



Die Landschaft der Castingshows



- 2/3 der Jugendlichen (64%) sehen regelmäßig Castingshows
- Die Mehrheit sieht mindestens 2 der drei großen Showsendungen



Hajok/Selg: Castingshows im Urteil Ihrer NutzerInnen. Erste Ergebnisse einer Online-Befragung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. In: tv diskurs 51/2010.

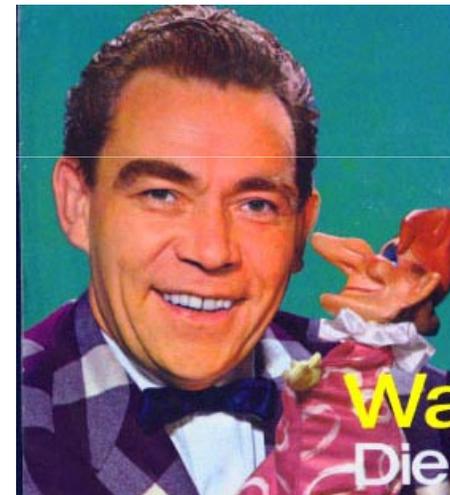


Themen

- Talentshows in der deutschen Fernsehgeschichte
- Definition von Castingshow
- aktuelle Castingshows im Fernsehen
- Genreverortung und Aufbau beliebter Castingshows
- Wie werden Castingshows rezipiert?
- Körper- und Genderbilder
- Castingshows unter Jugendmedienschutzaspekten

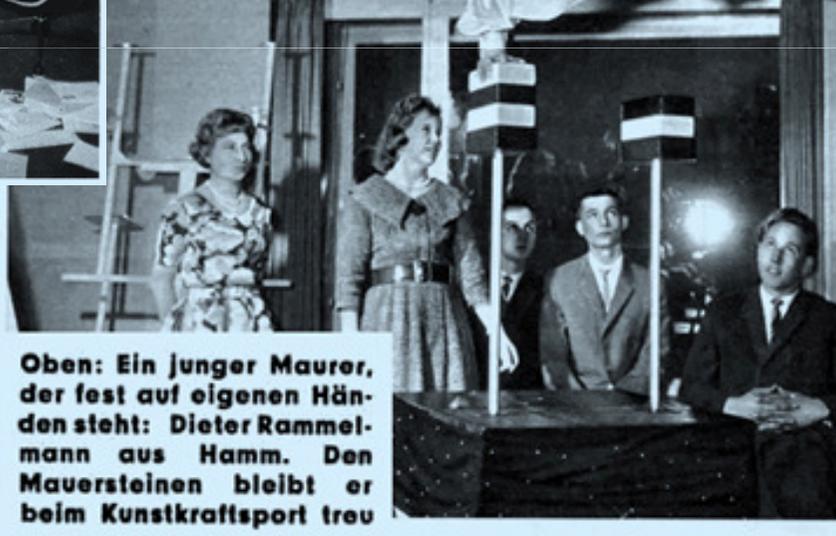
Erste deutsche Talentshows

- 1957-1961:
Toi toi toi – der erste Schritt
ins Rampenlicht (ARD)
- 1963-1966; 1972-1974: Und
Ihr Steckenpferd? (ZDF)
- 1964-1970:
Wer will der kann



WER WILL,
DER KANN

Toi, toi, toi – der erste Schritt ins Rampenlicht (1957-1961)



Oben: Ein junger Maurer, der fest auf eigenen Händen steht: Dieter Rammelmann aus Hamm. Den Mauersteinen bleibt er beim Kunstkraftsport treu



Die Landschaft der Castingshows – Claudia Mikat

Talentschuppen

- 1966 – 1973
Dieter Pröttel
- 1974 – 1980
Bill Ramsey
- 1982 – 1984
Dieter Pröttel



Die Landschaft der Castingshows – Claudia Mikat



Talentschuppen-Entdeckungen



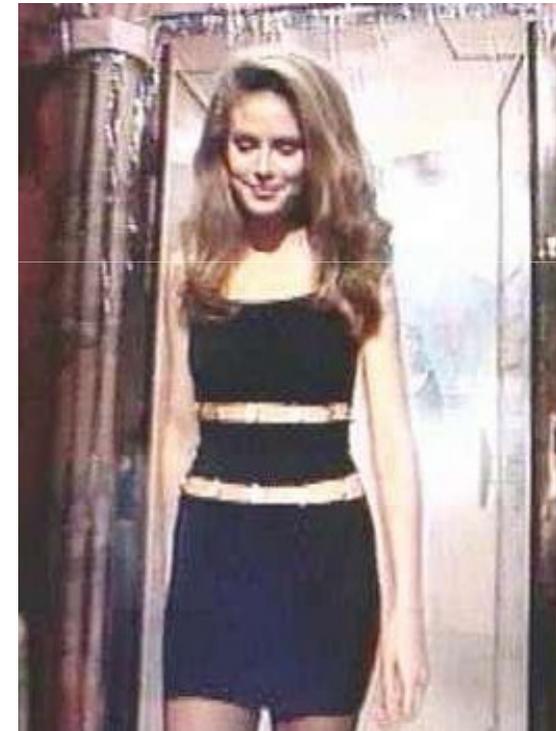
Die Landschaft der Castingshows – Claudia Mikat

Die Gong-Show

- 1981:
Paul Kuhn (NDR)
- 1992-1993:
Götz Alsmann (RTL)
- 2003:
Marco Ströhlein
(SAT.1)



Gottschalk Late Night: Model '92





Definition

- Casting (engl. angeln, besetzen)
Castingshow: Inszenierung des Castings als Show, Veröffentlichung und zeitliche Dehnung des Selektionsprozesses
 - Massencastings
 - Vorführung von Fähigkeiten vor einer Jury
 - Vorauswahl durch Jury
 - Dezimierung der Teilnehmerzahl in mehreren Runden
 - Zuschauerbeteiligung, Televoting
- Verschränkung mit Comedy- und zunehmend Soap-Elementen

Wettbewerbsinhalte

Allgemeine Talentwettbewerbe

- Starsearch SAT.1
(2003)
- Das Supertalent, RTL
(2007)
- Germanys Next
Showstars, ProSieben
(2009)



Star Search (USA 1983; D 2003)

- „Star Search“ (USA 1983 – 1995) als 1. interaktives Castingshowformat,
- bindet den Zuschauer über televoting mit in den Selektionsprozess ein,
- ermöglicht damit neue Finanzierungsstrategien
- Wird 2003 von Sat 1 adaptiert und ausgestrahlt,
- Besonderheiten: Duellcharakter, Einteilung in Kategorien



Wettbewerbsinhalte

Gesangswettbewerbe, u.a.

- Popstars, RTL 2 (2001)
- DSDS (Pop Idol), RTL (2002)
- Teenstar, RTL2 (2002)
- Fame Academy – Dein Weg zum Ruhm RTL2 (2003)
- Die deutsche Stimme ZDF (2003)
- SSDSGPS ProSieben (2004)
- Beste Stimme! KiKa (2006)
- SSDSDSSWEMUGABRTLAD, ProSieben (2008)
- Musical Showstar, ZDF (2008)
- Ich Tarzan, Du Jane SAT.1 (2008)
- KiKa – Dein Song (2009)

Popstars: NZ 1998/D 2000

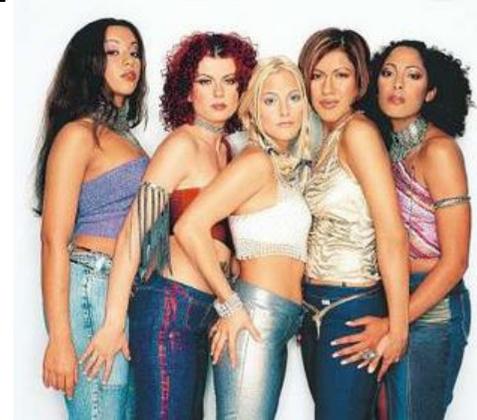
- Mischung aus Reality-TV und Doku-Soap
- keine Einzelleistung sondern Zusammenstellung von gemischten Popbands, Girl- und Boygroups
- Verkauf der Formatlizenz in 45 Länder
- Besonderheit: intensives Coaching, überwiegend Juryentscheidungen



Popstars-Gewinner



Some & Any 2009



No Angels 2001



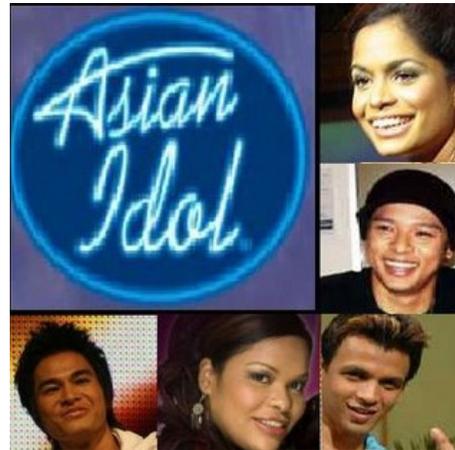
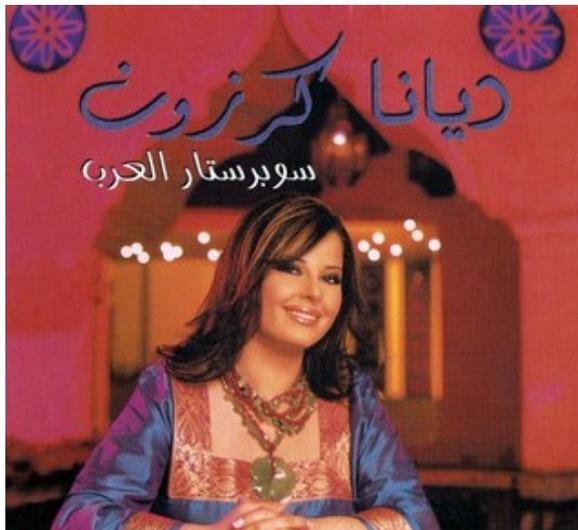
Bro`Sis 2002



Overground 2003

Pop Idols (DSDS); GB 2000/D 2002

- „Pop Idols“ (GB 2000, Simon Fuller) wird zur globalen Marke
- Verkauf der Formatlizenz in bislang 42 Länder
- Formatfernsehen: Konzept, Dramaturgie und Erscheinungsbild
- Crossmediale Vermarktung



Inszenierungsstrategien

„Popstars, das sind nichts als Marken, die man bis zum letzten ausnehmen muss“ (Simon Fuller)



Personalisierung

Intimisierung



Stereotypisierung



Emotionalisierung



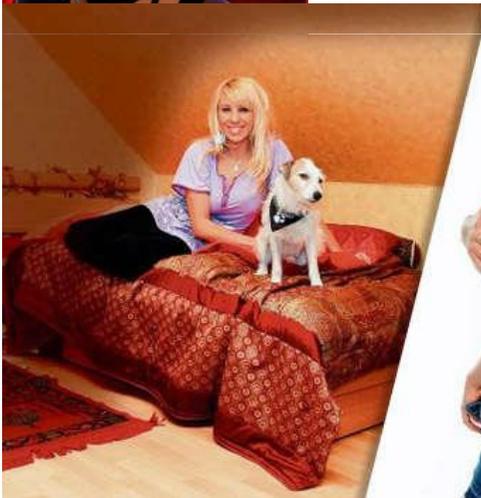
Dramatisierung

Crossmediale Vermarktung



„So sexy war DSDS noch nie.“

Annemarie Eilfeld:
*„Mein Körper ist noch
besser als meine
Stimme!“*



DSDS-Kandidatin Steffi Landerer:
„Ich bin die neue Annemarie!“



*„So brav ist Bohlens böses
Mädchen wirklich.“*

Crossmediale Vermarktung



Sarah Kreuz beim Kartenlegen: Sie ist „Die Sonne“

„Sarah Kreuz will keine Stripperin werden“



„Liebes-Aus wegen DSDS“



„Ein Vorbild für alle jungen Sinti“



Die Landschaft der Castingshows – Claudia Mikat



Castingshow meets Soap

Soap-Dramaturgie der Castingshows

- narrative Struktur, ineinander verwobene Handlungsstränge
- KandidatInnen als Serienfiguren: Biografien, Skandale, Alltag
- Einfache Zuschreibungen sorgen für Wiedererkennbarkeit und Unterscheidbarkeit



DSDS und Jugendschutzaspekte



FSF-Richtlinien zu Castingshows

- Risikopotenzial: die befürwortende Präsentation eines acht- und respektlosen Umgangs mit schwachen Menschen
- Herabwürdigung von Kandidaten als Person
- das Äußere als Gegenstand von Beleidigungen, Häme oder Spott
- gegenseitige Verstärkung der verschiedenen Bewertungssysteme
- Gesamteindruck: es ist normal, lustig und legitim, sich über das Aussehen, das Anderssein oder die Schwächen von Menschen lustig zu machen oder sie aufgrund ihrer äußeren Auffälligkeiten zu beleidigen oder abzuwerten

Wettbewerbsinhalte

Modelwettbewerbe

- Germany's next Topmodel, GNTM, ProSieben (2007)



Wettbewerbsinhalte

Tanzwettbewerbe

- DanceStar VIVA (2005)
- You can dance SAT.1 (2007)



Die Landschaft der Castingshows – Claudia Mikat

Wettbewerbsinhalte

Schauspielwettbewerbe

- Bully sucht die starken Männer (2008)
- Mission Hollywood (2009)
- Scream Queen MTV (2009)





Entstehung und Genreverortung

- Vom Talentwettbewerb zur Realityshow
- „Performatives Realitätsfernsehen“ (Angela Keppler)
- Verschränkung von Fernseh- und Alltagswirklichkeit, von Inszenierung und Authentischem = wesentlicher Sehanreiz
- Castingshows vermitteln Prominenz nicht länger nur, sondern sie stellen sie aktiv her
- Große Castingshows sind TV-Events

Castings als TV-Events

DSDS 7. Staffel (2010), Folge 1:

Zuschauer gesamt: 7,42 Mio, 21 % MA

Zuschauer 14-49: 5,07 Mio, 35 % MA

DSDS 7. Staffel (2010), Folge 2:

Zuschauer gesamt: 6,93 Mio, 20,3 % MA

Zuschauer 14-49: 4,68 Mio, 35,8 % MA

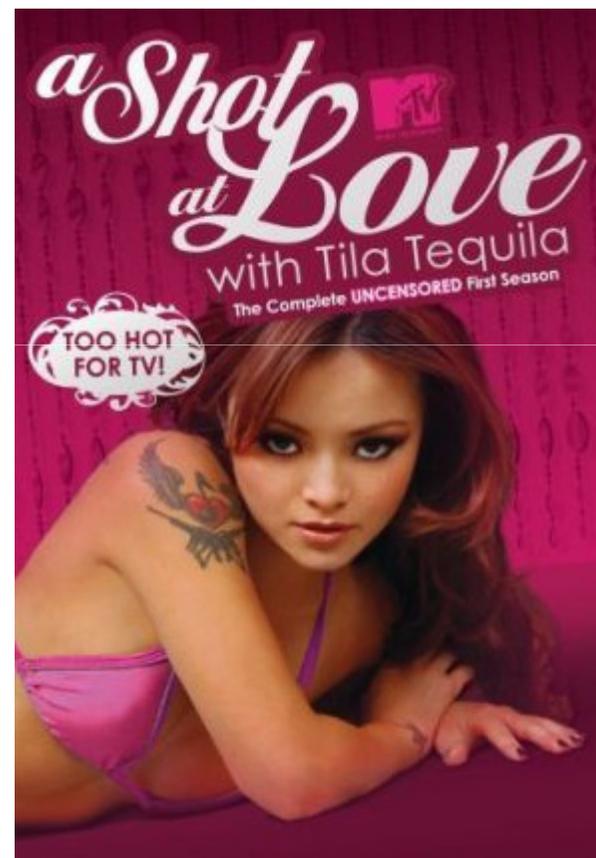
GNTM 4. Staffel (2009)

Zuschauer 14-49: 24,2 % MA

Das Prinzip „Casting“

- Trend: Das Castingprinzip diffundiert in andere Bereiche des Showbusiness, des Berufs- und Beziehungslebens. Es gibt Castings für
 - Nachwuchspolitiker (Ich kann Kanzler)
 - Nachwuchsmentalisten (The next Uri Geller)
 - Nachwuchs-Gigolos (50 pro Semester)
 - Praktikanten, Azubis, freie Jobs (Der Starpraktikant; Drei Bewerber, ein Job)
 - Ehe- und Beziehungspartner (The Bachelor/Bachelorette, Shot at Love; I love New York, Giulia in Love, Rock of Love)
 - „Sommermädchen“

Dating-Show: Shot at Love



Dating-Show: Rock of Love

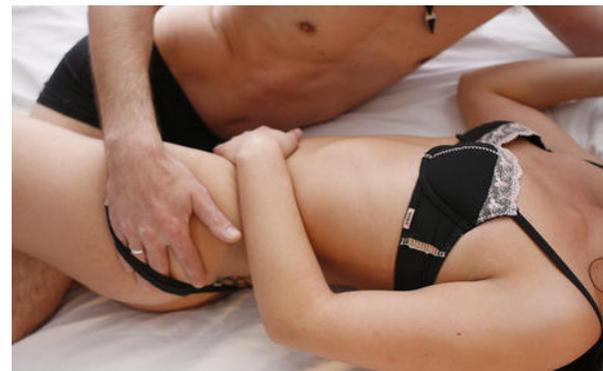
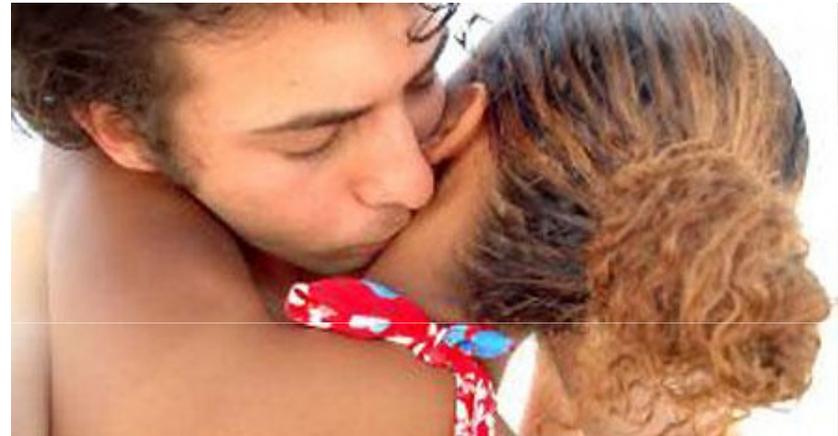


Dating-Show: Giulia in Love



Die Landschaft der Castingshows – Claudia Mikat

Dating-Show oder Sex-Doku (?): 50 pro Semester



Die Landschaft der Castingshows – Claudia Mikat



Spiel-Show: Sommermädchen



Makeover-Show: Das Model und der Freak





Job-Show: Deine Chance: 3 Bewerber – 1 Job



„Der Kapitalismus ist Sieger“

- neoliberale Mythen und Werte:
Selbstvermarktung, Leistungsgedanken
Selektionsriten;
Anpassungsbereitschaft; Wille zur
Selbstausbeutung, zur Arbeit am eigenen
Körper, zur Unterwerfung unter
Normalisierungserwartungen und
Konformitätsdruck
- sexistische Mythen: Unterwerfung unter
patriarchalische Strukturen, Einübung
und Internalisierung des männlichen
Blicks



Tanja Thomas: „An deiner Persönlichkeit musst du noch ein bisschen arbeiten.“ Plädoyer für eine gesellschaftskritische Analyse medialer Unterhaltungsangebote. In: tv diskurs 34/2005.

Die Landschaft der Castingshows – Claudia Mikat

Märchen vom leistungslosen Einkommen

„Der Antrieb, als Zuschauer oder Kandidat mitzumachen, ist derselbe wie jener, der die Massen bis vor wenigen Monaten dazu trieb, in undurchschaubare Finanzkonstrukte zu investieren: Aus dem wenigen, was man hat (an Geld bzw. Talent), unverhältnismäßig viel machen.“

Markus Brauck: Die Spaß-Blase. SpiegelOnline vom 4. Mai 2009.
www.spiegel.de/spiegel/0,1518,druck-6622449,00.html

Die Landschaft der Castingshows – Claudia Mikat



„Fastfood“ bei der Identitätssuche

- wesentlich: Aktualität
- Die Sendungen bieten Anknüpfungspunkte für ganz unterschiedliche Fragen und stellen Material für normative Diskurse bereit
- Die Jugendlichen akzeptieren die angebotenen Werte nicht uneingeschränkt, sondern sehen sie kritisch

Elisabeth Klaus: Verhandlungssache Castingshows. In tv diskurs 48/2009.

Rezeptionsanreize

- Unterhaltung, Spannung, Spaß, Mittel gegen Langeweile
- Wettkampf
- mitreden können
- Anknüpfungspunkte für persönliche Orientierungen
- Inszenierung und Authentisches entschlüsseln
- den Ausgang des Geschehens mitbestimmen können
- Soap Aspekt: emotionale Bindungen an KandidatInnen
- sich über KandidatInnen oder die Show als Ganzes lustig machen
- Teilnahme an einer Castingshow als eigene Perspektive



Pädagogische Unterstützung?

*„Möglichkeiten schaffen, damit junge Menschen Träume, Talente und Lebensmöglichkeiten ohne Einschränkungen auf Geschlechterklischees [und Körperbilder] formulieren und umsetzen. Wir haben als erwachsene medienpädagogische Fachleute einiges einzubringen: einen Vorsprung in Sachen **Medienkritik** und **Toleranz** und sicherlich oft auch Lebenserfahrung in Bezug auf die vielfältigen Möglichkeiten, Geschlechterrollen zu gestalten.“*

Gerda Sieben: Kill your Gender in: medienconcret 2008. http://www.medienconcret.de/mc2008/Kill_your_gender.htm

Die Landschaft der Castingshows – Claudia Mikat



Medienpädagogische Ziele

- Inszenierungsstrategien durchschauen
- Vermarktungsmechanismen und -maschinerie verstehen
- inszenierte (und reale) Autoritäten hinterfragen

... ohne den Spaß an den Shows zu verderben.



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!