingshows immer oder häufig sehen, halten Castingshows für dokumentarische Formate und erkennen nur selten die Typisierung der KandidatInnen und die Konstruiertheit der narrativen Zusammenhänge. Sie gehen davon aus, dass die TeilnehmerInnen in der Show gerecht behandelt werden und es ihnen hinterher besser geht als vorher. Genau das ist auch der Grund, warum die Hälfte von ihnen selber gerne einmal teilnehmen möchte (vgl. Götz, Bulla, Mendel 2013). Hier wird dringend Medienkompetenzförderung empfohlen, die das „System Castingshow“ durchschaubarer macht. Neben der Förderung von Schülerinnen und Schülern geht es aber auch um die Qualifizierung des öffentlichen Diskurses. Zum einen um Zusammenhänge zu verstehen und auch um den Eigenanteil an der Abwertung und der Häme gegenüber einigen KandidatInnen zu begreifen. Zum anderen geht es um die Sensibilisierung im Hinblick auf Qualität im Genre Castingshow. Mit dem Bewusstwerden der Problembereiche im Umgang mit den KandidatInnen und der Wertevermittlung durch Castingshows werden die qualitativ wertigeren Alternativen sichtbar, wie zum Beispiel in der Grundanlage von Formaten (*The Voice of Germany*), der Positionierung und Haltung einzelner JurorInnen (z. B. Sarah Connor) oder auch in Inszenierungsmustern (wie in Ansätzen in der Staffel 2013 *DSDS* erkennbar).

Selbstdefinition der Qualitätsstandards

Bereits die vorhandenen Formate von Castingshows zeigen, wie unterschiedlich mit einigen Krisenpotenzialen umgegangen werden kann. Qualität, respektvoller Umgang mit den KandidatInnen und kommerzieller Erfolg schließen sich nicht aus! Selbst Formate, die in der ersten Phase auf Bloßstellung und Abwertung von BewerberInnen gesetzt haben, wie beispielsweise *DSDS*, können zumindest etwas sozial verträglichere Inszenierungsformen finden, wie die Staffel 2013 zeigt. Insofern ist es vor allem auch eine Qualitätsdefinition innerhalb der Produktionsfirmen und Sender, die die Krisenpotenziale für alle Beteiligten besonders effizient reduzieren können. Hier gilt es neben supervisorischen Prozessen auch praktische Unterstützungen für die KandidatInnen zu erdenken. Ein/e psychologische/r BegleiterIn im Castingprozess wäre bei-

spielsweise so eine Stütze. Noch wichtiger wäre aber zum Beispiel die Unterstützung im Nachklang des Ereignisses. Qualität heißt in diesem Sinne die Übernahme von Verantwortung vor, während und zumindest auch eine gewisse Zeit nach dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“.

Das „System Castingshow“ und sein Publikum vor dem Fernseher nutzt und braucht junge Menschen als KandidatInnen. Es ist an der Zeit, dass auch und insbesondere für sie Verantwortung übernommen wird.

12 Literaturverzeichnis

Berger, Peter. L.; Luckmann, Thomas (1965): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.

Bild am Sonntag vom 02.03.2003: Sieger der „Superstars“ muss 13 Jahre seine Gage teilen. Von Dorothee Apel und Christian Schlommers.

Bild-Zeitung vom 19.04.2009: Dieter Bohlen schockiert DSDS-Fans.

URL: <http://www.bild.de/dsds/2009/dieter-bohlen/warum-nennt-er-annemarie-eine-bitch-8038596.bild.html> (letzter Zugriff am 01.03.2013)

Bild-Zeitung vom 18.01.2011: Die geheimen TV-Verträge. Von D. Cremer, S. Kürthy, S. Kuschel und J. Puthenpurackal.

URL: <http://www.bild.de/unterhaltung/tv/dschungelcamp/bei-dsds-popstars-dschungelcamp-gntm-bauer-sucht-frau-15532868.bild.html> (letzter Zugriff am 01.03.2013)

Bild-Zeitung vom 14.04.2011: Kandidat rechnet mit DSDS ab. URL:

<http://www.bild.de/dsds/2011/dsds/rechnet-mit-dsds-ab-17424596.bild.html> (letzter Zugriff am 01.03.2013)

Blankertz, Stefan; Doubrawa, Erhard (2005): Lexikon der Gestalttherapie. Wuppertal: Hammer Verlag.

BRAVO 10/2008: „Frag den Bohlen“, S. 10 ff.

BRAVO 43/2012: So krass wird die neue Staffel! Strenger, härter, the Voice of Germany. Von S. Wernicke, S. 66-67.

BRAVO 5/2013: DSDS Casting-Schnuckel Erwin Kintop: Harte Schale, weicher Kern. Von S. Wernicke, S. 14-15.

Bruin, Joost de; Zwaan, Koos (2012): Introduction: Adaption Idols. In: Zwaan, Koos; Bruin, Joost de (2012): Adapting Idols: Authenticity, Identity and Performance in a Global Television Format (Ashgate Popular and Folk Music Series). Farnham: Ashgate Publishing Limited, S. 1-11.

BZ-News aus Berlin online vom 06.05.2009: „Bohlen ist ein Arschloch.“

URL: <http://www.bz-berlin.de/kultur/fernsehen/bohlen-ist-ein-arschloch-article448255.html> (letzter Zugriff am 01.03.2013)

Carah, Nicholas (2012): Are you a musician? The rock ideology and the construction of authenticity on Australian Idol. In: Zwaan, Koos; Bruin, Joost de (2012): Adapting Idols: Authenticity, Identity and Performance in a Global Television Format (Ashgate Popular and Folk Music Series). Farnham: Ashgate Publishing Limited, S. 169-181.

Dauber, Heinrich (1997): Grundlagen humanistischer Pädagogik. Integrative Ansätze zwischen Therapie und Politik. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.

Der Spiegel vom 01.10.2012: Wie überlebt man eine Casting-Show, Herr Klaws?, S. 50.

Die Welt online vom 27.04.2009: Annemarie Eilfeld kann über DSDS hinauswachsen.

Von A. Hildebrandt.

URL: <http://www.welt.de/fernsehen/article3627018/Annemarie-Eilfeld-kann-ueber-DSDS-hinauswachsen.html> (letzter Zugriff am 01.03.2013)

Doubrawa, Erhard (2007): Die Seele berühren. Erzählte Gestalttherapie. Wuppertal: Peter Hammer Verlag.

Döveling, Katrin (2004): The commercialization of human feelings in new German popular television shows – emotions in the eye of public interest. Conference of the International Communication Association (ICA) 54, 2004, New Orleans, La. (Hrsg.); Onlinedokument.

Döveling, Katrin (2007): Superstar – Supershow? „Deutschland sucht den Superstar“ im Urteil der Zuschauer. In: Döveling, Katrin; Mikos, Lothar; Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Im Namen des Fernsehvolkes. Neue Formate für Orientierung und Bewertung, Konstanz (Alltag, Medien und Kultur 2), S. 179-210.

Frankfurter Rundschau vom 19.12.2011: Alles nur inszeniert. Von K. Wick.

URL: <http://www.fr-online.de/medien/reality-shows-alles-nur-inszeniert,1473342,11325654.html> (letzter Zugriff am 01.03.2013)

FRAPA (2009): The FRAPA Report 2009: TV Formats to the World.

URL: <http://www.frapa.org/services/frapa-report/> (letzter Zugriff am 01.03.2013)

Ganguly, Lauhona (2010): Participation and Social change: Indian Idol and Social Implications of Reality TV Shows in India. Conference Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Suntec City, Singapore.

Ghattas, Mary (2012): Superstar and Middle Eastern political identities. In: Zwaan, Koos; Bruin, Joost de (2012): Adapting Idols: Authenticity, Identity and Performance in a Global Television Format (Ashgate Popular and Folk Music Series). Farnham: Ashgate Publishing Limited, S. 123-135.

- Goldstein, Kurt (1934): Der Aufbau des Organismus. Einführung in die Biologie unter besonderer Berücksichtigung der Erfahrungen am kranken Menschen. Den Haag: Nijhoff.
- Gottberg, Joachim von (2012): „Mein oberstes Gebot ist gute Unterhaltung“ - „Deutschland sucht den Superstar“ aus Sicht der Produzentin. Joachim von Gottberg im Gespräch mit Ute Biernat. In: Hajok, Daniel; Selg, Olaf; Hackenberg, Achim (Hrsg.): Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen. Konstanz: UVK 2012, S. 33-42.
- Götz, Maya (2013): Der Gebrauchswert von Lieblingsfernsehfiguren. Die Quantifizierung des Nutzens als Teil von Qualitätsdiskussion. In: Götz, Maya (Hrsg.): Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. München: kopäd Verlag, S. 572-623.
- Götz, Maya; Bulla, Christine (2009): „Und niemals gegen Herrn Bohlen sprechen!“ Rezeptionsstudie zur Faszination der Castingshow DSDS. Unveröffentlichter Forschungsbericht. München: IZI.
- Götz, Maya; Bulla, Christine; Mendel, Caroline (2013): „Bestimmt ein tolles Erlebnis!“ Repräsentativbefragung von 6- bis 17-Jährigen zu ihren Vorstellungen vom „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“. Unveröffentlichter Forschungsbericht. München: IZI.
- Götz, Maya; Gather, Johanna (2010): Wer bleibt drin, wer fliegt raus? Was Kinder und Jugendliche aus Deutschland sucht den Superstar und Germany's Next Topmodel mitnehmen. In: *TelevIZion*, 23/2010/1, S. 52-59.
- Götz, Maya; Gather, Johanna (2012): Die Faszination „Castingshow“ – Warum Kinder und Jugendliche Castingshows sehen. In: Hajok, Daniel; Selg, Olaf; Hackenberg, Achim (Hrsg.) (2012): Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen. Konstanz: UVK 2012, S. 87-101.
- Götz, Maya; Gather, Johanna (2013): Von Catwalk bis Fotoshooting. Die Faszination Germany's Next Topmodel. In: Götz, Maya (Hrsg.): Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. München: kopäd Verlag, S. 475-533.
- Gräßler, Lars; Riffi, Aycha (2012): „The (Casting-)Show Must Go On...“. Ein Fernsehformat in der Diskussion. In: Hajok, Daniel; Selg, Olaf; Hackenberg, Achim (Hrsg.): Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen. Konstanz: UVK, S. 17-31.
- Hackenberg, Achim; Hajok, Daniel; Selg, Olaf (2011): „Ohne Fleiß keinen Preis“. Castingshows als Orientierungsangebot für erfolgreiches Handeln. In: *Medien und Erziehung*, 55/2011/4, S. 46-52.

- Hackenberg, Achim; Hajok, Daniel (2012): Orientierung auf Augenhöhe? Der Blick junger Zuschauer auf die Castingshow-Kandidaten. In: Hajok, Daniel; Selg, Olaf; Hackenberg, Achim (2012): Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen. Konstanz: UVK 2012, S. 115-130.
- Hajok, Daniel; Selg, Olaf (2012): Bohlens Sprüche, Klums Tipps – Der Umgang Heranwachsender mit Castingshow-Jurys. In: Hajok, Daniel; Selg, Olaf; Hackenberg, Achim (Hrsg.) (2012): Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen. Konstanz: UVK 2012, S. 101-114.
- Hall, Stuart (1986): Encoding/Decoding. In: Hall, Stuart; Lowe, Andre; Willis, Paul (Hrsg.): Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972-79. London: Hutchinson, S. 128-138.
- Handelsblatt vom 22.12.2011: RTL knebelt „Supertalent“-Kandidaten. Von S. Dörner und C. A. Hardt.
 URL: <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/das-supertalent-die-dunklen-seiten-der-rtl-glitzer-show/5984966.html> (letzter Zugriff am 01.03.2013)
- Holmes, Su (2009): Television Talent Shows. “Thank You, Voters”: Approaching the Audience for Music and Television in the Reality-Pop Phenomenon. In: Harper, Graeme (Hrsg.): Sound and Music in Film and Visual Media. A Critical Overview. Continuum, S. 388-405.
- Hutterer, Robert (1998): Das Paradigma der Humanistischen Psychologie: Entwicklung, Ideengeschichte und Produktivität. Wien: Springer.
- Ivkic, Monika (2009): Lasst euch vom Bohlen nicht verkohlen: Tipps und Tricks für Superstars (und alle, die es werden wollen). Höfen: Edition Koch.
- Jensen, Pia M. (2012): How media system rather than culture determines national variation: Danish Idols and Australian Idols compared. In: Zwaan, Koos; Bruin, Joost de (2012): Adapting Idols: Authenticity, Identity and Performance in a Global Television Format (Ashgate Popular and Folk Music Series). Farnham: Ashgate Publishing Limited, S. 27-41.
- Kelle, Udo; Kluge, Susann (1999): Vom Einzelfall zum Typus. Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung. Opladen: Leske + Budrich.
- Keppler, A. (1994): Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung. Frankfurt am Main: Fischer.

- Kesici, Martin; Grimm, Markus; Berger, Patrick S. (2009): *Sex, Drugs & Castingshows: Die Wahrheit über DSDS, Popstars & Co.* München: riva Verlag.
- KJM 05/2008. Pressemitteilung vom 19.02.2008. 100.000 Euro Bußgeld für „Deutschland sucht den Superstar“: KJM stellt erneut Jugendschutz-Verstöße fest. URL: http://www.kjm-online.de/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen/pressemitteilungen_2008/pm_052008.cfm (letzter Zugriff am 01.03.2013)
- KJM 15/2008. Pressemitteilung vom 22.09.2008. Nach Bußgeldverfahren der KJM wegen DSDS: RTL sagt zu, künftige Casting-Folgen der FSF vorzulegen. URL: http://www.kjm-online.de/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen/pressemitteilungen_2008/pm_152008.cfm (letzter Zugriff am 01.03.2013)
- KJM 03/2010. Pressemitteilung vom 21.01.2010. KJM: „Deutschland sucht den Superstar“ verstößt erneut gegen Jugendschutzbestimmungen. URL: http://www.kjm-online.de/de/pub/aktuelles/pressemitteilungen/pressemitteilungen_2010/pm_032010.cfm (letzter Zugriff am 01.03.2013)
- Kourtova, Plamena (2012): The power of imitation in Music Idol: Popular Music and cultural agency in post-socialist Bulgaria. In: Zwaan, Koos; Bruin, Joost de (2012): *Adapting Idols: Authenticity, Identity and Performance in a Global Television Format* (Ashgate Popular and Folk Music Series). Farnham: Ashgate Publishing Limited, S. 97-111.
- Kraidy, Marwan M. (2006): Die Politisierung des Unterhaltungsfernsehens in der arabischen Welt. In: *TelevIZION*, 19/2006/2, S. 27-29.
- Kurotschka, Mara (2007): Verschwimmende Grenzen von Realität und Fiktion. Eine Analyse von „Deutschland sucht den Superstar“. In: Döveling, Katrin; Mikos, Lothar; Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): *Im Namen des Fernsehvolkes. Neue Formate für Orientierung und Bewertung.* Konstanz: UVK Verl.-Ges., S. 117-153.
- Lexikon der Psychologie: In fünf Bänden, Bd. 2 F-L., (2001); Heidelberg, Berlin: Spektrum Akademischer Verlag.
- Lothwesen, Kai; Müllensiefen, Daniel (2004): What Makes the Difference? Pop Music Stars and TV Talent Show Contestants in Adolescents' Judgements. URL: <http://iipc.utu.fi/reconsidered/Lothwesen.pdf> (letzter Zugriff am 01.03.2013)

- Lünenborg, Margreth; Martens, Dirk; Köhler, Tobias; Töpfer, Claudia (2011): Skandalisierung im Fernsehen: Strategien, Erscheinungsformen und Rezeption von Reality-TV-Formaten. Berlin: Vistas.
- Lünenborg, Margreth; Töpfer, Claudia (2012): Das System Castingshow. In: *TelevIZion*, 25/2012/1, S. 44-47.
- Mead, Georg H. (1973): *Geist, Identität und Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Mikos, Lothar; Feise, Patricia; Herzog, Katja; Prommer, Elisabeth (2000): *Im Auge der Kamera – Das Fernsehereignis Big Brother*. Berlin: Vistas.
- Neiger, Motti (2012): Cultural Oxymora: The Israeli Idol Negotiates Meanings and Readings. In: *Television and New Media*. 13/2012/6, S. 535-550.
- Nitsch, Cordula; Eilders, Christiane; Boger, Luisa (2011): Berufswunsch: Model oder Popstar. Eine Kultivierungsstudie zur Nutzung von Castingshows durch Jugendliche. In: *Medien und Erziehung*, 55/2011/5, S. 43-50.
- Pallasch, Waldemar (1990): *Pädagogisches Gesprächstraining. Lern- und Trainingsprogramm zur Vermittlung therapeutischer Gesprächs- und Vermittlungskompetenz*. Weinheim und München: Juventa.
- Pallasch, Waldemar (1991): *Supervision. Neue Formen beruflicher Praxisbegleitung in pädagogischen Arbeitsfeldern*. Weinheim und München: Juventa.
- Polster, Erving; Polster, Miriam (2009): *Gestalttherapie. Theorie und Praxis der integrativen Gestalttherapie*. Wuppertal: Peter Hammer Verlag.
- Quitmann, Helmut (1996): *Humanistische Psychologie*. Göttingen: Hogrefe Verlag GmbH + Company.
- Rautiainen-Keskustalo, Tarja (2009): Pop-Idol: Global Economy – Local Meaning. In: Scott, Derek, B. (Hrsg.): *The Ashgate Research Companion to Popular Musicology*. Farnham: Ashgate, S. 485-97.
- Reijnders, Stijn L. (2006): *Holland op de Helling: Televisieamusement, Volkscultuur en Ritueel Vermaak (Television Entertainment, Folk Culture and Ritual Pleasure)*. Alphen aan de Maas: Veerhuis.

Reijnders, Stijn L.; Rooijackers, Gerard; Zoonen, Liesbet van (2007): Community spirit and competition in Idols. Ritual meanings of a TV talent quest. In: *European journal of communication*, 22/2007/3, S. 275-292.

Rheinische Post online vom 26.03.2012: Ex-„DSDS“ Kandidaten erheben Vorwürfe: Mit Märchenstunde zum Quotenhoch? Von O. Becker. URL: <http://www.rp-online.de/gesellschaft/fernsehen/dsds/mit-maerchenstunde-zum-quotenhoch-1.2768219> (letzter Zugriff am 01.03.2013)

Rogers, Carl R. (1985). *Die Entwicklung der Persönlichkeit: Psychotherapie aus der Sicht eines Therapeuten*. Stuttgart: Klett-Cotta.

Roth, Caroline (2006): Medienbilder – Selbstbilder. Wie Jugendliche über die Castingshow „Starmania“ Identität konstruieren. In: *Medienimpulse*, 14/2006/56, S. 46-50.

Roth-Ebner, Caroline (2009): (Selbst-)Entblößung in der Castingshow. Was macht das Publikum? In: *Medien und Erziehung*, 53/2009/2, S. 36-42.

Schütz, Alfred (1974): *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Eine Einleitung in die verstehende Soziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Schwarz, Claudia (2007): „Der ist der Fescheste“. Identitäts- und Geschlechtskonstruktion in der Aneignung der österreichischen Castingshow „Starmania“. In: Döveling, Katrin; Mikos, Lothar; Nieland, Jörg-Uwe (2007): *Im Namen des Fernsehvolkes*. Konstanz: UVK Verl.-Ges., S. 155-177.

Singh, Sukhpreet; Kretschmer, Martin (2012): Strategic behaviour in the international exploitation of TV formats: A case study of the Idols format. In: Zwaan, Koos; Bruin, Joost de (2012): *Adapting Idols: Authenticity, Identity and Performance in a Global Television Format (Ashgate Popular and Folk Music Series)*. Farnham: Ashgate Publishing Limited, S. 11-27.

Spiegel online vom 30.01.2007: „Deutschland sucht den Superstar“. Rausgeflogener Kandidat plaudert RTL-Tricks aus. Von J. Jüttner. URL: <http://www.spiegel.de/panorama/deutschland-sucht-den-superstar-rausgeflogener-kandidat-plaudert-rtl-tricks-aus-a-463118.html> (letzter Zugriff am 01.03.2013)

Spiegel online vom 15.12.2012: „Ich musste mich übergeben vor Scham“. Interview mit Ex-„The Voice“-Kandidat Jesper. Von H. Pilarczyk. URL: <http://www.spiegel.de/kultur/tv/voice-of-germany-kandidat-jesper-juergens-kritik-per-youtube-video-a-873061.html> (letzter Zugriff am 01.03.2013)

Štětka, Václav (2012): An Idol against his will? Ethnicity and cultural inclusion in Czech Search for a Superstar. In: Zwaan, Koos; Bruin, Joost de (2012): *Adapting Idols: Authenticity, Identity and Performance in a Global Television Format* (Ashgate Popular and Folk Music Series). Farnham: Ashgate Publishing Limited, S. 83-97.

Tay, Jinna (2012): The search for an Asian Idol: The performance of regional identity in reality television. In: Zwaan, Koos; Bruin, Joost de (2012): *Adapting Idols: Authenticity, Identity and Performance in a Global Television Format* (Ashgate Popular and Folk Music Series). Farnham: Ashgate Publishing Limited, S. 55-69.

Ytreberg, Espen (2008): Extended Liveness and Eventfulness in Multiplatform Reality Formats, Conference Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Montreal, Quebec, Canada. URL: <http://convergencenow.wikispaces.com/file/view/Extended%C2%A0liveness%C2%A0and%C2%A0eventfulness.pdf> (letzter Zugriff am 01.03.2013)

Castingshow-Verträge, Bewerbungsbögen und Teilnahmebedingungen

X Factor: Bewerbungsbogen

URL: http://data.rtl.de/bewerbung_xfactor/x_factor_2012_teilnahmebedingungen.pdf
(letzter Zugriff am 28.01.2013)

The Voice of Germany: Teilnahmebedingungen

URL: http://www.prosieben.de/static/download/the_voice/Teilnahmebedingungen.pdf
(letzter Zugriff am 25.01.2013)

DSDS: Teilnahmevereinbarungen

URL: http://data.rtl.de/fotowettbewerb/dsds8_video/pdf/dsds8_teilnahmevereinbarungen.pdf
(letzter Zugriff am 25.01.2013)

DSDS: Die Regeln

URL: http://bilder.rtl.de/download/musik/DSDS_Die_Regeln.pdf
(letzter Zugriff am 25.01.2013)

Weitere Links zu den einzelnen Formaten und KandidatInnen

Homepage von Freemantle Media

URL: http://www.freemantlemedia.com/Production/Our_Brands/Idols.aspx
(letzter Zugriff am 29.01.2013)

Wikipedia über *DSDS*

URL: http://de.wikipedia.org/wiki/DSDS#Erste_Staffel_.282002.E2.80.932003.29
(letzter Zugriff am 15.01.2013)

Homepage von Behnam Moghaddam

URL: <http://www.behnammoghaddam.com/>
(letzter Zugriff am 22.02.2013)

13 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Castingshow-TeilnehmerInnen nach Geschlecht und kategorisiertem Alter zum Zeitpunkt der Befragung	36
Abbildung 2: Verteilung der KandidatInnen auf die Castingshows	37
Abbildung 3: Verteilung der TeilnehmerInnen auf die Castingshows nach Geschlecht (absolute Zahlen)	38
Abbildung 4: Musikalische Vorerfahrung der KandidatInnen	39
Abbildung 5: Musikalische Vorerfahrung der KandidatInnen nach Professionalität	39
Abbildung 6: Musikalische Vorerfahrung der KandidatInnen nach Alter	41
Abbildung 7: Musikalische Vorerfahrung der KandidatInnen nach Castingshow	41
Abbildung 8: Erfolg der KandidatInnen bei der Castingshow zusammengefasst	42
Abbildung 9: Erfolg der KandidatInnen nach Geschlecht	43
Abbildung 10: Erfolg der KandidatInnen nach Vorerfahrung	43
Abbildung 11: „Bitte beschreiben Sie, wie Sie Ihre Teilnahme als KandidatIn einer Musik-Castingshow erlebt und empfunden haben?“ nach Geschlecht	62
Abbildung 12: „Bitte beschreiben Sie, wie Sie Ihre Teilnahme als KandidatIn einer Musik-Castingshow erlebt und empfunden haben?“ nach Erfolg	62
Abbildung 13: „Ich bin stolz auf meine Teilnahme“	63
Abbildung 14: „Die Teilnahme an der Castingshow war eine tolle Erfahrung“	64
Abbildung 15: „Die Teilnahme an der Castingshow war eine tolle Erfahrung“ nach Geschlecht	64
Abbildung 16: „Ich fühlte mich vom Produktionsteam gut betreut“	65
Abbildung 17: „Ich bin als KandidatIn respektvoll behandelt worden“ nach Geschlecht	66
Abbildung 18: „Ich bin als KandidatIn respektvoll behandelt worden“ nach Show	66
Abbildung 19: „Ich wurde von der Jury in fairer Weise beurteilt“	67
Abbildung 20: „Ich wurde von der Jury in fairer Weise beurteilt“ nach Show	68
Abbildung 21: „Ich würde jederzeit wieder an einer Castingshow teilnehmen“	68
Abbildung 22: „Ich würde jederzeit wieder an einer Castingshow teilnehmen“ nach Erfolg	69
Abbildung 23: „Ich würde jederzeit wieder an einer Castingshow teilnehmen“ nach Alter	70
Abbildung 24: „Ich würde jederzeit wieder an einer Castingshow teilnehmen“ nach Show	70
Abbildung 25: Einschätzung der Shows durch die KandidatInnen	71
Abbildung 26: „Ich empfinde meinen Fernsehauftritt im Nachhinein als peinlich“	75
Abbildung 27: „Ich empfinde meinen Fernsehauftritt im Nachhinein als peinlich“ nach Erfolg	75
Abbildung 28: „Ich empfinde meinen Fernsehauftritt im Nachhinein als peinlich“ nach Show	76
Abbildung 29: „Ich bin stolz auf meinen Fernsehauftritt“	77
Abbildung 30: „Ich bin stolz auf meinen Fernsehauftritt“ nach Geschlecht	77

Abbildung 31: „Ich bin stolz auf meinen Fernsehauftritt“ nach Erfolg	78
Abbildung 32: Beurteilung durch das private Umfeld	84
Abbildung 33: Beurteilung durch das Umfeld nach Erfolg	84
Abbildung 34: Beurteilung durch das Umfeld nach Show	85
Abbildung 35: „Ich wurde oft auf meinen Auftritt angesprochen“	86
Abbildung 36: „Ich genieße die Aufmerksamkeit, die ich durch die Teilnahme von meinem privaten Umfeld bekommen habe“	87
Abbildung 37: Behnam Moghaddam, <i>The Voice of Germany</i> , Sat.1, 27.01.2012, Screenshot	104
Abbildung 38: Fieberkurve Behnam Moghaddam	106
Abbildung 39: Jonathan Enns, <i>DSDS</i> , Videoporträt, RTL, 25.02.2007, Screenshot	108
Abbildung 40: Fieberkurve Jonathan Enns	110
Abbildung 41: Fieberkurve Lena	113
Abbildung 42: Annemarie Eilfeld, <i>DSDS</i> , RTL, 25.04.2009, Screenshot	118
Abbildung 43: Fieberkurve Annemarie Eilfeld	119
Abbildung 44: Fieberkurve „Soraya“	122
Abbildung 45: Fieberkurve „Andia“	125
Abbildung 46: Fieberkurve „Sina“	127
Abbildung 47: Fieberkurve „Anna“	132
Abbildung 48: Sieben Typen der Bedeutung des „Erlebnisses Castingshowteilnahme“ für das Selbst – von eher positiver bis eher negativer Inszenierung	134
Abbildung 49: Übersicht Musik-Castingshows	157

14 Autorinnen

Maya Götz, Dr. phil., ist Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) und Geschäftsführerin der Gesellschaft zur Förderung des Jugend- und Bildungsfernsehens e. V. Studium an der PH Kiel – Lehramt an Grund- und Hauptschulen und Magistra der Pädagogik. Sie promovierte 1998 an der Gesamthochschule Kassel mit der Dissertation „Mädchen und Fernsehen“.

Ihr Hauptarbeitsfeld ist die Forschung im Bereich „Kinder/Jugendliche und Fernsehen“. Sie leitete empirische Studien u. a. zu den Teletubbies, Daily Soaps, Kinderfantasie und Fernsehen, Journalismus mit Jugendlichen für Jugendliche, Fernsehfiguren und die Lebensbewältigung von Kindern. Daneben arbeitet und veröffentlicht sie im Themenbereich geschlechterspezifische Rezeptionsforschung. Sie ist leitende Redakteurin der Fachzeitschrift „TelevIZion“.

Christine Bulla, Dipl.-Soz., studierte Soziologie an der LMU München mit den Schwerpunkten Familien- und Kultursoziologie. Sie forscht seit 2004 als freie Mitarbeiterin für das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) im Bereich Kinder- und Jugendfernsehen. Des Weiteren ist sie seit 2008 für verschiedene Online-Redaktionen (z. B. DasErste.de) tätig und betreut als Jugendbildungsreferentin beim Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft e. V. die „Mädchen für Technik-Camps“.

Caroline Mendel, M. A., studierte Soziologie, Psychologie und europäische Ethnologie an der Universität Augsburg. Seit 2012 ist sie im internationalen Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) als freie Mitarbeiterin tätig. Des Weiteren ist sie seit 2012 wissenschaftliche Mitarbeiterin im Institut für Sozialplanung, Jugend- und Altenhilfe, Gesundheitsforschung und Statistik. Ihr Arbeitsschwerpunkt ist dabei die Jugendforschung, darunter Jugendhilfeplanung sowie Bedarfsermittlungen im Rahmen des BayKiBiG.

15 Anhang

Kurzer Überblick über verschiedene Musik-Castingshow-Formate³³

Format	Beginn	Sender	Anzahl Jury- mitglieder	Gesucht wird
DSDS	2002	RTL	3 oder 4	EinzelkünstlerIn
POPSTARS	2000	RTL2/ Pro7	4 (seit 2012), davor 3	Band
X Factor	2010	RTL/ Vox	4 (seit 2012), davor 3	EinzelkünstlerIn, Duett, Band
Unser Star für ...	2010	Pro7/ ARD	3	EinzelkünstlerIn
The Voice of Germany	2011	Pro7/ Sat.1	4	EinzelkünstlerIn
Star Search	2003 bis 2004	Sat.1	4	Music Act von 10 bis 15 Jahren, Model, Comedian, Music Act ab 16 Jahren
Das Supertalent	2007	RTL	3	

Abbildung 49: Übersicht Musik-Castingshows

³³ Neben Musik-Castingshows gibt es diverse andere Formate, die ebenfalls dem Genre Castingshow zuzuordnen sind. Zu den bekanntesten zählt *Germanys Next Top Model* by Heidi Klum oder *Das perfekte Model*. Im Kinderfernsehen wird mit *Dein Song* eine spezifische Form einer Castingshow angeboten, die sich ebenfalls um Musik dreht. Ausgewählt wird der oder die beste SongwriterIn des Jahres unter 18 Jahren. Dafür werden aus diversen Einreichungen einige ausgewählt, diese werden von professionellen MusikerInnen betreut und produzieren dann ihr selbstgeschriebenes Lied im Studio und ein Musikvideo. Am Ende gibt es eine große Show, bei der per Telefonvoting die/der beste KandidatIn ausgewählt wird. Da es um die Auswahl zur Produktion des eigenen Songs geht, der dann in einer Liveshow aufgeführt wird, und die Wahl zum Gewinner letztendlich eher den kleineren Teil der Aufmerksamkeit bekommt, wird dieses Format nicht zu den Musik-Castingshows gezählt.

DSDS

- Läuft seit 2002 auf RTL
- Es wird ein/e SängerIn gesucht
- Eine mehrköpfige Jury entscheidet über das Weiterkommen, zusätzlich werden die ZuschauerInnen per Televoting miteingebunden
- Aushängeschild der Show ist der Produzent, Komponist und Sänger Dieter Bohlen, welcher die KandidatInnen auf grenzwertige Art und Weise bewertet
- Nach einem Casting folgen Recalls, die besten TeilnehmerInnen kommen dann in die Mottoshows, die live ausgestrahlt werden
- Nach den Qualifikationsrunden können die ZuschauerInnen per Televoting für die KandidatInnen abstimmen

Popstars

- Läuft seit 2000 auf RTL2/Pro7
- Es werden mehrköpfige (gemischte) Bands gesucht
- Eine mehrköpfige Jury entscheidet über das Weiterkommen
- Aushängeschild ist der Choreograf und Coach Detlef „D!“ Soost
- Nach einem Casting folgen Recalls, die besten kommen dann in die Workshops, es folgen Live-Shows
- Die ZuschauerInnen können nur teilweise per Televoting mit abstimmen

X Factor

- Läuft seit 2010 auf RTL/VOX
- 2010/11 drei Jurymitglieder, seit 2012 vier Jurymitglieder
- Es werden Solokünstler, Duette und Gesangsgruppen und seit 2012 auch Bands gesucht
- Bewerber werden in drei bzw. vier Kategorien (16 bis 24, ab 25, Gruppen und Duette, Bands) eingeteilt, die jeweils von einem Jurymitglied als MentorIn betreut werden
- Nach dem „Casting“ folgen „Bootcamp“, „Juryhaus“ und „Liveshow“
- Bis zum dritten Platz entscheidet die Jury, wer weiterkommt, ab dem 3. Platz können die ZuschauerInnen per Televoting abstimmen

Unser Star für ...

- Läuft seit 2010 auf Pro7 und Das Erste (ARD)
- GewinnerIn darf beim Eurovision Song Contest Deutschland vertreten
- Es wird ein/e SängerIn gesucht
- KandidatInnen können sich in einer „Castingbox“ bei ProSieben und bei Veranstaltungen diverser Radiosender bewerben

- Eine mehrköpfige Jury entscheidet über das Weiterkommen
- Aushängeschild ist der TV Total-Moderator Stefan Raab
- Nach Vorauswahl von 20 KandidatInnen durch Jury folgen acht Fernsehsendungen, in denen ausschließlich die FernsehzuschauerInnen per Televoting über das Weiterkommen der KandidatInnen entscheiden

The Voice of Germany

- Läuft seit 2011 auf Pro7 und Sat.1
- In der ersten Phase erfolgen die „Blind Auditions“, bei denen die Jurymitglieder die KandidatInnen nur hören und nicht sehen können; dreht sich eines der vier Jurymitglieder um, um die/den KandidatIn zu sehen, so stimmt sie/er für sie/ihn und die Kandidatin/der Kandidat wird eine/r der 16 KandidatInnen des Jurymitglieds
- In der „Battle Round“ singen zwei KandidatInnen desselben Jurymitglieds ein Duett, nach dem nur eine/r der beiden nach Entscheidung des Coaches weiterkommt
- Nach den Battles wählt der Coach sechs der acht KandidatInnen für die nächste Runde aus
- In den Liveshows werden die KandidatInnen von Coaches und FernsehzuschauerInnen bewertet, die/den SiegerIn bestimmen die FernsehzuschauerInnen

Star Search

- Lief von 2003 bis 2004 auf Sat.1
- Vier Jurymitglieder
- Es werden jeweils Music Acts von 10 bis 15 Jahren, Models, Comedians und Music Acts ab 16 Jahren gesucht

Das Supertalent

- Läuft seit 2007 auf RTL
- Es wird ein/e TeilnehmerIn mit einem besonderen Talent gesucht
- Bis zum Halbfinale entscheidet eine mehrköpfige Jury über das Weiterkommen, ab dem Halbfinale werden die ZuschauerInnen per Televoting mit eingebunden
- Aushängeschild der Show ist der Produzent, Komponist und Sänger Dieter Bohlen, welcher die KandidatInnen auf grenzwertige Art und Weise bewertet



Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)
Zollhof 2
40221 Düsseldorf
Postfach 10 34 43
40025 Düsseldorf

Telefon

> **02 11 / 7 70 07 - 0**

Telefax

> **02 11 / 72 71 70**

E-Mail

> **info@lfm-nrw.de**

Internet

> **http://www.lfm-nrw.de**

ISBN 978-3-940929-28-0