Bachelorarbeit

Reality-TV – eine Untersuchung des Formats in Hinblick auf Moderation und Realisation verschiedener TV-Formate

Eine Arbeit von Alina Engel aus dem Fachbereich 2 Medienproduktion
der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe

TH OWL
TECHNISCHE HOCHSCHULE
OSTWESTFALEN-LIPPE
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES
AND ARTS

Lizenz: CC0 1.0

Autorin: Alina Engel
Matrikel-Nummer: 15399055
Studiengang: Medienproduktion
Erstprüfer: Prof. Dr. phil. Frank Lechtenberg
Zweitprüfer: Prof. Guido Falkemeier
Einreichung: Lemgo, 16.02.2022

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit eigenständig und ohne fremde Hilfe angefertigt habe. Textpassagen, die wörtlich oder dem Sinn nach auf Publikationen oder Vorträgen anderer Autoren beruhen, sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Lemgo, 16.02.2022

Inhaltsverzeichnis

Inhaltlicher Rahmen
- Aufgabe der Bachelorarbeit 1
- Vorgehensweise 2
- Motivation 3

Das Genre “Reality-TV”
- Definition 4
- Die Entwicklung und Formate des Reality-TV 5
- Die Privatsphäre in der Öffentlichkeit 6
- Emotionalisierung, Stereotypisierung & Dramatisierung 7
- Was ist beim Reality-TV wirklich Realität? 9
- Folgen des Reality-TV-Formats 12
- Immer wiederkehrende Auffälligkeiten innerhalb der Sendungen 14

Video-On-Demand
- Definition Video-On-Demand 18
- Strategien für den Abonnenten-Zuwachs 22

Die Moderation und der Moderator
- Die Rolle des Moderators 25
- TV-Moderationsarten 26
- Fragetypen 27
- Die sieben Rollen des Moderators nach Burger 29
- Off-Moderation 30
- Doppelmoderation 30

Moderationsrollen im Reality-TV
- Schwiegertochter gesucht 31
- Promis unter Palmen 36
- Raus aus den Schulden 41
- Temptation Island 44
- Are You The One? 48
- Ich bin ein Star - Holt mich hier raus! 52
- Tabellarische Zusammenfassung der Format-Analyse 55

Umfrage
- Umfrage zum Thema Reality-TV 56
- Ergebnisse 57
- Grafiken der Umfrage 58
- Fazit der Umfrage-Ergebnisse 70

Resümee
- Fazit 71
- Literaturverzeichnis 73

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anteil der Befragten, die den Inszenierungscharakter durchschauen/ nicht durchschauen 12

Abbildung 2: Einblendung im Abspann der Serie “Berlin Tag & Nacht” 13

Abbildung 3.1: Screenshot aus der Serie „Temptation Island“ 15
Abbildung 3.2: Screenshot aus der Serie „Temptation Island“ 15
Abbildung 3.3: Screenshot aus der Serie „Temptation Island“ 15

Abbildung 4.1: Screenshot aus der Serie „Der Bachelor“ 16
Abbildung 4.2: Screenshot aus der Serie „Der Bachelor“ 16

Abbildung 5.1: Screenshot aus der Serie „Promis unter Palmen“ 17
Abbildung 5.2: Screenshot aus der Serie „Promis unter Palmen“ 17

Abbildung 6: Nutzungshäufigkeit von Mediatheken und Streamingdiensten in Deutschland im Jahr 2021 20

Abbildung 7.1: Streaming-Angebot von RTL+ 21
Abbildung 7.2: Streaming-Angebot von RTL+ 21
Abbildung 7.3: Streaming-Angebot von RTL+ 21

Abbildung 8.1: Streaming-Angebote 22
Abbildung 8.2: RTL News 23

Abbildung 9: Umfrage über die Abwicklung eines Abonnements während der Corona-Pandemie 24

Abbildung 10.1: Screenshot des Intros aus der Serie „Schwiegertochter gesucht“ 31
Abbildung 10.2: Screenshot aus der Serie „Schwiegertochter gesucht“ 32
Abbildung 10.3: Screenshot des Outros aus der Serie „Schwiegertochter gesucht“ 33

Abbildung 11.1: Schauspieler Andreas Schneiders und Simon Steinhorst 34
Abbildung 11.2: Schauspieler Andreas Schneiders und Simon Steinhorst in ihren Rollen René und Robin 35

Abbildung 12: Screenshot aus der Serie „Promis unter Palmen“ 36

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 13.1: Twitteraccount des Benutzers „anredo“ 37
Abbildung 13.2: Twitteraccount des Senders Sat.1 38
Abbildung 13.3: Twitteraccount des Senders Sat.1 38
Abbildung 13.4: Zuschauer:innen Marktanteil von SAT.1 39

Abbildung 14: Screenshot aus der Serie „Promis unter Palmen“ 40

Abbildung 15.1: Intro aus der Serie „Raus aus den Schulden“ 42
Abbildung 15.2: Screenshot aus der Serie „Raus aus den Schulden“ 43

Abbildung 16.1: Intro aus der Serie „Temptation Island“ 44
Abbildung 16.2: Screenshot aus der Serie „Temptation Island“ 45

Abbildung 17.1: Das Lagerfeuer der Frauen von „Temptation Island“ 46
Abbildung 17.2: Das Lagerfeuer der Männer von „Temptation Island“ 46
Abbildung 17.3: Mimik von Lola Weippert während des Interviews 47

Abbildung 18.1: Intro aus der Serie „Are You The One?“ 48
Abbildung 18.2: Menschen in Panik 49
Abbildung 18.3: Die Moderatorin erreicht den Strand 49
Abbildung 18.4: Die Matching Night 50
Abbildung 18.5: Die Matching Night 51
Abbildung 18.6: Google News, Sophia Thomalla 52

Abbildung 19: Intro der Serie „Ich bin ein Star - Holt mich hier raus! 52

Inhaltlicher Rahmen

Aufgabe der Bachelorarbeit

Meine Bachelorarbeit beschäftigt sich mit dem Reality-TV-Format unter Betreuung von Prof. Dr. phil. Frank Lechtenberg.

Die Hauptthematik meiner Arbeit fokussiert sich auf das Reality-TV-Genre und die Moderationsart, welche in diesem Format ausgeübt wird. Hierbei wird zunächst das Reality-TV-Genre untersucht, indem auf die Entwicklung und Ausübung des Formats geschaut wird. Des Weiteren wird die Rolle der Moderation beleuchtet und die Arbeitsweise in diversen Reality-TV-Serien analysiert.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird das generische Maskulinum verwendet. Weibliche und anderweitige Geschlechteridentitäten werden dabei ausdrücklich mitgemeint, soweit es für die Aussage erforderlich ist.

Vorgehensweise

Das erste Kapitel beschäftigt sich mit dem Reality-TV-Genre. Zunächst wird hier die Definition eines Unterhaltungs- und Reality-TV-Formats gegeben. Daraufhin werden die Geschichte und die Entwicklung des Formats geschildert. Die Privatsphäre in der Öffentlichkeit und wichtige Begriffe wie Stereotype, Emotionalisierung und Dramatisierung werden hier definiert und erläutert. Anschließend wird die Wirklichkeit im Format hinterfragt und untersucht, welche Folgen das Genre mit sich zieht. Außerdem spielen auch wiederkehrende Auffälligkeiten eine Rolle, die verschiedene Sender aufbringen. Diese werden im Anschluss untersucht und in ihrer Funktion analysiert.

Das nächste Kapitel beschäftigt sich mit dem Begriff “Video-On-Demand”. Zunächst wird der Begriff definiert und danach werden die Strategien für den Abonnenten-Zuwachs untersucht. Im Folgenden wird der Begriff “Moderator” definiert und beleuchtet. Hierbei werden verschiedene Moderationsarten untersucht. Es wird auf die generelle Präsenz des Moderators eingegangen und erfasst, welche Eigenschaften und Fähigkeiten er oder sie mitbringen muss. Dabei wird auch die Aufgabe der Off-Moderation und Doppelmoderation berücksichtigt.

Anhand von mehreren Beispiel-Sendungen aus dem Reality-TV werden einerseits die Aktivitäten hinter den Kulissen aufgezeigt und andererseits die jeweilige Moderationsart analysiert. Dabei wird zusätzlich kritisch hinterfragt, weshalb Sender diverse Entscheidungen getroffen haben. Abschließend werden die Ergebnisse der selbst erstellen Umfrage beleuchtet und ein Fazit formuliert.

Inhaltlicher Rahmen

Motivation

Seit meiner Kindheit beschäftige ich mit dem Reality-TV-Format. Das erste Format, das ich kennengelernt habe, war “Ich bin ein Star - Holt mich hier raus!”. Obwohl die Serie immer sehr spät im Fernsehen ausgestrahlt wurde, durfte ich trotzdem zusammen mit meiner Familie zuschauen, wie eine Vielzahl von bekannten Gesichtern ihre Zeit im Dschungel verbringt. Sie kämpfen um Sterne, die ihnen eine gute Mahlzeit im Camp ermöglichen, es werden Geheimnisse offenbart und die Gerüchteküche brodelt am Ende jeder Folge. Am nächsten Tag hat man sich immer über die Geschehnisse im Camp mit seinen Freunden unterhalten und der Gesprächsstoff ging nie aus. Heute ist es nicht anders – im Gegenteil. Ich habe seitdem keine Staffel vom Dschungelcamp verpasst. Ich kenne jedes einzelne Reality-TV-Format.

Seit der Coronazeit bin ich regelrecht zu einer „Expertin“ geworden und lasse mir mit meinem “RTL+”-Abonnement keine einzige Serie entgehen. Ich schaue meist einzelne Folgen im Voraus, da ich ungeduldig bin. Durch das “RTL+”-Abonnement ist es mir möglich, viele Folgen bestimmter Serien eine Woche vor TV-Ausstrahlung zu schauen.

Da die Zeit, die ich mit Reality-TV-Formaten verbringe, sehr einnehmend ist, habe ich mich gefragt, wieso ich dieses Format schon mein Leben lang schaue. Was gefällt mir daran? Wo ist der Reiz? Was macht Reality-TV aus?

Je mehr Fragen ich mir hierbei gestellt habe, desto klarer wurde mir, dass man diese Fragen nicht nur mit Freunden oder mit der Familie ausdiskutieren kann. Über sie kann man recherchieren und Ergebnisse herausarbeiten. Mit diesem Gedanken habe ich das Thema für meine Bachelorarbeit festgelegt. Ich denke, dass ich aus Recherchezwecken weiterhin jeden Tag in der Woche mit Reality-TV verbringen werde und freue mich darauf.

Definition

Zu Anfang wird definiert, womit sich das Genre befasst und auf das Konsumverhalten der Zuschauer geschaut. Das Augenmerk wird vor allem auf Handlungsmuster des Reality-TV gelegt. Es soll überprüft werden, warum Produktionen sich für Emotionalisierung, Stereotypisierung sowie Dramatisierung entscheiden und welchen Einfluss dieser Entschluss auf das Publikum hat. Außerdem wird die Realität anhand eines Beispiels hinterfragt und die Auswirkungen des Reality-TV untersucht.

Reality-TV, auf deutsch “Wirklichkeitsfernsehen”, ist Reproduzent der Wirklichkeit. Die Sender wollen sich bei diesem Format übertreffen und fragen sich, wer die “wirklichere” Wirklichkeit zeigt.

Zitate wie “Nicht’s wird beschönigt, nicht’s hinzugefügt, die Drehbücher schreibt das Leben selbst” aus der Presseinformation “Notruf” oder “Die SAT.1-Version des Reality-TV ist im Grunde die ‘einzig wahre’” aus der Presseinformation “Retter” bestätigen diese Aussage. (vgl. Wegener 1994: S. 31)

Im Allgemeinen gilt bei Reality-TV-Formaten, dass das Publikum etwas Außergewöhnliches zu sehen bekommt. Der amerikanische Fernsehkritiker Mander hat 1978 eine Liste von Kriterien entworfen, die ein Geschehnis zur Nachricht machen. Laut Mander ist Krieg fernsehtauglicher als Frieden, da in ihm Höhepunkte und Gewalt vorkommen. Ebenso sind kurze Themen mit einem klaren Ergebnis fernsehgerechter als lange, nicht vollendete Prozesse. Große Emotionen und Konflikte sind leichter darzustellen als Übereinstimmung oder Gelassenheit. (vgl. Wegener 1994: S. 37, 38)

Das Format wird meist mit mehreren Personen zusammen geschaut, wodurch eine Gruppengemeinschaft für verschiedene Emotionen entsteht. Es wird eine Zusammengehörigkeit und Freundschaft unter den Zuschauern geformt. Das aktive Fernsehschauen rückt dabei fast in den Hintergrund, während man sich in der Gruppe über die Kandidatinnen und Kandidaten unterhält. Dabei werden sie teilweise verspottet, sodass das eigene Bildungs- und vermeintliche Überlegenheitsniveau steigt.

Außerdem entwickelt das Publikum Spaß am Scheitern anderer und ist sich bewusst, dass Medienformate wie diese eher geringwertig sind. Dies wird allerdings in der Gruppe relativiert, sodass das Vergnügen am Konsumieren des Genres an vorderster Stelle steht. (vgl. Suna, 2020)

Das Genre Reality-TV

Die Entwicklung und Formate des Reality-TV

Alle Reality-TV-Serien aus Deutschland haben sich Amerika als Vorbild genommen. Hier hat das Reality-TV-Format seinen Ursprung. In Amerika ist Reality-TV nicht mehr wegzudenken und es gibt eigene Lokalstationen, die ausschließlich dieses Format senden. (vgl. Wegener 1994: S. 18)

Seit Anfang der neunziger Jahre schleicht sich das neue Format in das Fernsehprogramm der privaten Sender in Deutschland ein. Die ehemaligen Spielpartner einer Quizshow werden zu eigenen Akteuren ihres Lebens und bringen ihr privates Leben in die Öffentlichkeit. Es wird vor der Kamera geheiratet, Geheimnisse werden offenbart, es wird um Verzeihung gebeten und Verzeihungen werden akzeptiert.

Die Reaktionen zur Entwicklung des Fernsehens sehen unterschiedlich aus. Die einen betiteln es als Fenster zur wirklichen Welt, das es immer schon war. Die anderen sind der Meinung, dass das Fernsehen endgültig zur primären Welt geworden ist. Nach Keppler sind allerdings beide Aussagen falsch. Das Fernsehen bringt seine eigene Wirklichkeit mit. (vgl. Keppler 1994: S. 7, 8)

Vor allem in Bezug auf das Reality-TV ist zu erkennen, dass das Format seine eigene Wirklichkeit hat. Durch Sets, Kameras und Handlungen, die einen vorgefertigten Text haben oder frei gesprochen sind, schafft die Produktion eine eigene Welt für die Zuschauer vor dem Bildschirm.

In den ersten Jahren des 21. Jahrhunderts hat sich das Format verbreitet und in mehreren Formen weiterentwickelt. Neben dem Reality-TV-Format gibt es Doku-Soaps über Richter, Polizisten, Hausrenovierungen und viele weitere Themenbereiche. In diesen Sendungen wird der Berufsalltag von einem Kamerateam begleitet. Hierbei soll der Zuschauer das Gefühl von Echtheit erhalten. Allerdings sind die meisten dieser Sendungen so geschnitten, dass sie möglichst spannend und erzählerisch dargestellt werden. Daher spricht man hierbei auch von einer Mischung aus Dokumentation und Soap Opera, die sogenannte “Doku-Soap”. Es gibt außerdem ein weiteres Format, welches mit Hilfe von Schauspielern realisiert und nachgespielt wird. Das sogenannte “Scripted Reality” arbeitet nicht mit einem Drehbuch, sondern mit Regieanweisungen, welche die Geschehnisse dramatisiert darstellen sollen. Es kommt auch vor, dass das Reality-TV-Format mit dem Scripted-Reality-Format vermischt wird. Beispiele hierfür wären “Frauentausch” oder “Bauer sucht Frau”. Die Handlungen und Texte werden nur teilweise von der Produktion vorgegeben.

Der ökonomische Aufwand für diese Art von Produktion erweist sich als sehr gering, da Laien statt Schauspieler verwendet werden. (vgl. Schleich, Nesselhauf 2016: S. 65-67)

Die Privatsphäre in der Öffentlichkeit

Neben Journalisten, Stars und Politikern, die ihre Rolle in den Medien und somit in der Öffentlichkeit gekonnt ausspielen, gibt es auch Menschen in den Medien, welche bisher keine oder wenig Erfahrung in der Öffentlichkeit besitzen. (vgl. Burger 1991: S. 74)

Persönliche Schicksale sind im Reality-TV sehr wertvoll. Dessen sind sich die Produzenten diverser Formate bewusst und fragen explizit danach. Entweder stellen sie selbst Kontakte über Rettungsdienste, Zeitungsartikel oder Bergwachen her oder sie werden selbst von Menschen angesprochen, die ihre persönliche Geschichte im Fernsehen umsetzen wollen. Dabei ist das Interesse der Betroffenen groß. Nach Sagioglou geht es den Betroffenen darum, anderen etwas mitzuteilen oder ins Fernsehen zu kommen.
(vgl. Wegener, S.53, zit. nach Sagioglou, S. 6)

Als Produzent ist es Sagioglou wichtig, persönliche Schicksale mit Emotionen und Gefühlen darzustellen. Das erste Gefühl, das er auslösen will, ist Mitleid für die Betroffenen.
(vgl. Wegener 1994: S.53, zit. nach Sagioglou, S. 12)

Nach Eisfeld ist der Zusammenhang von Authentizität und Personalisierung wichtig für eine gute Erzählung. Als verantwortlicher Redakteur der Sendung “Retter” sagt er, dass die Erzählung des Betroffenen viel mehr Glaubwürdigkeit und Authentizität erhält, wenn der Betroffene selbst darüber berichtet.
(vgl. Wegener 1994: S. 54, zit. nach Eisfeld, S. 3)

Sofern Serien mit den Originalbeteiligten gedreht werden, entstehen bei Interviews echte Emotionen, die dafür sorgen, dass ihre Geschichte an Dramatik gewinnt. (vgl. Wegener 1994: S. 56, zit. nach Meiser, S. 5)

Das Genre Reality-TV

Emotionalisierung, Stereotypisierung, Dramatisierung

Reality-TV neigt eher dazu, starke Gefühle in kurzer Zeit zu vermitteln. (vgl. Wegener 1994: S. 77)

Der Zuschauer nimmt die Kandidaten des Reality-TV-Formats aus einer nahbaren Sicht wahr. Die Persönlichkeit der Teilnehmer spielt eine Rolle und die auftretenden Handlungen werden hochemotional und theatralisch dargestellt. Fast alle Reality-TV-Genres beinhalten “normale Menschen”, die mit einer besonderen Situation konfrontiert werden. Durch sogenannte „Cliffhanger“ und eine schnelle Montage entsteht eine größere Spannung. Außerdem sorgen Großaufnahmen, spannende Musik oder die häufige Wiederholung von dramatischen Szenen für Mitgefühl und Emotionen der Zuschauer. Ergänzend sorgt eine gekonnte Moderation dafür, dass Emotionen hervorgebracht oder verstärkt werden. (vgl. Klaus, Lücke 2003: S. 208, 209)

Wenn ein Kandidat traurig ist, fährt die Kamera nah an ihn heran. Es wird sich gestritten und geliebt und am Ende liegen sich auch die Feinde in den Armen. Diese Arten von Emotionen werden allerdings nicht im Publikum aufgefunden. Die Zuschauer sitzen meist in Gruppen entspannt vor dem Fernseher. Das Fernsehschauen mit mehreren Menschen zusammen spielt eine große Rolle, wenn es um die eigene Emotion geht.

Gibt es Momente des Mitjubelns, regen sich kurzzeitig auch die Emotionen des Publikums. Aus der Sicht der Produzenten ist Liebe eine Emotion, die immer funktioniert. Entweder ist es die romantische Liebe oder erbarmungsloser Neid. Sie wird wie viele andere Emotionen überspitzt dargestellt. Es gibt hierbei immer einen starken Kontrast. Die Produzenten möchten eine emotionale Positionierung erreichen.
(vgl. Gottberg, Lünenborg, 2021)

Durch die Stereotypisierung ist es dem Zuschauer möglich, Reaktionen der Kandidaten vorherzusehen und die Geschehensabläufe besser zu verfolgen. (vgl. Wegener 1994: S. 78,79)

Im Folgenden wird eine Definition des Begriffs “Stereotyp” vorgenommen.

Es gibt verschiedene Eigenschaften, die einen Mann oder eine Frau auszeichnen. Zudem unterscheidet man zwischen zwei Arten des Denkens, die ausschlaggebend für den Umgang mit Stereotypen sind. Dadurch, dass bekannt ist, welches Erscheinungsbild ein Mann oder eine Frau besitzt, wird die Erkennung des jeweiligen Geschlechts vereinfacht. Diese Erkennung ist für jeden Menschen ersichtlich, da sie sich auf die typischen Merkmale beschränken. Die Merkmale fixieren sich auf die äußerlichen Erscheinungen des Körpers, wodurch das Einordnen der jeweiligen Geschlechtsmerkmale im Kopf des Menschen beginnt (Schenk: 1979: S. 106). Während Frauen laut Schenk als sanfter, ruhiger, sauberer und ordentlicher sowie taktvoller, einfühlsamer, religiöser und emotional ausdrucksfähiger bezeichnet werden, nehmen Männer die stärkeren Eigenschaften wie unabhängiger, objektiver, aktiver, logischer, ehrgeiziger, risiko- und entscheidungsfreudiger, selbstbewusster und technisch begabter ein. (vgl. Schenk: 1997: S. 105-107)

Das Modell von Devine legt nahe, dass wir ein kulturell geprägtes Wissen über Stereotype besitzen, das sich unterbewusst bemerkbar macht und die Verhaltensweisen steuert, wenn es um die Zuordnung der Geschlechter geht. Neben der unterbewussten Verarbeitung gibt es zudem die kontrollierte Verarbeitung. Dadurch lassen sich Stereotype, die unterbewusst entstanden sind, verändern oder sogar abschalten, wodurch allerdings gedankliche Hürden überwunden werden müssen. Außerdem ist es schwierig, die automatisierten Gedanken unter die kontrollierten zu stellen. Auch wenn ein automatisiertes Denken einfacher erscheint, sollte dies kein Faktor dafür sein, dass es Einschränkungen gibt und der Willen für eine andere Sichtweise über die Stereotype schwindet (vgl. Schmid Mast, Krings, Six: 2008, S. 33-39f).

Zusammenfassend gibt es prägnante Merkmale, die ein Geschlecht auszeichnen. Sie werden anhand des Körpers und der verschiedenen Charaktereigenschaften gemessen. Hierbei darf nicht außer Acht gelassen werden, dass es zwei unterschiedliche Gedankenprozesse gibt, welche ausschlaggebend für die Weiterverarbeitung der Stereotype sind. Diese können nämlich verändert oder in den Hintergrund gerückt werden, sofern die gedanklichen Voraussetzungen dafür vorliegen.

Die Teilnehmer von Reality-TV-Formaten werden verschiedenen Gruppen zugeordnet und übertrieben dargestellt. Das Publikum ordnet die Kandidaten anhand von stereotypen Merkmalen diesen Gruppen zu.
(vgl. Bischof, Berger, Strauss: 2020)

In den Sendungen des Reality-TV-Formats werden Klischees, stereotype Darstellungsmuster und standardisierte Handlungsabläufe genutzt, um Emotionen genauer darzustellen und den Produzenten die Möglichkeit zu geben, das Publikum an die Formate zu binden. Die begrenzte Sendezeit jeder Folge führt zwangsläufig zu einer Stereotypisierung der Kandidaten. Außerdem sorgt das Ungleichgewicht zwischen echter Lebenszeit und gefilmtem Material dafür, dass es keine Zeit gibt, Persönlichkeiten facettenreich darzustellen.
(vgl. Klaus, Lücke 2003: S. 209)

Dadurch, dass Emotionen, Spannung und Action hervorgehoben werden, geht ein Stück an Wirklichkeit verloren. Jedoch ist dieser Verlust für den Rezipienten kein großer. Das Publikum besitzt Interesse an diesem Format, da es einfach zu durchschauen ist. Abseits vom “Bildungsfernsehen” ist Reality-TV durchschaubar, es gibt klare Rollenverteilungen und das Ende ist meist positiv und vorherzusehen. Das Publikum lebt in einer Blase voller Emotionen in einer sicheren Welt, die sie wiederholt betreten. (vgl. Wegener 1994: S. 77)

Tannenbaum stellte in einer seiner Untersuchungen fest, dass die Zuschauerinnen und Zuschauer dazu neigen, eine Serie erneut zu schauen. Sie suchen nicht die Neuheit, sondern die Vertrautheit. Ein Vertrauen in der Unterhaltung und in Handlungsabläufe. (vgl. Wegener 1994: S. 77: zit. n. Tannenbaum 1978)

Die Dramatisierung ist bei fast allen Reality-TV-Genres nicht wegzudenken, da sie für spannende Momente sorgt. Beispiele hierfür wären die Nominierungen, welche im “Big Brother”-Haus dafür stehen, wer als nächster den Container verlassen muss.

Außerdem kann auch eine Geburt in der TV-Serie “Schnulleralarm” gefährlich und aufwendig dargestellt werden. Angelehnt sind diese Stilmittel an Spielfilme oder Serien, sie verkörpern jedoch die Realität. Für Spannung sorgen ebenso Musik, schnelle Schnitte, spontane Szenenwechsel und zugespitzte Ereignisse. Des Weiteren sorgt auch die “Living Camera” für ereignisreiche Aufnahmen. Alle Reality-TV-Genres weisen dieselben Inszenierungsstrategien auf. Sie arbeiten mit Personalisierung, Emotionalisierung, Intimisierung, Stereotypisierung und Dramatisierung. (vgl. Klaus, Lücke 2003: S. 210,211)

Was ist beim Reality-TV wirklich Realität?

Ereignisse im realen Leben sind nicht zu vergleichen mit Ereignissen, die vor der Kamera geschehen. Das Fernsehen ermöglicht es, Zuschauern Einblicke in Verhaltensweisen zu verschaffen, die eigentlich nur im privaten Bereich stattfinden. Diese Verhaltensweisen werden durch bestimmte Kameraeinstellungen, Schnitte und durch die generelle Anwesenheit der Kameras beeinflusst.
(vgl. Schmidt, 2015: S. 2)

Durch die Postproduktion werden die meisten TV-Geschehnisse geformt. Demnach ist es möglich, die Handlungen der Menschen abzuwandeln. Zusätzlich sorgen Off-Kommentare und eine tonale Verfremdung zu dramatischen Szenen. Der Postproduktion ist es möglich, die aufgenommenen Bilder selbst zu selektieren und somit eine eigene Realität zu schaffen. Auch wenn Menschen im Format kein Skript besitzen und “real” handeln, kommt es immer darauf an, welche Bilder am Ende ausgestrahlt werden. Daher kann die Geschichte der jeweiligen Menschen von der Realität abweichen. Im Fokus steht die Unterhaltung des Zuschauers. Es entsteht eine Mischung aus verschiedenen Wirklichkeiten, die aus Fernsehinszenierung und realem Geschehen besteht. Die Realität wird durch viele Produktionsarbeiten gebrochen und die Zuschauer haben keine Gelegenheit, hinter die Kulissen der Dreharbeiten oder der Postproduktion zu schauen. (vgl. Schmidt, 2015: S. 7-10)

Ramon Wagner interviewt auf seinem gleichnamigen YouTube-Kanal Reality Stars. Sein Kanal hat über 144.000 Abonnenten und er berichtet über TV-Shows wie “GNTM“, „Der Bachelor“, „Die Bachelorette“, „Promi Big Brother“, „Das Dschungelcamp“, „Love Island“, „Are You The One“, „Bachelor in Paradise” und viele weitere.

Je nach aktueller Serie baut er Kontakt zu den Reality Stars auf und befragt sie nach ihrem Empfinden gegenüber Handlungen und Inszenierungen, die in der Show passiert sind.

Im Folgenden wird auf ein Video eingegangen, welches Ramon Wagner am 18.12.2021 hochgeladen hat. Dort spricht er über ein aktuelles Format, das unter dem Namen “Reality Shore” bekannt ist. Die Serie läuft auf der Streaming-Plattform “Joyn” und verspricht “wilde Partys, heiße Flirts und jede Menge Hangovers”. (Joyn, 2021)

Die Kandidaten sind acht Reality-Stars auf Kreta, die sich einen festen Platz in der Villa erkämpfen müssen.

Eine dieser acht Teilnehmerinnen und Teilnehmer ist Walentina Doronina. Ihre ersten TV-Erfahrungen machte sie in RTL-Sendungen und ist für Reality-TV-Zuschauer nicht unbekannt. In Ramon Wagners Video zeigt er einen Ausschnitt aus Walentinas Instagram-Story. Darin berichtet sie über “Fake-Vorwürfe” seitens “Joyn”.

In einer der Folgen gab es eine Situation, die laut Walentina falsch in Szene gesetzt wurde. Der Fehler liege bei der Produktion, welche die Geschichte anders geschnitten und verpackt habe. Zu Anfang spricht Walentina darüber, dass sie keine Bindung mit einem der Kandidaten schließen würde, weil er nicht ihrem Geschmack entspreche. In den nächsten Szenen darauf sieht der Zuschauer, dass Walentina einen traurigen Kommentar von sich gibt, als sie den Kandidaten mit einer anderen Frau sieht. Dieser Kommentar habe sich aber in einer ganz anderen Situation abgespielt. Die Sequenz wurde laut Walentina in einen anderen Zusammenhang geschnitten und habe die Beziehungen und Aussagen für den Zuschauer verändert.

Die Zuschauer können sich ausschließlich Eindrücke vom ausgestrahlten Material bilden. Dass eine Manipulation des Schnittes seitens der Produktion stattgefunden hat, sei für Ramon nichts Neues. Allerdings gibt es wenige, die darüber berichten und die Zuschauer aufklären. Dies könnte eventuell daran liegen, dass Kandidaten bis zu einem bestimmten Punkt vertraglich an den jeweiligen Sender gebunden sind und weder über die Geschehnisse innerhalb der Sendung vor TV-Ausstrahlung reden dürfen, noch über die Inszenierungsstrategien des Senders diskutieren können.

Ab Minute 05:33 kommt Walentina zu Wort und berichtet über die angeblichen “Fake-Vorwürfe“. Die Serie gebe es in unterschiedlichen Fassungen. In der Schweizer Version, so Walentina, wurden ihre Aussagen aus dem Kontext gerissen. Daher spricht sie im weiteren Verlauf über die deutsche Version und untersucht dort, wie ihre Person dargestellt wird.

Der erste Vorwurf richtet sich an einen Vorspanntitel mit der Überschrift “Panik wegen der Neuen”. Sie argumentiert, dass sie im Vorfeld ihre Beziehungen geklärt hat und keine Konkurrenz in “der Neuen” sieht. Bei Minute 06:05 blendet sie einen kurzen Text ein:

“*Das ist mir einmal passiert & wird es nie wieder! Das (sic!) mir Sachen in den Mund gelegt/ vorgegeben werden. Wäre ja sonst absolut widersprüchlich zu meiner Aussage, dass er nicht mein Typ ist! Aber kann sich ja jeder normal denkende Mensch denken!*” (Walentina Doronina, Instagram, 2021)

Sie bezeichnet die Entscheidung der Produzenten als “absolute Frechheit”. Bisher musste sie noch nie eine Erfahrung wie diese in ehemaligen TV-Formaten durchleben.
(vgl. Youtube, Ramon Wagner, 2021: 00:00-05:33,10:27-11:30)

Ob die “Fake-Vorwürfe” der Wahrheit entsprechen und Walentina sich wahrheitsgemäß in ihren Videos äußert, lässt sich nur vermuten. Jedoch ist bekannt, dass Produktionen ihre Formate nach Belieben bearbeiten und dabei nicht jeder ins gute Licht gerückt wird. Auf dem Youtube-Kanal von Ramon Wagner gibt es eine Vielzahl an Kandidaten, die sich negativ über die Inszenierung verschiedener TV-Formate äußern. Teilweise führt Ramon Interviews über eine Webcam mit ihnen, manchmal blendet er ausschließlich “Instagram-Storys” der Kandidaten ein, die sich über ihre Sorgen und Gedanken in Bezug auf die Geschehnisse in Reality-TV-Formaten äußern.

Folgen des Reality-TV-Formats

Dating-Formate wie “Der Bachelor” beinhalten Sexismus und arbeiten mit Klischees. In diesem Format kämpfen viele Frauen um die Aufmerksamkeit eines Mannes. Die Sendung vermittelt dem Zuschauer oberflächliche Eigenschaften, die ein Mann oder eine Frau besitzen muss, um erfolgreich und beliebt zu sein. (vgl. SCHAU HIN!: 2017)

Zudem sind Reality-TV-Formate im Fernsehen sehr beliebt bei Jugendlichen. Sie arbeiten mit stereotypen Darstellungen, welche als realitätsnah präsentiert werden. Beispiele hierfür wären „Familien im Brennpunkt“, „Mitten im Leben“, „Die Trovatos – Detektive decken auf“ oder „Betrugsfälle“, welche trotz vorgefertigter Texte Marktanteile von bis zu 25 Prozent erreichen und für Zuschauer authentisch wirken. Frauen erhalten hier oftmals negative Eigenschaften, die sie als schwach oder ungebildet darstellen. Männer bekommen Eigenschaften zugeschrieben, die sie dominanter und entscheidungsfähiger aussehen lassen. Dadurch, dass die gängigen Geschlechterbilder vermittelt werden, wird den Jugendlichen vermittelt, dass die vorzufindenden Eigenschaften von Mann und Frau in Reality-TV-Formaten “normal” sind und somit auch über die Ungleichbehandlung nicht weiter nachgedacht werden soll. (vgl. Grimm, Neef, Waltinger 2015: S. 97)

Abbildung 1: Anteil der Befragten, die den Inszenierungscharakter durschauen/ nicht durchschauen

	Episodische Scripted Realitys (n = 404)	Soapartige Scripted Realitys (n = 390)
Das Gezeigte passiert wirklich und die Fernseh-Macher sind dabei und filmen mit.*	22,6%	15,9%
Die Geschichten sind wirklich passiert, werden aber für das Fernsehen nachgespielt.*	35,2%	27,5%
Alle Geschichten sind frei erfunden.**	39,6%	25,3%

*Dargestellt ist der Prozentsatz der Befragten, die den Items *voll und ganz* oder *eher* zustimmten.
**Dargestellt ist der Prozentsatz der Befragten, die dem Item *überhaupt nicht* oder *eher nicht* zustimmten.
Mehrfachantworten waren möglich.

(Quelle: LfM: 2015)

In einer Studie der Landesanstalt für Medien zeigt eine Umfrage, dass Kinder und Jugendliche Probleme bei der Einschätzung von frei erfundenen und nachgespielten Handlungen haben. Circa 40 Prozent der Teilnehmer waren sich bewusst, dass episodische Scripted Reality-TV-Formate nicht der Wirklichkeit entsprechen, rund 25 Prozent der Kinder und Jugendlichen haben die soapartigen Scripted-Reality TV-Formate als erfunden eingeschätzt. Wiederum 22,6 Prozent und 15,9 Prozent der Teilnehmer gehen davon aus, dass die Formate der Realität entsprechen.
(vgl. Schenk, Gölz, Niemann 2015: S. 238)

In vielen Scripted Reality-TV-Formaten wird eine Texteinblendung an das Ende gesetzt, welche aussagt, dass alle handelnden Personen frei erfunden seien. Diese kann allerdings leicht übersehen werden, wenn man die Serie beispielsweise nicht bis zum Ende schaut.

Abbildung 2: Einblendung im Abspann der Serie "Berlin Tag & Nacht"

(Quelle: dwdl.de: 2014)

Um den Fokus nicht immer auf die stereotypischen Merkmale zu lenken, muss ein breitgefächertes Angebot der Geschlechterrollen bestehen. Hierbei sollte es wichtig sein, dass nicht nur Klischees in den Medien auftauchen, sondern viele verschiedene Eigenschaften von Personen zum Vorschein kommen, sodass eine Identifikation nicht nur auf Stereotypen basiert. (vgl. ebd.: S. 108)

Immer wiederkehrende Auffälligkeiten innerhalb der Sendungen

Während der Recherche fiel auf, dass die Kandidaten in vielen der Formate einen hohen Alkohol-Konsum aufweisen. In der “RTL”-Reality-Show “Sommerhaus der Stars” trinkt einer der Teilnehmer beispielsweise schon morgens sein erstes Bier. Dieser bekennt sich im weiteren Verlauf auch als Alkoholiker. Bei dem Format “Kampf der Reality-Stars” trank eine Kandidatin eine Flasche Prosecco zur Hälfte ohne abzusetzen aus, während eine andere Kandidatin im Format “Promis unter Palmen” ein Glas nach dem nächsten konsumierte. Möglicherweise leiden die Kandidaten an einer Alkoholsucht und diverse Sender nutzen dieses Problem aus. (vgl. Focus online, Lackerbauer: 2020)

Zu dieser Thematik werden nun einige Beispiele aus unterschiedlichen Sendungen gezeigt.

Abbildung 3.1: Screenshot aus der Serie „Temptation Island“

(Quelle: RTL+, Temptation Island, Staffel 3, Folge 2, 2021)

Abbildung 3.2: Screenshot aus der Serie „Temptation Island“

(Quelle: RTL+, Temptation Island, Staffel 3, Folge 2, 2021)

Abbildung 3.3: Screenshot aus der Serie „Temptation Island“

(Quelle: RTL+, Temptation Island, Staffel 3, Folge 2, 2021)

Abbildung 4.1: Screenshot aus der Serie „Der Bachelor“

(Quelle: RTL+, Der Bachelor, Staffel 11, Folge 3, 2021)

Das Format “Der Bachelor” hat in jeder Staffel unterschiedliche Produktplatzierungen alkoholischer Getränke. In dieser Staffel ist es die Marke “Batida De Coco”, die häufig gegen Ende der Folge getrunken wird. Die Szenen, in denen die Kandidatinnen an ihrem Glas trinken, sind visuell auffälliger gestaltet und separieren sich so vom Rest der nachfolgenden Bilder. Es stellt sich die Frage, weshalb sich die Produktion für diese Produktplatzierung entschieden hat, da es auch nicht alkoholische Getränke gibt, die ebenso ihren Sinn und Zweck erfüllt hätten.

Abbildung 4.2: Screenshot aus der Serie „Der Bachelor“

(Quelle: RTL+, Der Bachelor, Staffel 11, Folge 3, 2021)

Abbildung 5.1: Screenshot aus der Serie „Promis unter Palmen“

(Quelle: Joyn, Promis unter Palmen, Staffel 1, Folge 3, 2020)

Dieses Beispiel ist das mit eindrücklichste der aufgezählten Formate. In dieser Staffel gibt es eine Kandidatin, die den ganzen Tag über Alkohol konsumiert. Dabei sind ihr die Tageszeit und die schlimmen Kommentare der anderen Kandidaten egal. Sie lässt sich durch ihren Konsum von ihren nicht kontrollierbaren Emotionen lenken und setzt sich damit immer mehr in den Fokus. Ihre Mitstreiter finden ihren Konsum sehr störend und reden infolgedessen schlecht über sie. Jedoch gibt es einen Kandidaten, der die Gefahr in ihrem Konsum bemerkt und die Streitereien untereinander schlichten möchte, indem er den Großteil der Alkoholflaschen vor der Kandidatin versteckt.

Abbildung 5.2: Screenshot aus der Serie „Promis unter Palmen“

(Quelle: Joyn, Promis unter Palmen, Staffel 1, Folge 3, 2020)

Zusammenfassend ist die Entscheidung über die Auswahl und Vielzahl an alkoholischen Getränken sehr fragwürdig. Durch den Alkoholkonsum haben die Kandidaten ihre Emotionen weniger unter Kontrolle. Durch zu wenig Schlaf und wenig Essen wird der Alkohol zusätzlich verstärkt. Dadurch ist es möglich, dass hitzige Situationen einen schlimmeren Verlauf nehmen, wenn sich die Kandidaten nicht unter Kontrolle haben. Für die Produktionen der Formate sind diese Situationen optimal in Hinblick auf die Umsetzung von dramatischen und emotionalen Szenen.

Definition

Zunächst wird eine Definition des Begriffs “Video-On-Demand” gegeben.
Video-On-Demand ist ein interaktiver Dienst, der es ermöglicht, auf audiovisuelle Medieninhalte jederzeit zuzugreifen. Die Inhalte beziehen sich auf alle bekannten Genres des Fernsehens wie zum Beispiel Spielfilme, Serienepisoden, Dokumentationen, etc. Innerhalb des interaktiven Dienstes gibt es verschiedene Nutzungsmöglichkeiten. Sie lassen sich in “Pay-per-view, “Download-to-own” und “Abonnement” unterscheiden. Bei der “Pay-per-view”-Variante zahlt der Konsument einmalig oder zeitlich begrenzt für verschiedene Inhalte, während er in der “Download-to-own” Variante Inhalte kauft, die er archivieren und beliebig oft abspielen kann. In der Rolle des “Abonnenten” hat der Konsument einen Zugriff auf verschiedene Inhalte des Dienstes, solange das Abonnement aktiv ist.

Durch diese neuen Gegebenheiten befindet sich der Fernsehkonsum seitdem im Wandel. Die Fernsehlandschaft steht in einem Wettbewerb mit Angeboten und Diensten des Internets. Außerdem sorgt die immer fortschreitende Technik für zeitversetztes und werbefreies Fernsehen. Demnach ist es dem Konsumenten möglich, individuell und flexibel auf Fernsehinhalte zuzugreifen. Es ist ihm außerdem möglich, sich aus der zeitlichen Programmplanung eines Senders zu lösen. Dies ist vor allem bei der jüngeren Zielgruppe zu beobachten. Sie tendiert eher dazu, Fernsehinhalte über das Internet abzurufen. Auf die große Masse der Zuschauer bezogen, greifen die Konsumenten allerdings auf das normale Fernsehprogramm zurück.
(vgl. Kaumanns, Siegenheim: 2006: S. 1)

Als “Video-On-Demand” gelten Streaming-Plattformen wie “Netflix”, “Amazon Prime”, “RTL+”, “JOYN” und viele weitere. Außerdem stellen die öffentlich-rechtlichen Sender Mediatheken zur Verfügung.

Ein genereller Unterschied ist die Art der Zahlung für Streaming-Dienste und öffentlich-rechtliche Mediatheken. Bei den Streaming-Diensten ist der Nutzer, sofern er ein Abonnement abschließt, verpflichtet, jeden Monat den festgelegten Betrag zu zahlen. Dieser beläuft sich meistens zwischen fünf und zwanzig Euro. Die öffentlich-rechtlichen Mediatheken werden durch die Rundfunkgebühren bezahlt und stehen jedem werbefrei zur Verfügung, ohne ein Abonnement abzuschließen.

In einem Interview mit Deutschlandfunk äußert sich Florian Kerkau, Geschäftsführer von Goldmedia, zum Vergleich von Mediatheken und gängigen Streaming-Diensten.

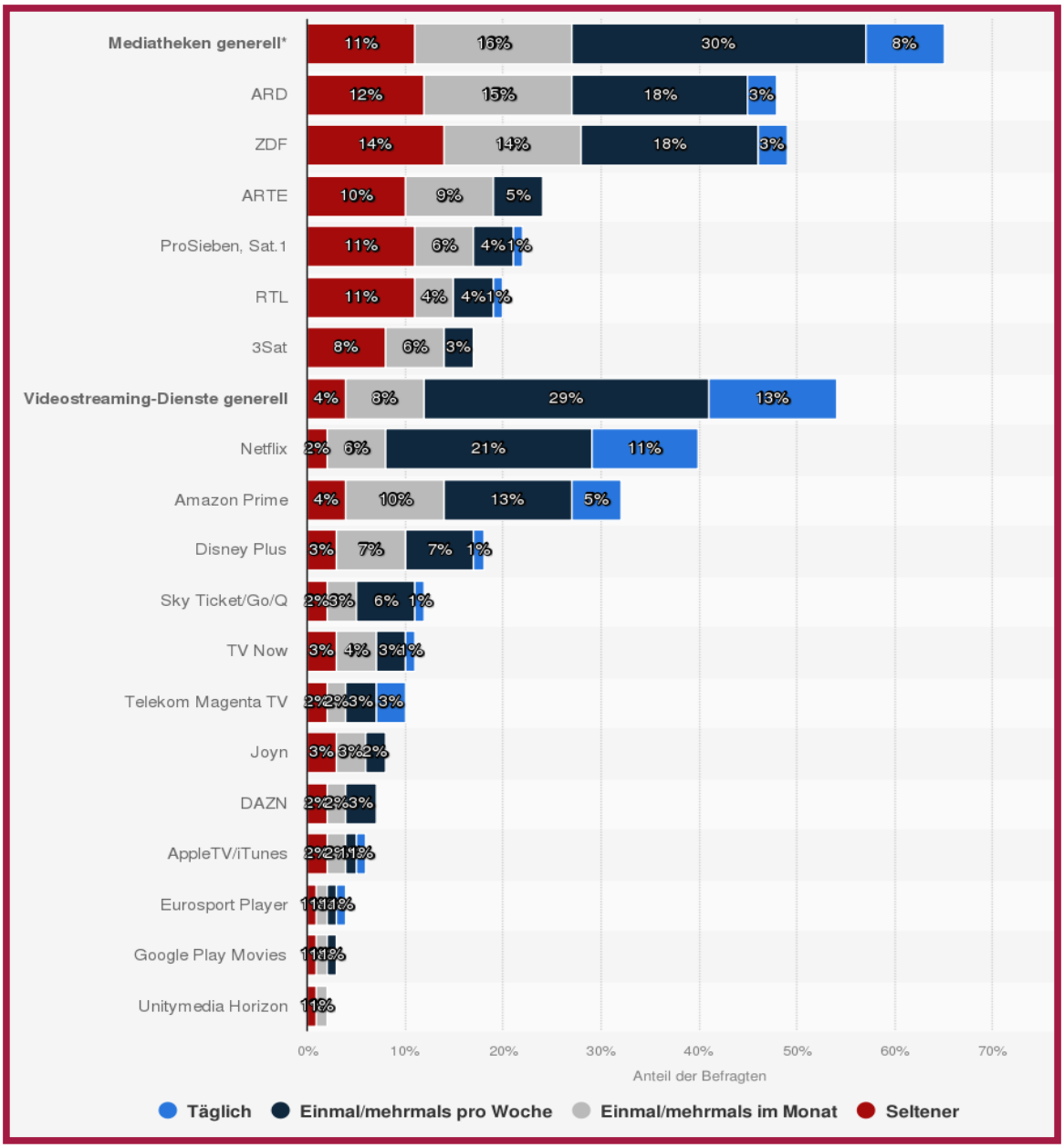
Ein Fortschritt seitens der öffentlich-rechtlichen Mediathek ist es, dass die Suchfunktionen verändert wurden. Nun laufen alle Inhalte in einer Mediathek zusammen und es ist dem Nutzer möglich, auf Inhalte des ZDF zuzugreifen, obwohl er sich auf einem anderen Portal befindet. Während Netflix und Co. mediale Inhalte wie Filme, Serien und Dokumentationen anbieten, besitzen die öffentlich-rechtlichen Mediatheken ein zusätzliches Nachrichtenangebot.

Video-On-Demand

Sowohl die Streaming-Dienste, als auch die Mediatheken bieten eine flexible Nutzung, indem sie von jedem Gerät aus abrufbar sind.Eine wichtige Rolle spielt hierbei die Benutzerfreundlichkeit einer jeden Anwendung. Unterschiede zwischen beiden Diensten gibt es bei der Datenverarbeitung. Netflix und Co. greifen auf verschiedene Algorithmen zurück, die dem Nutzer ein abgestimmtes Angebot bieten, das ihn interessiert. Das ist allerdings nur möglich, wenn der Nutzer sich ein Konto beim jeweiligen Streaming-Dienst angelegt hat. Auf diesem Konto werden seine Daten für den Algorithmus gespeichert und er profitiert von seinen angepassten Inhalten, die ihm die jeweilige Streaming-Plattform anbietet. Bei den öffentlich-rechtlichen Mediatheken ist eine Anmeldung oder ein Anlegen eines Kontos nicht notwendig, um auf Inhalte zuzugreifen. Dementsprechend ist es schwieriger, auf die Interessen und Wünsche eines Nutzers einzugehen.

In der heutigen Zeit ist es überlebensnotwendig, am Wettbewerb des Internetfernsehens teilzunehmen. Ein großer Teil der Gesellschaft wird vom linearen Fernsehen aus diversen Gründen nicht mehr angesprochen. (vgl. Kerkau, Kid: 2021)

Abbildung 6: Nutzungshäufigkeit von Mediatheken und Streamingdiensten in Deutschland im Jahr 2021

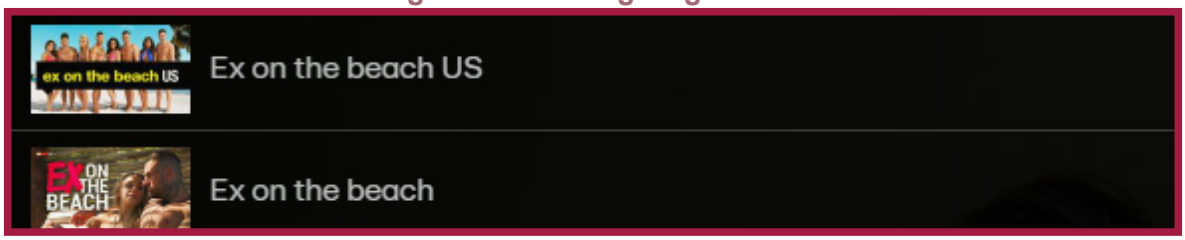


(Quelle: Statista, 2021)

Die aufgeführte Grafik zeigt die Nutzungshäufigkeit von Streaming-Diensten in Deutschland im Jahr 2021. Die Anzahl der Befragten beläuft sich auf 2.001 und ist 14 Jahre oder älter. Etwa 29 Prozent der Deutschen nutzen Videostreaming-Dienste einmal pro Woche, 13 davon sogar täglich. Neben den beliebten Diensten wie “Netflix”, “Amazon Prime” oder “Disney +” werden auch die Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Medien konsumiert. Diese sind sogar am erfolgreichsten und erlangen eine Gesamtreichweite von 48 Prozent. Der Streaming-Dienst “Amazon Prime” war im Jahr 2017 der Favorit unter den Deutschen, bis Netflix ihn im Jahre 2020 mit seiner Abonnentenzahl überholte. (vgl. Statista: 2021) In Bezug auf das Reality-TV vertreten nicht alle Plattformen und Mediatheken dieses Genre.

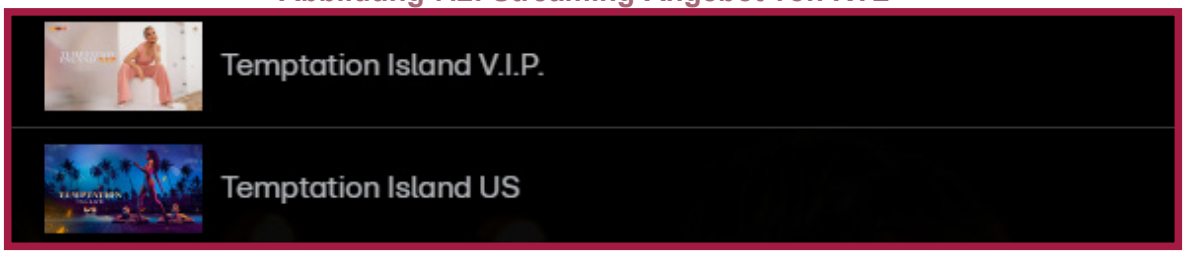
Als Beispiele dienen die öffentlich-rechtliche Mediathek, “Pro7”, “Netflix”, “Amazon Prime”, “Disney+” und “RTL+”. Alle haben in der Statistik einen hohen Verbrauch des Konsumenten angezeigt. Die ARD-Mediathek bietet keine Reality-TV-Inhalte an, während die restlichen Sender die Untergenres vertreten. In der “Pro 7”-Mediathek sind Docu-Soaps und Reality-Shows vorzufinden. Auf der Plattform “Netflix” ist die Auswahl an Reality-TV-Formaten über die Jahre gestiegen. Hier erhält der Nutzer eines Abonnements eine Auswahl an Docu-Soaps und Reality-Shows. Zunächst fing der Streaming-Dienst damit an, sich einen hohen Stellenwert durch gut produzierte Serien und Filmen zu erarbeiten. Diese Arbeit erweist sich als kostspielig, da alle bekannten und populären Streaming-Dienste in einem Wettbewerb untereinander stehen. Das Angebot ist für einige Nutzer zu hoch und die Liste an Filmen und Serien, die der Nutzer schauen möchte, wird immer länger. Dadurch verliert der Streaming-Dienst an Gewinn, da ein Nutzer seine Liste an Filme und Serien nicht schnell genug abarbeiten kann und somit manche der Serien weniger geschaut werden als andere. Das Reality-TV-Genre ist im Vergleich zu Serien und Filmen eine günstige und schnelle Art, Inhalte auf den Markt zu bringen. Die Produktionskosten sind weniger hoch. Gleichzeitig sind die produzierten Serien profitabel, wenn sie von vielen Nutzern geschaut werden. Auch bei “Amazon Prime” und “Disney+” lassen sich Docu-Soaps und Reality-Shows vorfinden. Der Sender “RTL” und seine Streaming-Plattform “RTL+” bieten eine große Bandbreite von Genres, da auf der Streaming-Plattform mehrere Sender zusammenlaufen. Allerdings ist hierbei zu beachten, dass die meisten Reality-TV-Formate ursprünglich aus anderen Ländern kommen und der Sender sie adaptiert hat.

Abbildung 7.1: Streaming-Angebot von RTL+



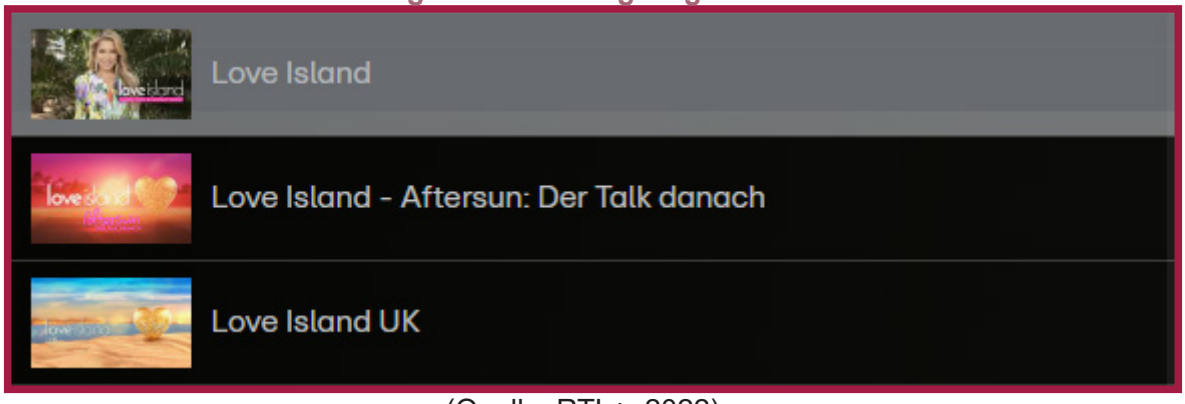
(Quelle: RTL+, 2022)

Abbildung 7.2: Streaming-Angebot von RTL+



(Quelle: RTL+, 2022)

Abbildung 7.3: Streaming-Angebot von RTL+



(Quelle: RTL+, 2022)

Aufgelistet sind drei Reality-TV-Formate, die auf dem Streaming-Dienst “RTL+” laufen. Das Format “Ex On The Beach US” wurde im Jahre 2014 ausgestrahlt. Sechs Jahre später wurde dieses mit deutschen Teilnehmern realisiert. Das Format “Temptation Island” gibt es seit 20 Jahren und wurde 2019 in der amerikanischen Version ausgestrahlt. Danach gab es im Jahr 2020 auch eine Version mit deutschen Teilnehmern. Im Jahr 2005 wurde das amerikanische Format “Love Island” ausgestrahlt, im Jahr 2017 folgte die deutsche Version vom Sender “RTL 2”. Die Formate wurden allerdings nicht nur von deutschen Produktionen adaptiert. Viele Länder haben den Erfolg in den Reality-TV-Shows gesehen und sie demnach umgesetzt.

Strategien für Abonnenten-Zuwachs

Streaming-Dienste brauchen langfristige Abonnenten, die ihre Inhalte nutzen. Es gibt viele Plattformen mit unterschiedlichen Abo-Optionen.

Abbildung 8.1: Streaming-Angebote

Anbieter	Probezeit	Preis
Netflix	nein	ab 7,99 Euro
Amazon Prime Video*	30 Tage	69 Euro jährlich
Disney Plus*	nein	6,99 Euro
Apple TV Plus*	7 Tage	4,99 Euro
Sky Ticket*	nein	ab 9,99 Euro
Netzkino Plus	nein	ab 3,75 Euro
Joyn Plus*	30 Tage	6,99 Euro
TV Now Premium	30 Tage	ab 4,99 Euro
Mubi	7 Tage	9,99 Euro
Sooner	14 Tage	7,95 Euro
Arthouse CNMA	14 Tage	3,99 Euro
Filmtastic	14 Tage	3,99 Euro
Home of Horror	14 Tage	3,99 Euro
Mein Filmclub	30 Tage	ab 4,99 Euro
MagentaTV	nein	ab 10 Euro

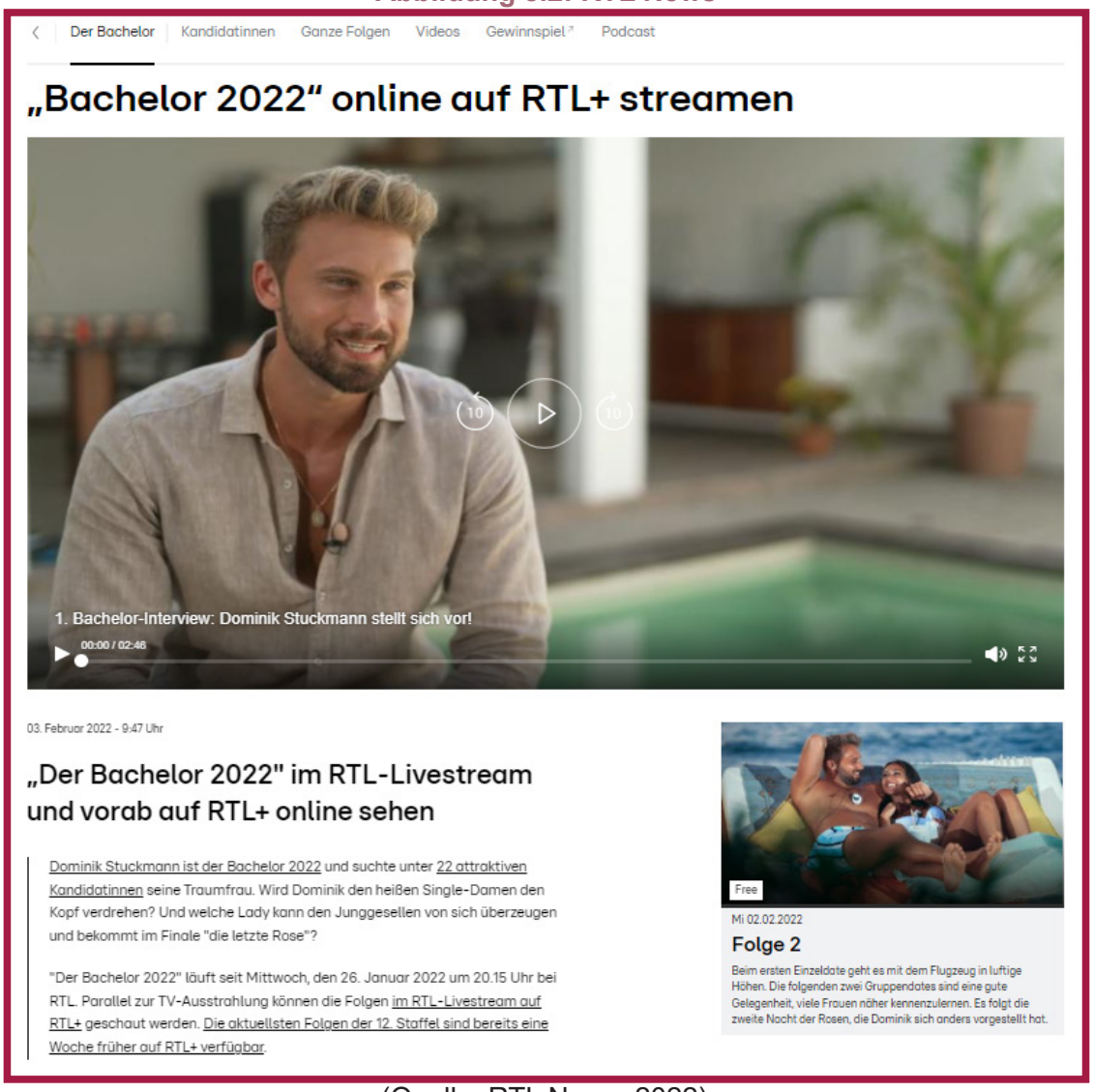
(Quelle: t3n, 2021)

Video-On-Demand

Außer den Streaming-Diensten “Netflix”, “Disney+”, “Sky Ticket”, “Netzkino Plus” und “MagentaTV” bieten alle Plattformen ein Probeabonnement an. Dieses dient dazu, dass Nutzer für einen bestimmten Zeitraum (exklusive) Medieninhalte nutzen können. Sofern das Interesse an den Inhalten besteht, können sie das Probeabonnement problemlos in ein festes Abonnement auslaufen lassen. Gleichzeitig ist es auch möglich, dass Nutzer ihr Probeabonnement vergessen zu kündigen und in ein kostenpflichtiges Abonnement fallen.

Es ist bedeutsam, dass alle Streaming-Dienste viele, unterschiedliche Inhalte bieten, sodass die Nutzer nicht das Interesse verlieren. Durch exklusive Inhalte machen sich die Streaming-Plattformen attraktiver gegenüber anderen Diensten. Es werden Filme oder Serien angeboten, die sich ausschließlich auf der jeweiligen Plattform befinden und nur dort konsumiert werden können. Ein Beispiel für das Reality-TV-Genre ist das Format “Temptation Island VIP”. Die Serie gibt es ausschließlich auf “RTL+” und wird nicht im TV ausgestrahlt. Des Weiteren ist es bei “RTL+” möglich, verschiedene TV-Formate eine Woche im Voraus zu schauen. Aktuell ist es beispielsweise möglich, die neue Staffel der Serie “Der Bachelor” eine Woche vor dem Ausstrahlungstermin im regulären Fernsehprogramm zu schauen.

Abbildung 8.2: RTL News

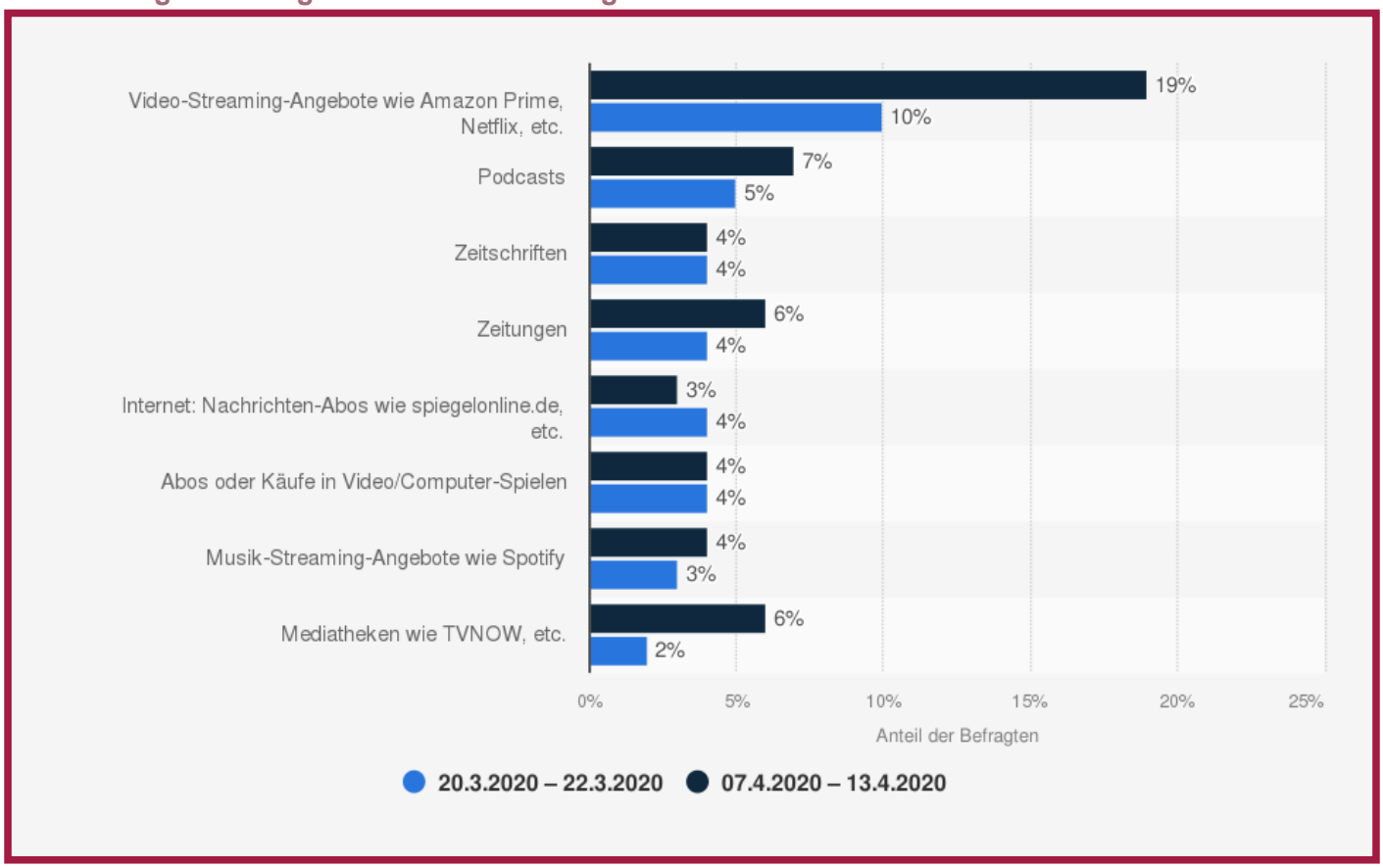


(Quelle: RTL News, 2022)

Diese genannten Punkte können Gründe sein, weshalb sich ein Abonnement für den Streaming-Dienst lohnt. Allgemein gestaltet es sich für den Nutzer attraktiv, wenn er selbst entscheiden kann, wann und wo er Serien und Filme konsumieren möchte.

In Hinblick auf die Corona-Pandemie ist es auffällig, dass der Abonnenten-Zuwachs während des ersten Lockdowns im Jahr 2020 angestiegen ist.

Abbildung 9: Umfrage über die Abwicklung eines Abonnements während der Corona-Pandemie



(Quelle: Statista, 2020)

In der Umfrage wurden zwei Zeiträume untersucht. Im ersten Zeitraum wurden 1.108 Personen befragt, während im zweiten Zeitraum 724 Personen teilgenommen haben. Die Altersgruppe beläuft sich auf Personen ab 16 Jahren.

Sowohl bei Video-Streaming-Angeboten, als auch bei Mediatheken ist die Anzahl der Abonnements im zweiten Zeitraum angestiegen. (vgl. L.Rabe: 2020)

Möglicherweise liegt der Anstieg der Nutzung von Streaming-Diensten und Mediatheken daran, dass es in der Corona-Pandemie – vor allem in Zeiten des Lockdowns – nicht möglich ist, seine Freizeit so gestalten, wie es vor der Pandemie der Fall war. Daher wird nach einer Alternative gesucht, um den Tag angenehmer zu gestalten und ihn mit einem breitgefächerten Angebot an Medieninhalten zu füllen.

Die Moderation und der Moderator

Die Rolle des Moderators

„Wenn wir die deutsche TV-Landschaft betrachten und uns die Lebensläufe ansehen, können wir klar zuordnen, dass die meisten Moderatoren einen journalistischen Hintergrund haben.“ (Tirok 2013: S. 14)

Die ersten Karriereschritte finden laut Tirok in einer Redaktion statt. Zunächst haben Moderatoren als Redakteure oder Realisatoren gearbeitet, bis sie vor der Kamera standen. Die Moderation unterscheidet sich vom einfachen Gespräch, wobei sie ähnlich sein kann, wenn man sich selbstbewusst in ihr fühlt.
(vgl. Tirok 2013: S. 33, 34)

Nach Tirok überzeugt die Authentizität bei der Arbeit vor der Kamera. Je weniger die Moderatorin oder der Moderator sich charakterlich verstellt, desto mehr Erfolg ist möglich. Der Zuschauer macht sich wie im realen Leben ein Bild vom Moderator. Wenn hierbei der Zuschauer gelangweilt oder überfordert mit der Persönlichkeit ist, findet der Moderator keinen Platz vor der Kamera. Laut Wolfgang Menge benötigt man als Journalist eine Menge Selbstbewusstsein, da ihm auch Ablehnung entgegenkommen kann. Das gilt vor allem für Journalisten, die vor der Kamera stehen. Es ist möglich, dass Themen abgelehnt werden, Drehbücher verworfen werden oder die Leistung kritisiert wird. Daher sind gute Kritikfähigkeit und das eigene Selbstwertgefühl von großer Bedeutung und Voraussetzung, um sich als Moderator weiterentwickeln zu können.

Roger Willemsen hat die Meinung formuliert, dass es in der deutschen Fernsehlandschaft einige Moderatoren gibt, die nicht wegen ihrer moderativen Fähigkeiten, sondern aufgrund ihrer Authentizität erfolgreich sind. Es spielt gemäß dieser Hypothese weniger eine Rolle, wie viel fachliches Wissen ein Moderator aufzeigt. Vielmehr ist es die Persönlichkeit, die am Ende zählt. (vgl. Tirok 2013: S.116-118)

Die Bedeutung von Persönlichkeit und Authentizität wird im weiteren Verlauf der Arbeit deutlicher, indem speziell auf Moderationsarten in verschiedenen Formaten eingegangen wird.

TV-Moderationsarten

Die erste Moderationsart ist die Anmoderation. Sie findet sich in Interviews, bei Aufsagern, Live-Schaltungen und Reporterstücken, bei Podiumsdiskussionen, Messepräsentationen oder Doppelmoderationen wieder. In der Anmoderation ist es bedeutend, den Zuschauer neugierig zu machen. Sie besitzt die Aufgabe, das jeweilige Thema einzuleiten und Gäste oder Gesprächsrunden vorzustellen. Die Dauer der Anmoderation ist abhängig vom Umfeld. Allerdings sollte sie nicht länger als 20 Sekunden sein, sodass das Interesse des Zuschauers erhalten bleibt. (vgl. Tirok 2013: S.40)

Nach Tirok wird das Fernsehen für den Zuschauer gemacht. Es ist bedeutend, dass wir ihn mithilfe der Anmoderation in das Geschehen leiten, ohne ihn dabei zu überfordern. Dabei sind zu viele Details oder Zahlen zu vermeiden. Hier ist es außerdem wichtig, nicht zu viel Spannung aufzubauen, wenn diese im Nachhinein nicht gehalten werden kann. (vgl. Tirok 2013: S.41)

Relevante Informationen werden im besten Fall in einer Geschichte übermittelt. Abhängig hiervon ist allerdings das Format und die Sendung, in dem sich der Moderator befindet. Jedoch werden auch in Nachrichtensendungen Geschichten mithilfe von Schicksalen vermittelt, um den Zuschauer abzuholen und auf kreative Art und Weise das Interesse zu wecken. (vgl. Tirok 2013: S.43) Dies ist auch mit einer Abmoderation möglich. Hier kann der Moderator zusätzliche Informationen erwähnen oder auf Webseiten hinweisen. Allerdings ist eine Abmoderation nicht immer notwendig. Manche Beiträge lassen sich auch mit dem letzten Kamerabild erzählen. (vgl. Tirok 2013: S.45)

Das Interview ist eine zusätzliche Moderationsart, dessen Ursprung aus dem Polizeiverhör kommt. Ohne einfallsreiche Polizisten der 1830er Jahre in Amerika gäbe es laut Tirok eine Darstellungsform weniger.

Zunächst war das Interview ein Gesprächs-Protokoll zwischen den Kriminellen und der Staatsmacht. Zeitgleich waren neue Druckereimaschinen fähig, effektiv mehrere Zeitungsseiten zu erstellen, wodurch die Penny Press erfunden wurde. Für diese Zeitung fehlten jedoch Inhalte, die mit wenig Zeitaufwand gefüllt werden mussten.

Daher wurde hierfür das Polizeiverhör genommen, das dem heutigen Interview-Format weniger ähnelt, da das damalige Verhör das wörtliche Gespräch wiedergab. 30 Jahre später veröffentlicht der englische Reporter Joseph McCullagh ein Gespräch zwischen ihm und einem Politiker in Schriftform. Diesem Gesprächsprotokoll gibt er den Namen „Interview“ und erfindet somit ein neues Genre, welches andere Menschen auch dazu verleitet, Interviews zu führen. Die Londoner Zeitung ist durch ihre konservative Einstellung weniger begeistert von dem Zuwachs und äußert sich negativ, indem sie schreibt, dass es sich um das „vereinigte Produkt aus dem Humbug eines Politikers und dem anderen Humbug eines Zeitungsschreibers“ handelt. (Tirok 2013: 65) Danach wurde der Begriff “Interview” 1894 in Meyers Konversationslexikon aufgenommen und das Genre hat sich durchgesetzt. (vgl. Tirok 2013: S. 64, 65)

Die Moderation und der Moderator

Um ein Interview vorzubereiten, muss ein Thema vorhanden sein. Für dieses Thema wird eine Recherche betrieben, sodass eine Vielzahl von Fragen und Antworten geboten ist. Je ausgefallener eine Frage ist, desto höher ist die Chance auf ein individuelles Interview, obwohl das ausgewählte Thema schon oft behandelt wurde. Nachfolgend ist es bedeutsam, dass das Thema konkret und detailliert beschrieben wird, sodass der Zuschauer mit Bildern, Erfahrungen und Gefühlen konfrontiert wird.

Für die Struktur eines Interviews ist es wichtig, dass die erste Frage originell ist und einen bedachten Einstieg bringt. Der weitere Verlauf des Interviews muss inhaltlich strukturiert sein, sodass jede Frage, die gestellt wird, ein klares Ziel hat.
Dem Moderator oder der Moderatorin sollte immer bewusst sein, was er oder sie erreichen möchte.
(vgl. Tirok 2013: S. 66-69)

Fragetypen

Während eines Interviews lassen sich unterschiedliche Fragetypen stellen. Es gibt sowohl **offene** als auch **geschlossene Fragen**, wobei offene Fragen bevorzugt werden, um den Redeanteil des Gastes zu steigern. Er kann durch offene Fragen seine Antworten erklären, während er eine geschlossene Frage nur bejahen oder verneinen kann.

Bei einer **Sachfrage** werden Sachverhalte neutral abgefragt. Bei diesem Fragetyp ist es wichtig zu hinterfragen, ob der Inhalt nicht vorher hätte recherchiert werden sollen, sodass eine relevantere Frage gestellt werden kann, die das Interview mehr vorantreibt.

Die **Erzählfrage** bietet dem Gast die Möglichkeit, ausgiebig zu erzählen und zu beschreiben. Der Bereich für diesen Fragetyp sollte allerdings im Vorfeld gesetzt werden, sodass der Gast nicht zu stark ausschweift. Je gezielter eine Erzählfrage formuliert ist, desto spezifischer ist die Antwort und das Gespräch zwischen Moderator und Gast wird nicht dem Zufall überlassen.

Darüber hinaus gibt es die **Plateaufrage**, welche dem Moderator die Möglichkeit gibt, vor der Frage einige Informationen für den Gast und den Zuschauer zu erwähnen. Bei diesem Fragetyp ist es möglich, eine vorher recherchierte Information weiterzuführen und einen neuen Zusammenhang zu kreieren.

Außerdem gibt es die Einschätzungsfrage, um eine subjektive Einschätzung des Gastes einzuholen.

Die **Alternativfrage** gibt dem Gast vorweg zwei Antwortmöglichkeiten vor, wodurch der Rahmen sehr klein gehalten wird. Hierbei werden sonstige Antwortmöglichkeiten ausgeschlossen, wodurch der Gast manipulativ unter Druck gesetzt wird.

In der **Suggestivfrage** nimmt der Moderator dem Gast die Antwort bereits in der Frage vorweg, sodass der Gast nur noch eine Möglichkeit besitzt zu antworten. Demnach ist dieser Fragetyp manipulativer als die Alternativfrage.

Bei einer **provozierenden Frage** sind Emotionen von Bedeutung, da sie darauf aus ist, eine emotionale Reaktion des Gastes auszulösen.

Eine **Überraschungsfrage** soll während eines Interviews ungeplante Momente herstellen, sowohl seitens des Moderators, als auch des Gastes. Hierbei sollte allerdings mit Vorsicht gehandelt werden, sodass der Moderator nicht in eine schwierige Situation gerät.

Gut geleitete **Interviews** von Moderatoren und Moderatorinnen besitzen eine Mischform aus offenen und geschlossenen Fragen. Auch Statements gehören dazu, die den Gast zu einer Reaktion auffordern.
(vgl. Tirok 2013: S.73-77)

Die Moderation und der Moderator

Die sieben Rollen des Moderators nach Burger

Der Moderator ist anpassungsfähig und ändert seine Vorgehensweise je nach Sendung und/ oder Gespräch. Nach Burger gibt es sieben Rollen, die ein Moderator einnehmen kann. Es gibt Journalisten, die bei einem Sender arbeiten und außerdem Menschen, die aus einem anderen Berufsfeld kommen und die Rolle des Moderators einnehmen.

Die erste der sieben Rollen bezieht sich auf die klassische Funktion eines Moderators. Er führt eine Moderation durch, bringt eine Struktur in das Gespräch hinein und leitet es, ohne sich in den Vordergrund zu stellen.

In der zweiten Rolle vermittelt der Moderator die Begegnung seiner Gäste mit dem Publikum. Dabei achtet er darauf, dem Gast gegenüber höflich zu sein und ihm die Chance zu geben, sich zu präsentieren.

Bei der dritten Rolle spricht Burger über den sozialen Status zwischen dem Moderator und dem Gast. Fühlt sich ein Gast dem Moderator überlegen, kommt es vielleicht zu einem Rollenkampf und der Gast versucht, dem Moderator gegenüber dominanter zu sein. Ist der soziale Status der beiden Menschen gleich und sie sehen sich als prominent an, kann es zu einem Ungleichgewicht kommen, sodass der Gast die strukturellen Vorrechte des Moderators unterbindet oder der Moderator sich selbst ins Licht rücken möchte.

In der vierten Rolle übernimmt der Moderator die Position eines Vertreters des Rezipienten. Die Rolle des Vertreters besitzt zwei Seiten. Entweder versetzt sich der Moderator in die Lage des Rezipienten und formuliert aus dessen Sicht, oder er macht sich zum Anwalt der Interessen und Probleme des Rezipienten.

Die fünfte Rolle besagt, dass es Gesprächsformen gibt, in denen die strukturierte Rolle in den Hintergrund gerückt wird, sodass der Moderator ausschließlich Teilnehmer des Gesprächs ist und seine strukturellen Rechte und Pflichten auslässt.

In der sechsten Rolle ist der Moderator, sofern er ein ausgebildeter Journalist ist, ein Vertreter seiner Institution. Anders ist es bei einem Moderator, dessen Berufsfeld nicht vorrangig der eines Journalisten ist. Hier ist der Moderator unabhängiger und vertritt nicht die Institution, in der er das Gespräch führt. Dennoch kann er die strukturellen Rechte und Pflichten übernehmen, ohne die Rolle des Institutionsvertreters zu akzeptieren.

Hinsichtlich der siebten und somit letzten Rolle erklärt Burger, dass ein Moderator als Experte handeln kann. Wenn er aus einem anderen Berufsfeld stammt, tritt der Moderator als Experte in seinem beruflichen Fachgebiet auf. (vgl. Burger 1991: S. 277-278)

Off-Moderation

Die Off-Moderation ist eine extradiegetische Sprecherinstanz. Dies bedeutet, dass sie den Rahmen in einer Serie bildet und die äußere Handlung erzählt. Dabei nehmen die Sprecher nicht an der Handlung teil und befinden sich außerdem nicht am Ort des Geschehens. Diese Moderationsart übernimmt unter anderem die Funktion, Spannung und Dramatik zu erzeugen. (vgl. Labitzke 2009: S. 167)

Doppelmoderation

In einer Doppelmoderation sind die Harmonie und Aufgabenverteilung zwischen den Moderatoren von großer Bedeutung. Eine klare Verteilung für Anmoderation und Interview sorgen für eine klare Struktur. Jedoch sollten sowohl die Begrüßung als auch der Abschied zusammen moderiert werden. Wenn eine komplette Veranstaltung gemeinsam moderiert werden soll, ist auch hier eine klare Aufgabenverteilung wichtig. Bei einer Begrüßung werden einzelne Textpassagen unterteilt. Nach klassischer Art beginnt die Frau mit der Moderation. Danach stellt sich auch der Moderator vor und begrüßt das Publikum. Hierbei können beide Moderatoren kreativ sein und sich gegenseitig vorstellen. Eine Doppelmoderation ist nur dann erfolgreich, wenn die Moderatoren freundlich zueinander sind und sie sich aufeinander einlassen und sich unterstützen. Doppelmoderationen haben eine positive Wirkung auf den Zuschauer, indem sie dynamisch, spontan und unterhaltend sind. (vgl. Tirok 2013: S.177-179)

Moderationsrollen im Reality-TV

In diesem Kapitel werden unterschiedliche Reality-TV-Formate untersucht. Zunächst wird erläutert, um welches Format es sich handelt und welche Moderationsart in diesem ausgeübt wird. Außerdem werden diverse “Skandale” der Serien untersucht, die in den letzten Jahren durch unterschiedliche Szenarien innerhalb der Sendung eingetreten sind.

Schwiegertochter gesucht

In dieser Docu-Soap hilft Moderatorin Vera Int Veen alleinstehenden Menschen, die große Liebe zu finden. Sie begleitet die Kandidaten auf diesem Weg und bietet ihre Unterstützung an.

Abbildung 10.1: Screenshot des Intros aus der Serie „Schwiegertochter gesucht“

(Quelle: RTL+, Schwiegertochter gesucht, Staffel 14, Folge 0, 2021)

Das Intro der neuesten Staffel zeigt Moderatorin Vera Int Veen auf dem Weg zu den unwissenden Kandidaten der neuen Staffel. Diese werden von ihr für die erfolgreiche Teilnahme am Format beglückwünscht. Der Anhänger des Autos dient dazu, sich an dem jeweiligen Ort mit Campingstühlen und einer Tasse Tee zu unterhalten.

Auffällig am Intro der Sendung ist die aufgezeigte Einblendung. Um neue Bewerber zu generieren, werden die Telefonnummer und die E-Mail Adresse der Produktion eingeblendet. Die Einblendung erstreckt sich in der ganzen Folge und taucht immer wieder in verschiedenen Sequenzen auf. Das Aussehen des Titels und der Farben weisen auf eine unschuldige und liebevolle Charakteristik der Sendung hin.

Vera Int Veen nimmt hier die mütterliche und fürsorgliche Rolle ein. Mit einem warmen Getränk unterhält sie sich über die Wünsche und Vorstellungen der Kandidaten. Es entsteht eine wohlige Atmosphäre wie im eigenen Zuhause.

Abbildung 10.2: Screenshot aus der Serie „Schwiegertochter gesucht“

(Quelle: RTL+, Schwiegertochter gesucht, Staffel 14, Folge 0, 2021)

Art der Moderation

Die folgende Analyse bezieht sich auf die erste Folge der 14. Staffel. Die Moderationsart von Vera Int Veen ist eine klassische Moderation. In der neuen Staffel teilt sie sich die Moderation mit einer weiteren Person, die im Off zu hören ist. In den vorherigen Staffeln war ausschließlich Vera Int Veen die Moderatorin sowohl im Off, als auch vor der Kamera.

Zu Anfang gibt Vera Int Veen eine Anmoderation mit den Worten:

“Neues Jahr, neues Glück und neue Söhne. Die neue “Schwiegertochter gesucht”-Staffel startet jetzt und ich bin in ganz Deutschland unterwegs und besuche unsere Männer und auch die Mütter und vielleicht ist der ein oder andere ja für euch dabei. Merkt euch die Telefonnummer oder schreiben Sie uns eine E-Mail.”
(RTL+, Schwiegertochter gesucht: 2021: S14, F0, 01:10 min. - 01:38 min.)

So leitet sie die Zuschauer in die aktuelle Staffel und weckt das Interesse für das Publikum und angehenden Kandidaten.

Zum Schluss beendet sie die Folge mit einer Abmoderation: *“Das war’s leider schon wieder und wenn Sie jetzt einen unserer Junggesellen kennenlernen wollen, dann melden Sie sich bei mir! Rufen Sie mich an oder schreiben Sie eine E-Mail. Bis ganz bald.”*
(ebd., 44:17 min. - 44:49 min.)

Abbildung 10.3: Screenshot des Outros aus der Serie „Schwiegertochter gesucht“

(Quelle: RTL+, Schwiegertochter gesucht, Staffel 14, Folge 0, 2021)

Wie bereits im Kapitel “TV-Moderationsarten” erwähnt, weist Vera Int Veen auf die möglichen Kontaktaufnahmen hin und fordert den Zuschauer auf, sie bei Interesse für einen Kandidaten anzurufen. Hierbei ist allerdings zu hinterfragen, ob man mit Vera Int Veen persönlich spricht oder die Produktion zuständig für die Kontaktaufnahme ist.

Innerhalb der Sendung bedient sie sich an diversen Fragetypen, um mehr Informationen über die Kandidaten zu erfahren. Bei Minute 10:47 stellt sie dem Kandidaten folgende Frage:

“Was wünschst du dir denn für eine Frau?”

In dieser Situation benutzt Vera Int Veen eine Erzählfrage, sodass der Kandidat ausgiebig über seine Situation berichten kann. Daraufhin geht sie auf seine Antworten ein und bildet einen natürlichen Gesprächsfluss. Dieses Schema der Moderation erstreckt sich über die gesamte Folge.

Seit mittlerweile über 10 Jahren sucht Moderatorin Vera Int Veen Kandidaten für die Serie “Schwiegertochter gesucht”. (vgl. NEO MAGAZIN ROYALE 2016: 08:02 min.)

Die Redaktion der Sendung “Neo Magazin Royale” schleuste im Jahr 2016 einen falschen Kandidaten in die Sendung ein, um einen Einblick hinter die Kulissen zu gewähren. Mithilfe von eigenen, versteckten Kameras zeigen sie die Arbeit des Produktionsteams. Des Weiteren ist zu sehen, wie die Mitarbeiter des Teams von “Schwiegertochter gesucht” den eingeschleusten Kandidaten auf übertriebene Art und Weise darstellen und ihm den Text für die Kameras vorspricht. (vgl. Schleich, Nesselhauf 2016: S. 65-67)

Jan Böhmermann und sein Team formt passend zur Sendung zwei Kandidaten für “Schwiegertochter gesucht”. Dabei achteten sie darauf, den vermeintlichen Kandidaten außergewöhnliche Merkmale zu geben. Die Kandidaten sind in Wahrheit Schauspieler, die zusammen mit “Neo Magazin Royale” die Sendung “Schwiegertochter gesucht” auf ihre Vorgehensweise und Produktionsweise überprüfen. Sie heißen Andreas Schneiders und Simon Steinhorst. In ihren Rollen bei “Schwiegertochter gesucht” bekommen sie die Namen René und Robin. Robin ist der vermeintliche Kandidat, der auf der Suche nach der großen Liebe ist.

Abbildung 11.1: Schauspieler Andreas Schneiders und Simon Steinhorst

(Quelle: Youtube, NEO MAGAZIN ROYALE, 2016)

Zu den Kandidaten der Sendung passen beispielsweise ein schräges Hobby, eine heruntergekommene Wohnung, ein “skurriles” Aussehen und eine Art Markenzeichen, damit diese unverwechselbar für den Zuschauer sind. (vgl. NEO MAGAZIN ROYALE 2016: 09:08 min-10:00 min.)

Während der Dreharbeiten wird deutlich, dass der Vater des vermeintlichen Kandidaten ein Alkoholproblem hat. Er wird vom Team gefragt, wie viel Bier er pro Tag konsumiert und antwortet mit “acht Bier pro Tag”. Nach der Frage wird kurz über seine Aussage diskutiert, bis die Mitarbeiter des Teams sich dazu entschieden haben, mit den Dreharbeiten fortzufahren. (ebd: 11:50 min.-12-02 min.)

Der Haupt-Dreh der Serie beinhaltet zehn Drehtage und im ausgehändigten Vertrag stehen 30 Drehtage, falls etwas nachgedreht werden muss. Für den gesamten Zeitraum erhalten die Kandidaten eine Aufwandsentschädigung von 150 Euro. (ebd: 10:46 min.-10:53 min.)

Abbildung 11.2: Schauspieler Andreas Schneiders und Simon Steinhorst in ihren Rollen René und Robin

(Quelle: Youtube, NEO MAGAZIN ROYALE, 2016)

Der Sender RTL nimmt eigene Requisiten und verteilte sie im Haus der zwei vermeintlichen Kandidaten, um ihre Charaktere noch übertriebener darzustellen. So nahmen sie für den vermeintlichen Schildkrötenfan weitere Schildkröten mit in die Wohnung, um Robin noch skurriler aussehen zu lassen, und ließen ihn mit seinem Vater ein “Liebe ist…”-Puzzle zusammenstellen. (ebd: 12:42 min.-13:12 min.) Der Sender gab außerdem den Sprechtext vor, sodass die Kandidaten weiterhin von der Produktion geformt wurden. (ebd: 13:10 min.-13:25 min.)

Die Frage, die sich hierbei stellt, ist, weshalb sich RTL und die verantwortliche Produktion für diese Art der Behandlung gegenüber den Kandidaten entschieden haben. Bekannt ist die Serie auch durch Vera Int Veens Alliterationen in ihrer Moderation. Sei es der “herzensgute Hühnenkevin” (RTL+, Schwiegertochter gesucht: 2021: S11, F3, 01:40 min.) oder der “schnittige Schnauzbartträger Martin” (ebd. 01:49 min.) – ihnen wird gleich zu Beginn eine zu belustigende Rolle zugewiesen. Dadurch erhalten sie zwar einen individuellen Charakter, dennoch dient die Art der Wortwahl eher zur Erheiterung des Zuschauers.

Ein Format wie “Schwiegertochter gesucht” wäre interessanter und moralisch vertretbarer, wenn die Produktion ihren Kandidaten nicht vorher charakteristische Merkmale zuweist, sondern sich auf die individuellen Eigenschaften eines jeden Kandidaten einlässt. Außerdem wäre es angebracht, die Verträge für die Kandidaten zu überarbeiten und die Aufwandsentschädigung zu überdenken. Das Allerwichtigste jedoch ist, dass die gesundheitliche und mentale Verfassung der Kandidaten berücksichtigt wird und nicht als Stilmittel der Sendung genommen wird.

Promis unter Palmen

In dieser Reality-Show treten 10 Prominente oder Reality-TV-Stars gegeneinander an. Der Gewinner erhält eine “goldene Kokosnuss” und ein Preisgeld von 100.000 Euro. Die Kandidaten absolvieren täglich Challenges in einem Team. Das Gewinnerteam darf schlussendlich Kandidaten des Verliererteams aus der Sendung wählen und sie somit ausscheiden lassen.

Abbildung 12: Screenshot aus der Serie „Promis unter Palmen“

(Quelle: Joyn, Promis unter Palmen, Staffel 1, Folge 2, 2020)

Art der Moderation

Die folgende Analyse bezieht sich auf die erste Staffel des Formats.

In dieser Sendung gibt es keinen Moderator vor der Kamera. Hier übermittelt die Off-Moderation die Inhalte für den Zuschauer. Wie bereits erwähnt, leitet sie den Zuschauer in den aktuellen Stand der jeweiligen Situation ein und überbringt dem Zuschauer Informationen über den Ort, an dem sich die Produktion und das Team befindet.

“Vor der Traumkulisse Phukets erleben zehn deutsche Promis ein unvergessliches Abenteuer. Mit 60 Kameras, die in alle Ecken, Winkeln, Falten, Spalten und Abgründe blicken.”
(Joyn, Promis unter Palmen: 2020: S1, F1, 01:02 min.-01:09 min.)

Die Off-Kommentare erstrecken sich über die gesamte erste Folge und bieten immer wieder Erklärungen zu den jeweiligen Situationen. Allerdings kommt die Off-Moderation nicht häufig zum Einsatz. Die Serie lebt weitestgehend ohne Moderation. Die Teilnehmer sitzen innerhalb der Folgen in einem separaten Raum, in dem sie Interviews geben und ihre Gefühle zur aktuellen Situation schildern.

Bisher wurden zwei Staffeln von “Promis unter Palmen” produziert. Die zweite Staffel wurde wegen des Todes von Willi Herren, einem Kandidaten der zweiten Staffel, aus Pietätsgründen abgesetzt und nicht weiter ausgestrahlt. Außerdem sorgte ein weiterer Kandidat namens Prinz Marcus von Anhalt nach der ersten Folge für Diskussionen in der Medienwelt. In der Sendung äußerte er sich negativ gegenüber Homosexualität und reduzierte Frauen auf ihr Äußeres. Der Sender distanzierte sich von seinen Aussagen und von Prinz Marcus von Anhalt. (vgl. SPIEGEL kultur: 2021)

Abbildung 13.1: Twitteraccount des Benutzers „anredo“

(Quelle: Twitter, anredo, 2021)

Anhand der Kommentare unter seinem „Tweet“ ist erkennbar, dass nicht nur „anredo“ enttäuscht und schockiert gegenüber dem Sender ist. (vgl. Meedia: 2021)

Nachdem die problematische Folge von Prinz Marcus ausgestrahlt wurde und es negatives Feedback seitens der Zuschauer gab, ist der offizielle Twitter Account von SAT.1 aktiv geworden.

Abbildung 13.2: Twitteraccount des Senders Sat.1

(Quelle: Twitter, SAT.1MPF, 2021)

Prinz Marcus von Anhalt ist eine mehrfach vorbestrafte Person und ist bekannt für sein negatives Auftreten, sodass der Sender hätte wissen müssen, dass eine Zusammenarbeit mit ihm schlecht ausfallen könnte.

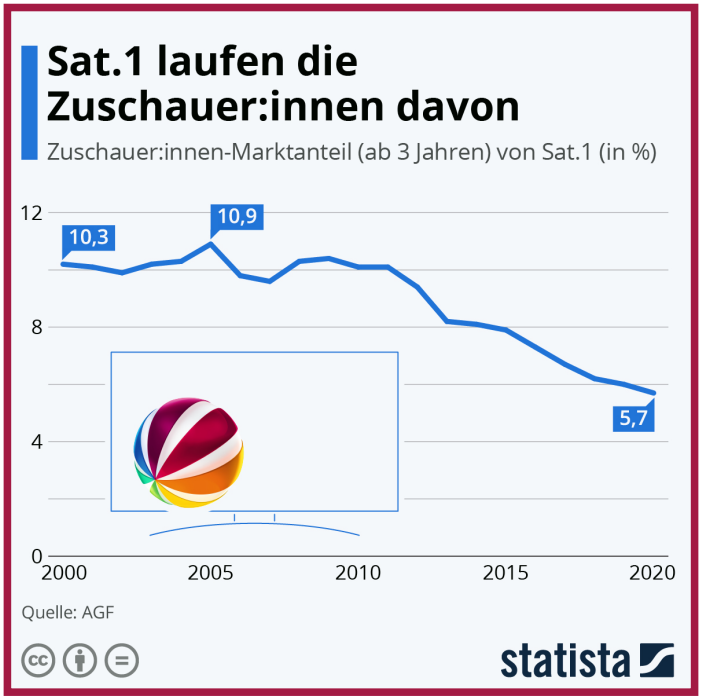
Abbildung 13.3: Twitteraccount des Senders Sat.1

(Quelle: Twitter, anredo, 2021)

Jedoch gab es nicht nur Probleme mit Prinz Marcus bei "Promis unter Palmen". Auch in der ersten Staffel machte ein Kandidat namens Sebastian Yotta eine Mitstreiterin nieder und wurde nach der Sendung außerdem bekannt durch seine Videos, in denen er sich frauenfeindlich äußerte. Auch hier distanzierte sich SAT.1 sofort von ihm, nachdem die Videos im Netz "viral gegangen" waren. Trotzdem ist und bleibt Sebastian Yotta Sieger der ersten Staffel.

Die aufgeführte Statista-Grafik zeigt die Entwicklung des Senders gemessen an dem Zuschauerinnen- und Zuschauer- Marktanteil zum Ausstrahlungszeitpunkt von “Promis unter Palmen”.

Abbildung 13.4: Zuschauer:innen Marktanteil von SAT.1



(Quelle: Statista, 2021)

In den letzten 20 Jahren ist dieser um 4,7 gesunken. In dieser Zeit hat SAT.1 das Reality-TV-Format mehr und mehr etabliert. Daraus erschließt sich, dass das Publikum andere Inhalte sehen möchte. Dies ist vor allem dann der Fall, wenn Menschen andere Menschen im Reality-TV diskriminieren.
(vgl. Statista: 2021)

„SAT.1 verändert sich. Das haben wir angekündigt, das tun wir. Deshalb haben wir beschlossen: Es wird keine weitere Staffel von „Promis unter Palmen“ geben. (...) Wir versuchen aus Fehlern zu lernen. Wir versprechen: Hier bleiben wir nicht stehen, sondern lassen unseren Worten weitere Taten folgen. (...) Wir haben ein großes Herz für richtig gute TV-Unterhaltung. Wir freuen uns auf ein neues Sat.1.”
(SAT.1 2021)

Daniel Rosemann, der Geschäftsführer von ProSieben - und seit Mitte Mai - von Sat.1 und Sat.1 Gold ist, möchte den Sender Sat.1 verändern. Er verabschiedet sich von alten Formaten und beauftragt neue Programme, um somit für ein anderes Image des Senders zu sorgen. (vgl. SPIEGEL kultur: 2021)

Seit wenigen Tagen ist der Nachfolger der Sendung bekannt. Das Format läuft nun unter dem Namen “Club der guten Laune” weiter. Die Produktionsfirma ist allerdings die gleiche. Drei Kandidaten wurden bereits angekündigt – Schauspieler Julian F.M. Stoeckel, Moderatorin und Schauspielerin Jenny Elvers sowie Schauspieler Martin Semmelrogge dürfen um ein Preisgeld von 50.000 Euro gegeneinander antreten. Die Dreharbeiten sollen noch diesen Monat starten.
(vgl. Roth 2022)

Es stellt sich die Frage, inwieweit sich das Format von der vorherigen Umsetzung unterscheidet. Wenn die Produktion “Endemol Shine” ebenso verantwortlich für “Promis unter Palmen” war, lässt es sich schwer vorstellen, dass die neue Serie für weniger Skandale sorgt. Die Pressemitteilung betont vor allem die schöne Location, in der sich die Kandidaten duellieren werden. Allerdings ähneln die Locations in sehr vielen Formaten einem Traumurlaub, indem man sich trotz dessen bis zum letzten Atemzug streitet. Auch die Location von “Promis unter Palmen” war eine sehr idyllische.

Abbildung 14: Screenshot aus der Serie „Promis unter Palmen“

(Quelle: Joyn, Promis unter Palmen, Staffel 1, Folge 3, 2020)

Moderationsrollen im Reality-TV

Raus aus den Schulden

In dieser Docu-Soap hilft ein Schuldnerberater seinen Klienten aus der Schuldenkrise. Das Format wurde acht Jahre lang mit Peter Zwegat umgesetzt. Nun hilft Schuldner- und Steuerberater Stilianos Brusenbach den Familien bei ihrer Problembewältigung.

Die siebte Rolle des Moderators nach Burger ist unter anderem dem “Help-TV” - Format zuzuordnen. In diesem Format wird anderen Menschen bei ihrer Problembewältigung geholfen. Pädagogin Katharina Saalfrank hilft in der Serie “Die Super Nanny” Eltern bei ihrer Kindererziehung. Schuldnerberater Peter Zwegat unterstützt verschuldete Menschen in der Serie “Raus aus den Schulden” und der Koch Christian Rach rettet andere Restaurants vor dem Ruin. Die drei aufgezählten Experten moderieren ihre Sendung. Dabei sind sie kein Experte des Moderierens, sondern führen die Zuschauer auf anderen Wegen durch die Sendung.

Art der Moderation

Im Folgenden soll nun die Rolle eines Experten auf anderem Gebiet anhand eines Beispiels erläutert werden. Für die zweite Folge der vierten Staffel von “Raus aus den Schulden” werden dramaturgische Mittel und die Moderatorenrolle
auf Basis von Burgers Moderationsrollen untersucht.

Zu Anfang werden die Protagonisten und ihre Schuldenprobleme gezeigt. Nach der Problemschilderung wird Schuldner- und Steuerberater Stilianos Brusenbach vorgestellt. Er ist Experte im Bereich Finanzen und gleichzeitig der Moderator. Finanzen und Zahlen sind seine Passion.

Das Erscheinungsbild von Stilianos Brusenbach ist eindeutig zuzuordnen. Er vermittelt nicht erstrangig die Rolle eines Moderators, sondern die eines Experten auf einem anderen Gebiet, nämlich der Schuldnerberatung. Durch seinen Anzug und seinem Aktenkoffer vermittelt er Seriosität. Sie sind außerdem Merkmale für seine eigentliche Berufung. Seine Mimik und sein generelles Auftreten suggerieren Positivität gegenüber des Zuschauers und seinen Klienten.

Abbildung 15.1: Intro aus der Serie „Raus aus den Schulden“

(Quelle: RTL+, Raus aus den Schulden, Staffel 15, Folge 2, 2021)

Zunächst ist die Off-Moderation zu hören. Sie ist zuständig für Ortsangaben und zusätzlichen Informationen. Sie teilt zu Anfang alle Eckdaten der Familie mit und gibt Einblick über ihre aktuelle Situation. Im Anschluss bestätigt und/oder ergänzt die Familie in Kurzinterviews die Kommentare der Off-Moderation. Die ersten Minuten der Serie bestehen nach der Einführung des Schuldnerberaters ausschließlich darin, dass die Probleme der Familie gezeigt werden und diese durch die Off-Moderation im Wechsel mit den Interviews der Familie weiter ausgeführt werden.

Bei Minute 05:44 taucht der Schuldnerberater Stilianos Brusenbach auf und macht sich das erste Mal vertraut mit der Schuldner-Familie. Er möchte sich aber nicht nur einen Überblick über die Geldsituation verschaffen. Indem er sich auch fragt, wie es der Familie geht und in welchen Lebensumständen sie stecken, nimmt er eine therapeutische und emotionale Rolle ein. Die Probleme der Familie werden weiter erläutert und es wird ein erstes Gespräch zwischen der Familie und dem Schuldnerberater geführt. Danach geht er mit ihr durch ihr Haus und lernt ihr Umfeld kennen.

Abbildung 15.2: Screenshot aus der Serie „Raus aus den Schulden“

(Quelle: RTL+, Raus aus den Schulden, Staffel 15, Folge 2, 2021)

Diese Art und Weise der Schuldnerberatung ist eine sehr persönliche und würde außerhalb des Formats nicht auf diesem Niveau stattfinden. Üblicherweise hat ein Schuldnerberater ausschließlich eine beratende Funktion. Im weiteren Verlauf der Sendung wird deutlich, dass Stilianos Brusenbach eine höhere kommunikative Rolle einnimmt als seine Interview-Partner. Dadurch stellt er sich mehr in den Vordergrund und entspricht laut Burger demnach nicht mehr der klassischen Rolle eines Moderators. Außerdem wird deutlich, dass sein Beruf und die damit verbundene Fachkompetenz im Fokus stehen.

Temptation Island

In dieser Dating-Show wird die Beziehung von vier Promi-Paaren unter Beweis gestellt. Nachdem sie sich mit einem Kuss verabschieden, teilen sich die Paare in unterschiedliche Häuser auf. Dort wartet die “Versuchung” auf sie, der sie widerstehen müssen. Die Frauen und Männer werden von Verführern und Verführerinnen auf die Probe gestellt. Hier kann es vorkommen, dass die eine Person die andere betrügt. All dies wird mit der Kamera festgehalten und den Paaren an einem Lagerfeuer übermittelt. Wer am Ende der Versuchung widersteht, geht als Paar aus der Show heraus. Es ist jederzeit möglich, aus der Show auszusteigen, falls einer der vergebenen Personen den anderen betrügt oder sich ein Teilnehmer aus verschiedenen Gründen unwohl fühlt.

Abbildung 16.1: Intro aus der Serie „Temptation Island“

(Quelle: RTL+, Temptation Island, Staffel 3, Folge 1, 2021)

Die Moderation der letzten Staffel von “Temptation Island” führt Lola Weippert. Für den Zuschauer und die Kandidaten wirkt Lola wie eine Freundin, der man alles erzählen kann. Genau diese Wirkung kommt der Arbeit der Moderation sehr entgegen. Falls sich einer der Kandidaten einen Fehltritt erlaubt, ist sie diejenige, die mit ihnen über diesen Vorfall spricht und ihn analysiert. Lola Weippert stellt außerdem Fragen, die in die private und emotionale Richtung gehen. Für diese Art von Fragetyp benötigt man eine Moderatorin, die einem Vertrauen übermittelt.

Art der Moderation

In dieser Untersuchung beziehe ich mich auf die erste Folge der 3. Staffel von “Temptation Island”. Zu Anfang benutzt Lola Weippert die Anmoderation:

“Herzlich willkommen bei Temptation Island! Ich bin Lola, die neue Moderatorin und ich nehme euch mit auf eine unvergessliche Reise.” (RTL+, Temptation Island: 2021, S3 F1, 00:06 min.-00:19 min.)

Die Anmoderation ist eine klassische Art, um den Zuschauer in das Geschehen einzuleiten. Um der Sendung einen Rahmen zu geben, folgt gegen Ende die Abmoderation, welche hier allerdings fehlt. Es wird ausschließlich gezeigt, was in der nächsten Folge passiert. Bei Minute 10:45 begrüßt die Moderatorin alle Kandidaten der Show und führt Interviews mit ihnen.

Sie stellt zu Beginn eine provozierende Frage:

“Alicia, es ist ja wirklich so bei euch in der Beziehung, ich sag mal, das Problem für dich das große Thema, ist die Eifersucht. Was ist da genau los bei dir?”
(ebd. 11:17 min.-11:27 min.)

Alicia gibt daraufhin eine emotionale Rückantwort und beklagt sich über die vielen Partys, die ihr Partner in den vergangenen Jahren gefeiert hat. Lola Weippert stichelt weiter, indem sie sagt, dass die Partys in diesem Format weitergehen werden. (ebd. 11:40 min.-11:42 min.**)**

Abbildung 16.2: Screenshot aus der Serie „Temptation Island“

(Quelle: RTL+, Temptation Island, Staffel 3, Folge 1, 2021)

Innerhalb der Sendung gibt Lola Weippert Informationen für die Kandidaten über einen Bildschirm, der in jedem Haus hängt. Hier fordert sie die Paare auf, zum nächsten Lagerfeuer zu erscheinen. Am Lagerfeuer erhalten die Kandidaten Videos aus der jeweils anderen Villa und haben die Möglichkeit zu erfahren, ob ihr Partner fremdgegangen ist. Lola Weippert und die Kandidaten sitzen sich gegenüber und es wird eine Interviewsituation geschaffen. In der Mitte befindet sich ein Bildschirm, auf dem das aufgezeichnete Videomaterial der jeweils andere Villa ausgestrahlt wird.

Abbildung 17.1: Das Lagerfeuer der Frauen von „Temptation Island“

(Quelle: RTL+, Temptation Island, Staffel 3, Folge 2, 2021)

Abbildung 17.2: Das Lagerfeuer der Männer von „Temptation Island“

(Quelle: RTL+, Temptation Island, Staffel 3, Folge 2, 2021)

Zunächst begrüßt Lola Weippert die Kandidaten und stellt ihnen eine offene Frage.

“Hallo und herzlich willkommen zum ersten Lagerfeuer, hier, bei Temptation Island. Wie geht’s euch denn gerade?” (RTL, Temptation Island: 2021, S3, F2, 41:23 min.)

Im weiteren Verlauf spricht sie mit einem Kandidaten über seine Freundin.

“So viel sei gesagt, sie kommt bei den Männern sehr, sehr gut an.” (ebd. 41:52 min)

Auffällig ist hier die provokante Aussage, die dafür sorgen könnte, dass der Kandidat ein ungutes Gefühl entwickelt und dies möglicherweise sein eigenes Verhalten verändert.

Bei Minute 43:27 fragt die Moderatorin Kandidatin Alicia, wie es ihr geht. Lola Weipperts Tonfall und ihre Mimik besitzen einen besorgten Charakter.

Abbildung 17.3: Mimik von Lola Weippert während des Interviews

(Quelle: RTL+, Temptation Island, Staffel 3, Folge 2, 2021)

Außerdem erhält die Interviewsituation durch die Frage und Lolas Haltung eine private und freundschaftliche Situation. Im weiteren Gespräch zwischen Alicia und Lola Weippert wird diese Charakteristik immer deutlicher. Sie kündigt die Videos von Alicias Freund an, indem sie sagt:

“Dann zeig ich dir jetzt Bilder, die dir nicht gefallen werden.” (ebd. 43:51 min.)

Vorab wird Alicia ein schlechtes Gefühl vermittelt, sodass sie sich mit einer von Lola Weippert vorgefertigten Erwartungshaltung die Ausschnitte aus dem anderen Haus anschaut. Im weiteren Verlauf geht Lola auf ihre Emotionen ein und formuliert negative Fragen, sodass es für die Kandidatin fast keine Möglichkeit gibt, etwas Positives zu sagen. Die Moderatorin besitzt die Möglichkeit, aufheiternde Worte zu vermitteln, um die Situation zu schlichten. Stattdessen fährt sie fort, indem sie sagt: “Es tut mir leid, aber wir haben weitere Bilder.” (ebd. 45:47 min.)

Diese Aussage ist ebenso negativ wie die Einleitung der ersten Bilder. Die Moderatorin hätte auch hier unterstützende Worte bieten können, allerdings lebt die Sendung von Skandalen und impulsiven Handlungen, die daraus resultieren, dass die Kandidaten emotional verletzt sind oder keinen Wert auf ihre Beziehung legen.

Are You The One?

In dieser Love-Reality-Show treffen Kandidaten auf ihren potentiellen Traumpartner. Hierfür haben sich Psychologen mit allen Kandidaten auseinandergesetzt und Paare zwischen Männern und Frauen gebildet. Allerdings müssen die Kandidaten in der Show erst herausfinden, wer sein oder ihr Partner sein könnte. Ein Preisgeld von insgesamt 200.000 Euro ist auch zu gewinnen. Dieses erhalten die Kandidaten allerdings nur, wenn am Ende alle ihren Partner, oder auch “Perfect Match”, gefunden haben.

Abbildung 18.1: Intro aus der Serie „Are You The One?“

(Quelle: RTL+, Are You The One? Staffel 3, Folge 1, 2021)

Bereits zum zweiten Mal führt Sophia Thomalla die Moderation für die Reality-Show “Are You The One?”. Eine weitere Reality-Show namens “Are You The One? Reality-Stars In Love” wird ebenfalls von Sophia Thomalla begleitet. Das Intro der dritten Staffel zeigt sie in einer spannungsreichen Situation. Zu sehen ist Moderatorin Sophia Thomalla auf einem Jetski. Sie wird außerdem von einer epischen Chormusik begleitet.

Die nachfolgenden Szenen zeigen Menschen in Aufruhr, als ein Bootsfahrer durch sein Fernglas Sophia Thomalla sichtet. Die Menschen verschanzen sich in ihre Häuser und es hat den Anschein, dass sie sich vor Sophia Thomalla verstecken wollen. Ein Rettungsschwimmer am Strand benutzt seine Pfeife und fordert die Menschen auf, den Strand zu verlassen, als Sophia Thomalla sich ihm nähert. Mit einer lässigen Haltung sagt sie “Es geht wieder los.” (RTL+, Are You The One, S3, F1, 02:24 min.)

Die nachfolgenden Szenen zeigen Menschen in Aufruhr, als ein Bootsfahrer durch sein Fernglas Sophia Thomalla sichtet. Die Menschen verschanzen sich in ihre Häuser und es hat den Anschein, dass sie sich vor Sophia Thomalla verstecken wollen. Ein Rettungsschwimmer am Strand benutzt seine Pfeife und fordert die Menschen auf, den Strand zu verlassen, als Sophia Thomalla sich ihm nähert. Mit einer lässigen Haltung sagt sie: *"Es geht wieder los."* (RTL+, Are You The One, S3, F1, 02:24 min.)

Abbildung 18.2: Menschen in Panik

(Quelle: RTL+, Are You The One? Staffel 3, Folge 1, 2021)

Abbildung 18.3: Die Moderatorin erreicht den Strand

(Quelle: RTL+, Are You The One? Staffel 3, Folge 1, 2021)

Das Intro stimmt mit dem Image von Sophia Thomalla überein. Sie präsentiert einen sehr starken und unnahbaren Charakter. Innerhalb der letzten Staffeln von "Are You The One" baute sich die Moderatorin einen bestimmten Ruf auf. Dieser vermittelt eine selbstbewusste und ehrgeizige Persönlichkeit, die sich auch in der Moderation widerspiegelt.

Art der Moderation

In der zweiten Folge der dritten Staffel führt Sophia Thomalla in der sogenannten “Matching Night” mit jedem Kandidaten kurze Interviews. In diesen wendet sie häufig provokante Fragen an.

Abbildung 18.4: Die Matching Night

(Quelle: RTL+, Are You The One? Staffel 3, Folge 2, 2021)

Nachdem Kandidatin Jessica herausgefunden hat, dass sie mit einem Kandidaten namens Mike kein “Perfect Match” ist, äußert sie sich sehr traurig über diese Erkenntnis, da sie bereits Gefühle entwickelt hat.

“Hast du denn trotzdem wieder bei Mike geschlafen?”
(RTL+, Are You The One, S3, F2, 25:22 min.)

Sophia Thomalla fragt die Kandidatin nach ihren Handlungen aus und wird dabei immer präziser. Dabei wendet sie die Suggestivfrage an, um der Kandidatin ihre Antwort vorweg zu nehmen und sie damit in ihrer Antwort zu beeinflussen.

“Also, du hattest ja viel Spaß mit Mike die letzten Tage. Aber mit Leon heute auch, oder?”
(ebd. 25:41 min, 25:53 min)

In dieser Situation schafft Sophia Thomalla eine Streitsituation zwischen den Kandidaten. Nachdem Jessica ihre Aussage bejaht, schildert Sophia Thomalla eine Kuss-Situation, die sich zwischen Jessica und Leon ergeben hat. Die Kandidatin versucht, den Kuss zwischen ihr und Leon herunterzuspielen, doch Sophia Thomalla gibt erneut provokante Aussagen, sodass die Situation weiter eskaliert:

“Nach ‘nem kleinen Schmatzer sah das nicht aus, du hast doch gesagt, du hast den Kuss sehr genossen.”
(ebd. 26:01 min.)

Nachdem die Kandidatin für die “Matching Night” Leon wählt, erreicht die Situation ihren Höhepunkt. Nun wird Leon von Sophia Thomalla nach seinem Empfinden zu dem Kuss befragt. Sie bleibt weiterhin auf einem provokanten Frage-Niveau und stellt am Ende des Gesprächs erneut eine Suggestivfrage:

Sophia: *“Und der Kuss heute, wie war der?”*

Leon: *“Ja, den Kuss heute hab ich natürlich auch genossen.”*

Sophia: *“Obwohl du wusstest, dass Mike Jessica eigentlich auch ganz gut findet, ne?”*

Leon: *“Ja, ich bin nicht hier, um Freunde zu finden, sondern um mein Perfect Match zu finden und eine Frau. Sorry.”*
(ebd. 26:28 min. - 26:43 min.)

Sophia Thomalla befragt nun Mike nach seinem Empfinden gegenüber dem Kuss zwischen Leon und Jessica. Es entsteht eine kleine Konversation zwischen Mike und Leon, in der sie sich anfeinden und übertrumpfen wollen. Das Ende des Interviews zwischen Sophia Thomalla und Leon besteht darin, dass Leon weiterhin für Jessica interessant bleiben möchte und keine Konkurrenz in Mike sieht.

Beide Kandidaten setzen sich hin und die Moderatorin beendet die Situation mit den Worten:

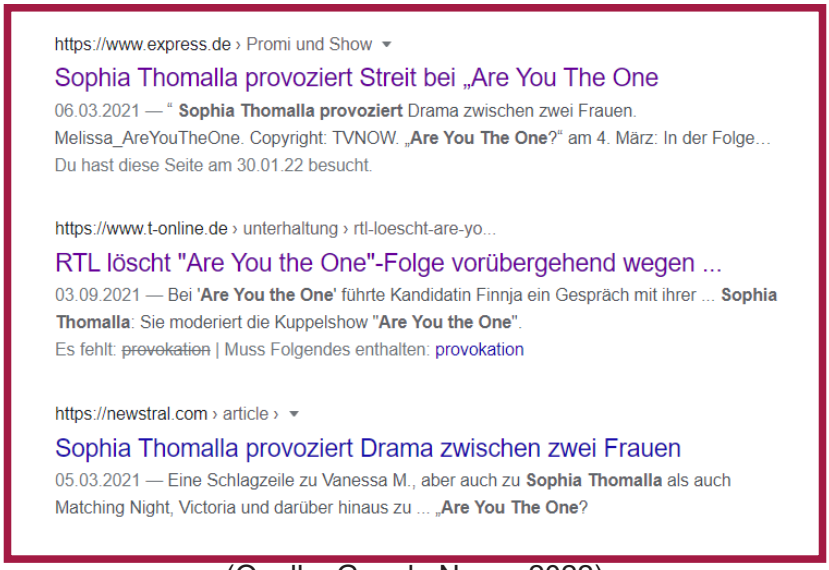
“Das geht doch schon mal gut los hier! Klasse Anfang!”
(ebd. 27:45 min. - 27:49 min.)

Abbildung 18.5: Die Matching Night

(Quelle: RTL+, Are You The One? Staffel 3, Folge 2, 2021)

In beiden Staffeln sorgt Sophia Thomalla für Streitereien unter den Kandidaten. Mit ihren stichelnden und provokanten Fragen bekommt sie jede Information aus einem Kandidaten heraus. Teilweise offenbart sie sogar Informationen gegenüber den Kandidaten, die sie noch nicht innerhalb der Gruppe diskutiert haben und schafft damit erhöhtes Streitpotenzial.

Abbildung 18.6: Google News, Sophia Thomalla



(Quelle: Google News, 2022)

Ich bin ein Star-Holt mich hier raus!

In dieser bekannten Reality-Show befinden sich mehrere bekannte Gesichter der Medienwelt in einem Dschungel und treten gegeneinander an. Der Gewinner verlässt den Dschungel mit dem Titel als Dschungelkönig/ -königin und einem Preisgeld von 100.000 Euro.

Abbildung 19: Intro der Serie „Ich bin ein Star-Holt mich her raus!

(Quelle: RTL+, Ich bin ein Star-Holt mich hier raus!, Staffel 15, Folge 1, 2022)

Moderationsrollen im Reality-TV

Art der Moderation

Die Moderatoren der Reality-Show sind Daniel Hartwich und Sonja Zietlow. Sie führen eine Doppelmoderation. Wie bereits erwähnt, ist es bei einer Doppelmoderation wichtig, dass beide Moderatoren miteinander harmonieren. Eine klare Verteilung an Redeanteil ist außerdem wichtig. In der ersten Folge der aktuellen Staffel befinden sich beide Moderatoren für die Anmoderation und Begrüßung vor der Kamera – ein weiterer, wichtiger Punkt in einer Doppelmoderation. Andernfalls kann es vorkommen, dass der Zuschauer verwirrt ist, wenn sich nicht zu Beginn der Sendung beide Moderatoren vorstellen. Da Daniel Hartwich und Sonja Zietlow schon mehrere Staffeln der Reality-Show moderiert haben, fällt es ihnen leicht, miteinander zu interagieren und Harmonie zu übermitteln. Durch spontan wirkende Scherze erschaffen sie innerhalb der Moderation eine Dynamik und infolgedessen eine positive Wirkung auf den Zuschauer. Doppelmoderationen haben den Vorteil, dass sie mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht an Langeweile und Monotonie leiden. Dies wird vor allem mit einem schon langjährig arbeitenden Moderationspaar wie Daniel Hartwich und Sonja Zietlow deutlich.

Als die Kandidaten zur Dschungelprüfung erscheinen, stellt Moderator Daniel Hartwich eine Erzählfrage, sodass der Kandidat ausführlich über seine Gefühlslage berichten kann:

“Geht’s euch denn gut?” (RTL+, Ich bin ein Star–Holt mich hier raus! 2022: S15, F4, 46:29 min.)

Nach einer kurzen Unterhaltung zwischen der Moderatoren und den Kandidaten, leitet Moderatorin Sonja Zietlow eine neue Situation mit Hilfe der Plateaufrage ein, indem sie zu Kandidatin Linda Nobat sagt:

“Aber was wir schon gemerkt haben, Linda, du bist die Köchin bei euch im Camp! Kochst du generell sehr gerne?” (ebd. 46:45 min.)

Die Plateaufrage wird angewendet, um vorab Informationen an den Zuschauer zu übermitteln und gegebenenfalls einen neuen Zusammenhang zu kreieren. Diese Situation wird in der darauffolgenden Frage von der Moderatorin geschaffen, indem sie die anderen Kandidaten fragt:

“Ist sie eine gute Köchin?” (ebd. 46:54 min.)

Somit erzeugt sie einen Zusammenhang zu der vorher erwähnten Information und der zweiten Frage an die anderen Kandidaten.

Innerhalb der Sendung werden wenig bis keine Interviews geführt. Die Moderatoren sehen die Kandidaten nur, wenn sie eine “Dschungelprüfung” absolvieren müssen oder gegen Ende der Show, wenn jemand rausgewählt wird.

Innerhalb der diesjährigen Staffel kam es zu einer diskriminierenden Situation, die eine Kandidatin im Camp erfahren musste. Nachdem sich der Streit zwischen Kandidatin Linda Nobat und Janina Youssefian hochgeschaukelte hatte, äußerte sich Janina gegenüber Linda mit den Worten:

“Geh doch zurück wieder in den Busch, wo du hingehörst.”
(ebd. 37:19 min.)

Mit dieser Aussage spielte sie auf Linda Nobats Hautfarbe und ihre Herkunft an. Daraufhin wurde Janina Youssefian von der weiteren Teilnahme am Dschungelcamp ausgeschlossen. Der Entschluss wurde mit einem Off-Kommentar von Daniel Hartwich getätigt.

“Wir müssen euch mitteilen, dass diese Äußerungen von Janina nicht toleriert werden können. Janina muss das Camp verlassen.”
(ebd. 42:22 min.-42:31 min.)

Alle Kandidaten waren sichtlich erfreut, dass die Produktion Janina Youssefian aus dem Format genommen hat. In der darauffolgenden Doppelmoderation wurde der rassistische Vorfall nicht weiter kommentiert.

Ein möglicher Grund, weshalb sich die Produktion für den “Rauswurf” der Kandidatin entschieden hat, ist die geplante Verbesserung des Rufes von “RTL”. Der Fokus liegt seit dem letzten Jahr darauf, familientaugliche Inhalte bereitzustellen. In Reality-TV-Formaten wird zukünftig darauf verzichtet, Streitereien ausarten zu lassen. (vgl. cio: 2021)

Zusammenfassend ist die Art der Moderation in den aufgezählten Formaten sehr unterschiedlich. Mögliche Gründe wären hierfür die generelle Umsetzung der Sendungen und der gewünschte Ruf. Eines haben alle Formate gemein – sie erzeugen Aufmerksamkeit und es wird mit den typischen Mustern von Stereotypisierung, Emotionalisierung und Dramatisierung gearbeitet.

Tabellarische Zusammenfassung der analysierten Formate

	“Schwiegertochter gesucht”	**“Promis unter Palmen”**	**“Raus aus den Schulden”**	**“Temptation Island”**	**“Are You The One?”**	**“Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!”**
Sender	RTL	SAT.1	RTL	RTL	RTL	RTL
Format	Docu-Soap	Reality-Show	Docu-Soap	Dating-Show	Love-Reality-Show	Reality-Show
Video-On-Demand	RTL+	Joyn	RTL+	RTL+, Folge kann im Voraus geschaut werden	RTL+	RTL+
TV-Ausstrahlung	Immer Sonntags um 19:05	Immer Montags um 20:15	Immer Montags um 20:15	Immer Sonntags um 23:00 Uhr	Diese Staffel ist nicht im TV abrufbar	Täglich ab 20:15 und 22:15 Uhr
Zeitpunkt der Ausstrahlung	07.03.2021	12.04.2021	25.10.2021	11.04.2021	14.12.2021	21.01.2021
Fragetypen	An- und Abmoderation, Erzählfrage,	Nicht gegeben, da Off-Moderation	Fachgebietsorientiert	Anmoderation, provozierende Fragen, offene Fragen	Provozierende Fragen, offene Fragen, Suggestivfrage	Anmoderation, Erzählfrage, Plateaufrage
Moderationsart	Moderation vor Ort, Off Moderation	Off-Moderation	Moderator als Experte auf anderem Gebiet	Moderation vor Ort	Moderation vor Ort	Doppelmoderation
Auftreten innerhalb der Sendung	Fürsorglich, mütterlich, freundschaftlich	nicht gegeben, da Off-Moderation	Experte der Schuldnerberatung, therapeutische Rolle	Gute Freundin, aufgeschlossen	Selbstbewusst, stark, provokant	Aufgeschlossen, sympathisch, humorvoll

Umfrage zum Thema „Reality-TV“

Für meine Bachelorarbeit habe ich eine Umfrage erstellt, welche das Reality-TV-Format und seine Untergenres beinhaltet. Diese habe ich mit der Software „survio“ gestaltet und realisiert. Anschließend habe ich sie über die sozialen Medien geteilt. Aufgrund dessen beschränkt sich das Alter der Teilnehmer zwischen 20 und 30 Jahren, da sie sich in meiner Peergroup befinden.

An der Umfrage haben 18 Personen teilgenommen. Die Umfrage besitzt zum Großteil Fragen, bei denen eine längere Antwort gefordert wird. So hat jede Person die Möglichkeit, einen individuellen Text zu schreiben. Die Antworten zu allen Fragen habe ich jeweils in einem Dokument zusammengefasst und geschaut, welche Stichworte geschrieben wurden und ob man diese zusammenfassen kann. Die Software, mit der ich die Umfrage erstellt habe, hat eine kostenpflichtige Ergebnisauswertung, daher habe ich sie eingeständig ausgewertet und optisch aufgewertet.

Umfrage

Ergebnisse

An meiner Umfrage haben 15 Frauen und drei Männer teilgenommen. Das Alter der Personen liegt zwischen 20 und 25 Jahren und die Mehrzahl zwischen 24 und 25 Jahren. Mir ist aufgefallen, dass sehr oft Begriffe genommen wurden, die Entspannung suggerieren. Die meisten schauen sich das Format an, um beim Einschalten abzuschalten. Es wird teilweise eher als Nebentätigkeit gesehen. Aber auch der Unterhaltungsfaktor war den Teilnehmenden wichtig. Andere finden die gesellschaftlichen Missstände spannend, die zwischen den Kandidierenden der Sendung stattfindet.

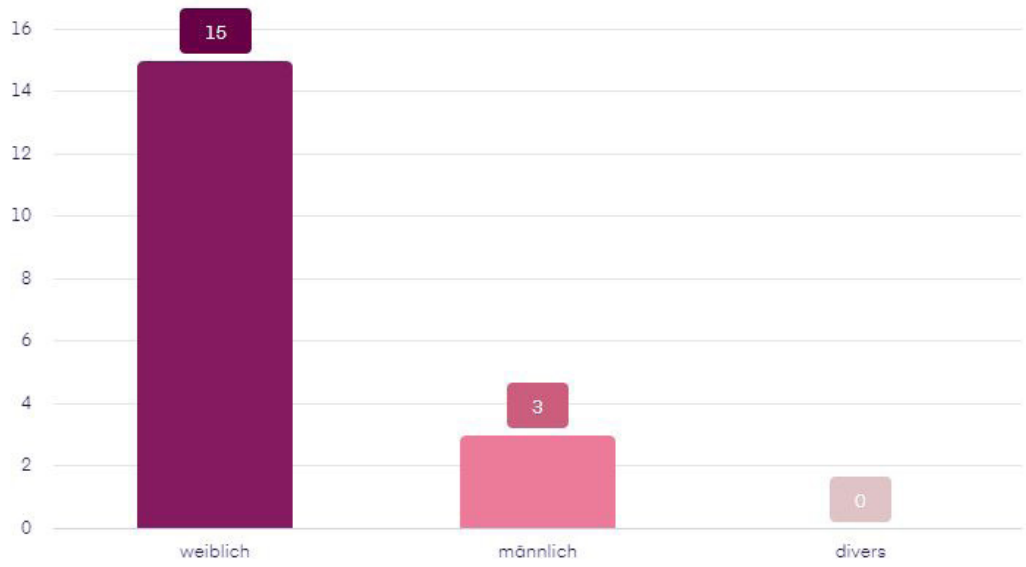
Die vierte Frage bezieht sich auf die Nutzung des Reality-TV-Genres. Die Ergebnisse zeigen, dass viele mit dem Format groß geworden sind. Sieben Personen haben angegeben, dass sie seit ihrer Kindheit mit dem Format vertraut sind.

Die Fragen fünf bis sieben gehen auf die Nutzung der Streaming Plattform „TV Now“ ein, welche nun bekannt unter dem Namen „RTL Plus“ ist. 14 Personen haben eine kostenlose Version der Streaming Plattform genutzt, neun davon haben ein Abonnement und acht davon haben dieses Abonnement nur für eine bestimmte Serie abgeschlossen.

In der achten Frage sollten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die der ihnen bekannten Reality Serien aufzählen. In zwölf Antworten wurde das Format „Temptation Island / VIP“ genannt. Darauffolgend mit 11 Erwähnungen „Are You The One“, das Format „Bachelor/Bachelorette“ habe ich zusammengefasst und wurde 10 mal erwähnt, genauso wie das Format „Love Island“.

Auch in der neunten Frage wird erneut deutlich, dass das Format von Unterhaltung lebt. Andere werfen außerdem den Begriff „Trash“ oder „peinlich“ ein. Die meisten Bezeichnungen für Reality-TV werden mit dem Begriff „Drama“ und „Streit“ gewählt. Die Faszination besteht für viele zum einen aus der leichten Unterhaltung und der Art und Weise, wie Menschen denken und handeln. Eine Sache, die beim Reality-TV nicht fehlen darf, ist Drama. Außerdem spielen Konflikte und Streit eine große Rolle. Ein No-Go ist bei vielen allerdings Langeweile und Diskriminierung jeglicher Art. RTL ist der bekannteste Sender für das Format, gefolgt von RTL 2. Der Schlüssel für ein gutes Reality-TV-Format ist laut den Teilnehmerinnen und Teilnehmern, dass mit kontroversen und anstößigen Inhalten umgegangen wird. Der Cast spielt dabei auch eine bedeutende Rolle. Auch die Dramatik wird hier erneut hervorgehoben.

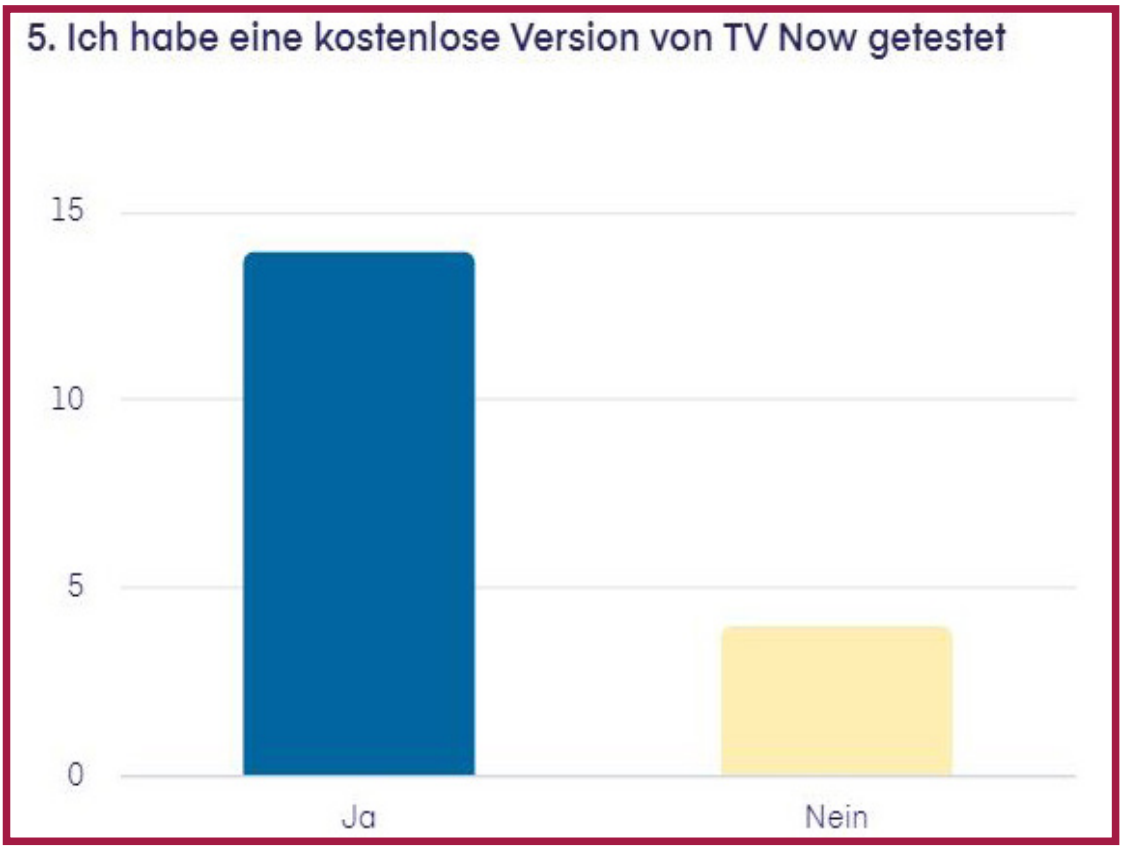
1. Ich bin...

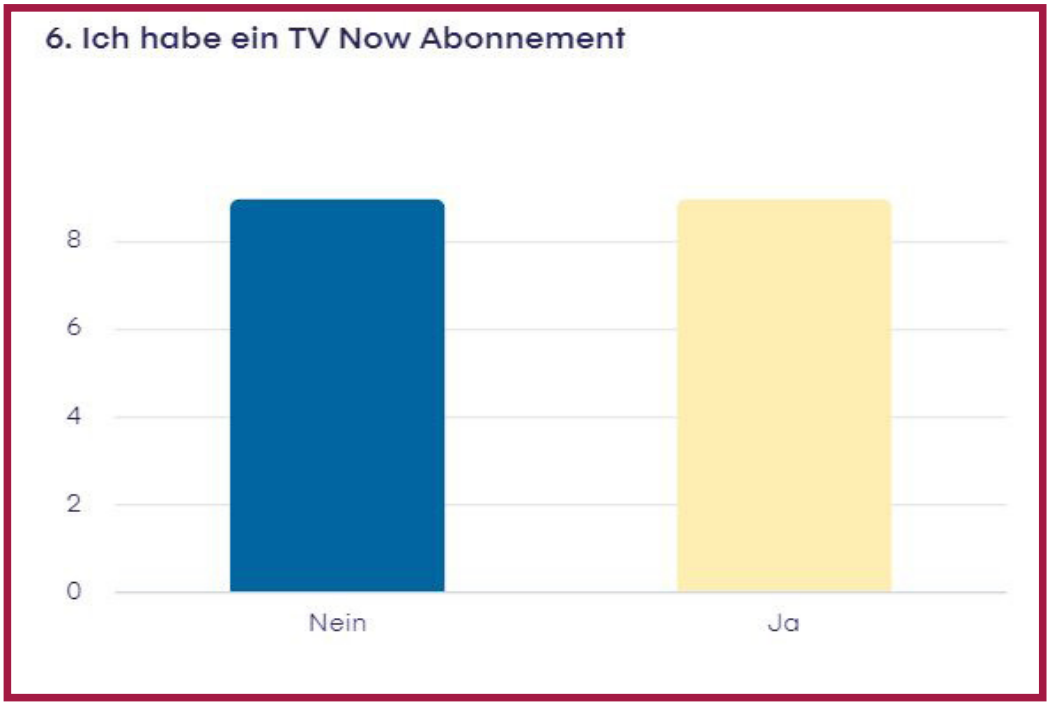


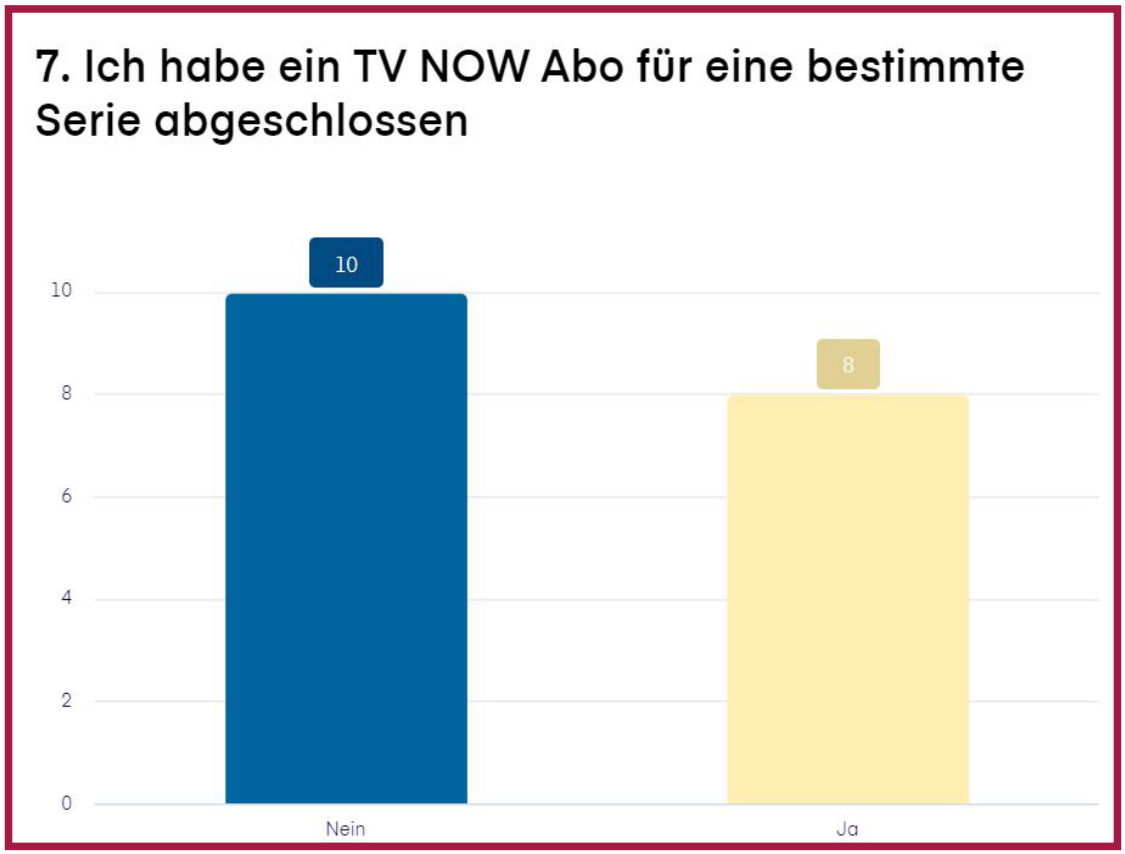
2. Ich bin....Jahre alt

ANTWORT	ANTWORTEN
25	5
23	4
24	3
21	3
22	2
20	1

Umfrage


5. Ich habe eine kostenlose Version von TV Now getestet
15
10
5
0
Ja
Nein


6. Ich habe ein TV Now Abonnement
8
6
4
2
0
Nein
Ja



14. Welcher Sender ist Ihrer Meinung nach für Reality-TV bekannt?

RTL **x13**
RTL 2 **x10**
JOYN **x1**
TV NOW **x1**
Kabel 1 **x1**

Umfrage

3. Schauen Sie sich Reality TV an? Begründen Sie Ihre Antwort in ein paar Sätzen.

Nein. Ich habe keine Zeit dafür.

Ja, ab und an zum Essen und zum berieseln lassen, wenn ich mich nicht konzentrieren möchte.

Ja, da ich es witzig und unterhaltsam finde

Ja, die zwischenmenschlichen Handlungen der Protagonist:Innen sind teilweise spannend anzusehen, gerade wenn gesellschaftliche Missstände (Sexismus, etc.) thematisiert werden.

Ja, ich gucke einige Realtity TV Shows. Allerdings nicht alle. Es ist super abends mal nebenbei zu schauen.

Ja ich lasse mich gerne davon berieseln. Man muss nicht zu viel nachdenken und es ist unterhaltsam

Ja. Ich mag es zum runter kommen und entspannen.

Ja, ist entspannt zum Abschalten

Ja.

Ja, meine Freundin schaut viel Reality-TV, daher schaue ich oft mit ihr zusammen. Zuhause haben wir aber auch öfter Reality TV geguckt.

Ja, weil es mich unterhält.

Ja, weil ich dadurch meinen Kopf abschalte

Ja, zur Unterhaltung

Ja, zur Unterhaltung

Ja, zur Unterhaltung und meistens mit Freund:innen zusammen

Manchmal schon, ist witzig und entspannend. Hartz und herzlich find ich toll oder auch Penny an der Reeperbahn. Interessante Einblicke sind das

Ja, um vom Alltag und eigenen Problemen abzuschalten, zur Belustigung meinerseits und um zu beobachten, wie sich die Darsteller präsentieren und welche Werte dort vertreten werden.

Ich schaue vor allem reaction-Formate auf Youtube zu relaity TV Shows

4. Wie lang schauen Sie schon Reality-TV?

„

3 Jahre

5 Jahre

ca. 4 Jahre

Eigentlich seit immer

3 Jahre

Habe mit 8 Jahren die ersten Realist tv shows gesehen und während Corona ist es mehr geworden

Ich schaue kein Reality TV.

Seitdem ich circa 13 Jahre alt war, also seit 12 Jahren.

ca. 2 Jahre

Mittlerweile seit ungefähr 10-12 Jahren. Aber unregelmäßig.

Seit 3 Stunden jetzt

Ziemlich lange, wahrscheinlich seit der Schulzeit

Seit meinem 5. Lebensjahr (angefangen mit DSDS und Ich bin ein Star holt mich hier raus)

10 Jahre

1,5 Jahre ca.

2 Jahre

Seit ungefähr 3-4 Jahren

Bestimmt schon seit ich 10 Jahre alt bin, lief häufiger mittags oder nachmittags nach der schule

8. Bitte nennen Sie ein paar der Ihnen bekannten Reality Serien

,,

Temptation Island, Are you The One, Verklag mich doch, Hilf mir, die trovatos

Are you the one, love Island, Temptation Island

Are you the one, love Island, temptation island, Bachelorette

Are you the one?, Temptartion Island (VIP), Sommerhaus der Stars, Promis unter Palmen, Big Brother

AYTO, Love Island, Bachelor, Bacherlorette, Bachelor in Paradise, Promis unter Palmen, Reality Shore, Temptation Island (VIP)

Bachelor, Bachelorette, Bachelor in Paradise, Temptation Island, Love Island, Sommerhaus, Couple Challenge, Ex on the Beach, Are you the one

Bachelor, Bachelorette, Love Island

Bachelor, Bachelorette, Prince charming, princess charming, love island, are you the one, temptation island, temptation island vip,

Are you the one, bachelorette, bachelor, bachelor in paradise

Berlin Tag & Nacht, Köln 50667, Love Island, Temptation Island, Couple Challenge

Ex on the beach, temptation Island, Love Island, bachelor(ette), prince(ss) Charming, couple Challenge

Finger weg, KUWTK

Hartz und herzlich, Penny an der Reeperbahn

Kampf der Realitystars, Couple Challenge, Ex on the Beach, are you the one, Paradise Hotel, Reality Shore

Love Island, temptation Island, Bachelor, Bachelorette, Bachelor in paradise

Paradise Hotel, Temptation Island, Are you the One, Ex on the Beach, Finger Weg, Kampf der Reality Stars, Couple Challenge, Hilf mir

DSDS, Ich bin ein Star holt mich hier raus, Temptation Island, Ex On The Beach, Bachelorette, Are you the one

Alle Bachelorformate, Prince/Princess Charming, love Island, Temptation, Ex on the Beach

9. Beschreiben Sie Reality TV mit einem Wort

Trash

Trash

Unterhaltung

Dramatisch

Entertainment

Entertainment

Fremdscham

Intrigen

Peinlich

Cringe

Scripted

Stumpf

Unterhaltend

Unterhaltsam

Unterhaltung

Sommerflirts

Anspruchslos

trash

10. Was macht Reality TV für Sie aus?

Zwischenmenschliche Beziehungen zu beobachten

Drama

Drama, übertriebene Handlungen

Dummheit

Emotionalisierung, Romantik, Lügen, Streit

Es ist leichte Kost aber man kann sich auch gut drüber Unterhalten/aufregen und ähnliches

Es ist leichte Kost und man muss nicht viel Konzentration aufbringen um es zu schauen

Finde ich schwierig zu beantworten. Warscheinlich, dass es mehr kickt etwas zu sheen Wobei man davinausghet dass es eben kein Drehbuch gibt(bzw man es hofft)

Das ich mich besser fühlen kann, weil es den Leuten im TV schlechter geht

Fremdscham

Klischees, Streit, Drama, Sexismus

möglichst anspruchlose, stumpfe, aber trotzdem lustige Unterhaltung

möglichst anspruchslos, aber dennoch lustig

Oftmals grenzenlos und schwarmlos

Skandale / Drama, Streitigkeiten, Lästereien, beschränkte Denkweisen, erschreckende Äußerungen, toxische Männlichkeit, Sexismus

Unterhaltung, Fremdscham

Gefühle von fremden Menschen und die verschiedensten Arten und Weisen damit umzugehen

Abschalten, niedrigschwellige Unterhaltung, Diskussionen über das Verhalten des Teilnehmer:innen, toxische maskulinität, Konflikte,

11. Worin besteht Ihre Faszination für das Reality-TV Format?

,,

Emotionalisierung, Romantik, Lügen, Streit

Zu sehen, wie manche Menschen sich darstellen bzw bereit sind, sich darstellen zu lassen / zu präsentieren.

Das Verhalten beobachten, gesellschaftliche und politische Einstellungen der teilnehmenden

Die extremen Emotionen

Einblicke in alle gesellschaftlichen Schichten und Kreise

Entertainment

Es ist unterhaltsam, sensations Fernsehen, man kann nicht wegschauen.

Habe keine wirkliche Faszination dafür

Ich finde es interessant zu sehen, wie andere Menschen denken und handeln

Das Drama zwischen Menschen

ist halt unterhaltsam

Meist unbekannte Menschen treffen aufeinander, streiten oder lieben sich und das immer in einem extremen Ausmaß. Danach pushen sie ihre Bekanntheit in den sozialen Medien und werden in anderen Formaten recycled

Richtig cool wird es, wenn man das mit Freund*innen zusammen guckt und AS ganze diskutieren kann

Seichte Unterhaltung, aber manchmal auch Beleuchtung der soziologischen Hintergründe

sorgt für simple Unterhaltung

Voyeurismus

Manchmal fühlt man sich selbst schlauer

Abschalten können

12. Was darf bei einer Reality TV Serie nicht fehlen?

Drama

Zusammenhalt, Leidenschaft

Drama

Drama, Konflikte, alltägliche Situationen, in denen man sich ggf. selbst wiederfindet

Drama, Konflikte, sonst ist es nicht spannend

Dramaaaa

Eifersucht, Skandale

Eskalationen

Drama

Guter Beschreibungstext unter den Personen, Drama, Dummheit

Etwas Drama, so unangenehm es auch ist das zuzugeben

Lustige Charaktere

Skandale

Starke Frauen, die sich gegenseitig supporten!

Streit, Dreiecksbeziehung

Streit zwischen Teilnehmer:innen

Intrigen, Armut, Assis

Ärger

13. Was ist ein No-Go beim Reality-Tv?

Zu viele good vibes ohne Drama

Ernsthafte Themen

Handgrifflichkeiten

Ich finds krass wenn Shows für die quote und aus sensationsgeilheit Menschen aufeinander hetzen und künstliche Konflikte erzeugen zum Schaden anderer

Langeweile

Langeweile/Harmonie

langweilige Teilnehmer

langweilige Teilnehmer

Diskriminierung sämtlicher Art ohne Konsequenzen!

Mobbing, Rassismus, Sexismus, Manipulation, Gaslighting

Rassismus, Transfeindlichkeit, Misogynie

Sexismus, dem Reichweite geboten wird

Sexismus, Menschenfreundlichkeit, alles was Menschen in ihrem Sein und dem Ausleben ihrer Persönlichkeit hindert

Sexismus, Mysogynie

Shaming von Kandidat:Innen (siehe AYTO)

Wenn es niveaulos wird oder zu langeweilig

Physische und psychische Gewalt

Diskriminierung jeglicher Art

15. Was ist der Schlüssel für ein gutes Reality-TV Format?

Viele „Stars“ in ein Format schicken, die alle schon negativ in anderen Formaten aufgefallen sind

Den richtigen Cast am start zu haben

Diverser Cast und strittiges Thema

Drama

Drama, Gefühle, Action, anstößige Inhalte

Drama, Gefühle, anstößige Inhalte

Extrovertierte Gäste + Alkohol + Vorgeschichte

Gut geschriebene Handlungen, viel Drama, Plot Twists, Konflikte bis zu einer gewissen Grenze, wobei je mehr Sensation desto mehr Erfolg, deswegen werden häufig Grenzen übergangen

Das der Zuschauer sich besser fühlen kann als die Personen im TV

Ich denke wenn von allem ein bisschen vorhanden ist (Liebe, Gefühle, Drama, Gesellschaftskritik, Spaß, etc.)

Interessante Leute, etwas Dummheit darf auch dabei sein :D

Kommunikative, temperamentvolle und teils kritische Kandidat:innen

Kontroverse, extrovertierte Charaktere

Menschen die sich für kaum etwas schämen

Unterhaltung & Message in einem

Unterschiedliche Charaktere, die miteinander (auf ihre persönliche Art und Weise) agieren müssen.

Influencer, Drama Queens, Streitformate

Fazit der Umfrage-Ergebnisse

Mir ist aufgefallen, dass die meisten Personen weiblich und im Alter von 20 und 25 Jahren sind, die an meiner Umfrage teilgenommen haben. Viele sind mit Reality-TV groß geworden und kennen dieses schon seit ihrer Kindheit. Die Serien werden gerne in Gesellschaft geschaut und nach der Folge unterhält man sich über die Vorkommnisse mit seinen Freundinnen und Freunden. Die aufgezählten Formate waren zum Großteil die gleichen und fallen alle unter der Kategorie „Datingshow“

Die Nutzung auf der Streaming Plattform „RTL+“, ehemalig „TV Now“, ist in soweit interessant, dass Personen ein Abonnement für eine bestimmte Serien abgeschlossen haben. Es lässt sich nur vermuten, dass es an der Flexibilität und der generellen Nutzung liegt. Das Format „Are You The One?“ läuft nicht im Free-TV und die Ausstrahlung von „Temptation Island“ erfolgt erst sehr spät in der Nacht von Sonntag auf Montag . Die ersten 30 Minuten dieser Formate sind auf RTL+ kostenlos. Auch der Streaming-Dienst Joyn bietet Probeminuten verschiednener Formate an, um den Nutzer zu locken. Danach kostet jede Minute ein Abonnement. Außerdem kann jedes aufgezählte Format immer und überall abgespielt werden.

Das Format lebt von Unterhaltung, Dramatik und Konflikten. Gleichzeitig ist es aber auch vielen wichtig, dass in dem Format keine Diskriminierung stattfindet und keine Langeweile besteht. Für mich sind diese Antworten sehr gegensätzlich und daher schwierig zu behandeln. Allerdings ist mir genau das bewusst, daher habe ich speziell danach gefragt. Personen, die sich dieses Format anschauen, werden von Drama und Konflikten unterhalten. Gleichzeitig sind es allerdings moralische Konflikte, die im Kopf eines Konsumenten stattfinden. Nur wenige Teilnehmerinnen und Teilnehmer gehen auf den Zusammenhalt der Menschen ein. Das Format lebt weniger von Harmonie, sondern mehr von Dramatik.

Ich möchte auch auf einzelne Antworten eingehen, die mich zum Nachdenken gebracht haben.
Ein paar der Antworten beziehen sich darauf, dass man sich besser als die Kandidatinnen und Kandidaten der Show fühlt und somit das Selbstwertgefühl steigt, auch dann, wenn es den Kandidatinnen und Kandidaten schlechter geht, als einem selbst. Ich finde diese Antwort sehr traurig, aber ich kann mich darin einfinden. Beim Konsumieren diverser TV-Formate habe ich dieselbe Emotion gefühlt.

Zusätzlich ist mir aufgefallen, dass einige Fragen mit „Fremdscham“, cringe“ und „peinlilch“ beantwortet wurden. Das Format lebt auch davon, dass wir uns für andere Menschen schämen.

Eine Antwort bezieht sich auf das „recyceln“ einiger Kandidaten. Sobald sie an einem Format teilgenommen haben, sind sie möglicherweise interessant genug, um an weiteren Shows teilzunehmen.

Die 13. Frage ist mein persönlicher Favorit, da hier ersichtlich wird, dass Reality-TV auch zu weit gehen kann. Diskriminierung jeglicher Art sollte keinen Platz in dem Format haben. Das wurde auch schon beim „Promis unter Palmen“ Eklat deutlich.

Resümee

Das Ziel dieser Bachelorarbeit war die Untersuchung des Reality-TV-Genres. Zu dieser Untersuchung gehört zum einen die Realisation der Formate und zum anderen die Ausführung der Moderationsart innerhalb dieses Genres. Das Reality-TV besitzt seine eigene Realität und bietet außergewöhnliche Szenarien, die im Alltag in dieser Art nicht vorzufinden sind. Durch diese Szenarien wird der Zuschauer an die Sendung gebunden und es entstehen Gesprächsthemen innerhalb der Freundes- oder Familiengruppe. Die Begriffe “Authentizität” und “Personalisierung” spielen eine bedeutsame Rolle. Sie tragen dazu bei, dass sich die Zuschauer an die Teilnehmer binden.

Das Genre arbeitet mit immer wiederkehrenden Mustern. Es wird mit stereotypen, emotionalen und dramatischen Mitteln gearbeitet, um dem Zuschauer eine Bandbreite an Gefühlen in kurzer Zeit zu übermitteln. Dabei spielt auch die Realisation in der Postproduktion eine große Rolle. Durch Musik, Schnitte und Audio werden Geschehnisse für den Zuschauer bereitgestellt und teilweise verändert, sodass sich Kandidaten über die Ausstrahlung beschweren.

Das Genre zieht auch Folgen bei Kinder und Jugendlichen nach sich, welche stellenweise nicht zwischen echten und unechten Geschehnissen innerhalb der Sendung unterscheiden können. Außerdem lernen sie dort die falschen Ansätze kennen, wenn es um die stereotypische Darstellung von Männern und Frauen geht.

Das “Streaming-On-Demand”-Modell ist ein generell wichtiger Punkt für die Fernseh- und Internetlandschaft und bietet eine flexible Nutzung verschiedenster Medieninhalte. Dadurch ist es möglich, auf das lineare Fernsehen zu verzichten und explizite Inhalte zu schauen. Dabei spielt die Auswahl von Mediatheken und Streaming-Diensten eine Rolle. Das Reality-TV-Format ist auf fast allen Streaming-Diensten vertreten und kann teilweise sogar vor der TV-Ausstrahlung konsumiert werden.

Die Arbeit der Moderation ist in den Formaten, welche untersucht wurden, sehr unterschiedlich. Je nach Format und Image treten die Moderatorinnen und Moderatoren in verschiedene Rollen. Allerdings verwenden alle Moderatoren ein paar der klassischen Moderationsarten – sei es die Anmoderation oder das Verwenden von typischen Fragestellungen. Die Moderatorinnen und Moderatoren haben die Möglichkeit, das Format in eine bestimmte Richtung zu lenken. Sie können dazu beitragen, dass sich eine Situation weiter zuspitzt oder beruhigt.

Aus der Sicht der Produktionen ist im Reality-TV-Format ein gewisses Maß an Theatralik nicht wegzudenken. Dabei lassen sie manchmal außer Acht, wie sich die Kandidaten fühlen, und vergessen dabei, die Würde des Menschen zu berücksichtigen.

Innerhalb meiner selbst erstellen Umfrage ist außerdem deutlich geworden, dass Reality-TV ohne Stereotype und Emotionalisierung sowie auftretende Skandale nicht spannend genug wäre. Die Zuschauer wünschen sich ein gewisses Maß an Unterhaltung, die nur mit diesen Ansätzen möglich ist. Gleichzeitig hinterfragen die Zuschauer allerdings auch ihre Denkweise und erwischen sich bei ihrer Zwiespältigkeit zu diesem Thema.

Nun erläutere ich meine Gedanken zu meiner Bachelorarbeit. Hierbei differenziere ich zwischen meinen Gedanken vor und nach meinen Erkenntnissen, die ich durch die Arbeit erlangt habe.

Ich habe mir schon vor der Arbeit die Frage gestellt, weshalb ich dieses Genre konsumiere. Diese Frage habe ich mir während und nach der Bachelorarbeit allerdings viel häufiger gestellt. Um einen 100-prozentigen Eindruck über die Gefühlslage der Kandidaten zu erhalten, habe ich die Instagram-Accounts verschiedener Teilnehmer während der ganzen Zeit meiner Arbeit untersucht und dabei festgestellt, dass sie zum Großteil mit einem weniger guten Image und mit psychischen Schäden aus der Sendung getreten sind. Sie müssen sich ständig für ihre Taten rechtfertigen und werden von jeder Plattform streng unter die Lupe genommen, sodass über sie berichtet werden kann. Diese Berichterstattungen sind noch viel dramatischer als ihre Aussagen selbst, für die sich die Kandidaten erneut rechtfertigen müssen. Dazu trägt die Produktion mit der Realisation der TV-Formate bei. Die Kandidaten entscheiden sich freiwillig für die Teilnahme an diversen Formaten. Vielleicht wissen sie jedoch nicht, was die Produktion mit ihnen geplant hat.

Mittlerweile haben die meisten TV-Formate keine positive Wirkung mehr auf mich. Mir ist deutlicher geworden, dass Produzenten und Moderatoren die Macht über das jeweilige Format besitzen. Diese Macht wird teilweise zu stark ausgenutzt und geht gegen viele moralische Ansichten. Mir ist bewusst, dass sich auch Moderatoren und Produzenten für das Format entschieden haben, jedoch stellt sich mir dort die Frage, warum sie diese Entscheidung getroffen haben. Ich habe auch das Ziel, eine Moderatorin oder Reporterin zu werden, allerdings wäre es für mich moralisch nicht vertretbar, mit Gefühlen anderer Menschen zu spielen, weder als Moderatorin, noch aus der Sicht einer Produzentin. Abgesehen davon, dass ich mich für meine Bachelorarbeit ausgiebig mit dem Genre befasst habe, nehme ich eine Auszeit von dem Format. Aktuell fällt es mir schwer, dieses Genre weiterhin zu unterstützen. Ich bin allerdings froh über die Erkenntnis, da ich, wie in meiner Motivation beschrieben, seit meiner Kindheit Reality-TV konsumiere und ich mich außerdem gefragt habe, ob ich über die Jahre durch das Genre in verschiedener Hinsicht beeinflusst wurde. Gutes und schlechtes Reality-TV unterscheidet sich für mich in der Hinsicht, dass gutes Reality-TV dafür sorgt, dass es keine Diskriminierung und Sexualisierung gibt und die Produktion sowie die Moderation dafür sorgt, dass Situationen nicht weiter eskalieren und im Vorfeld darauf geachtet wird, wen man mit in die Sendung nimmt. Schlechtes Reality beinhaltet die eben genannten Punkte und die damit verbundene Rücksichtslosigkeit. Es werden Kandidaten in die Show gewählt, welche bereits negativ in der Presse aufgefallen sind, und aufbrausende Situationen werden verstärkt. Die zweite Variante sorgt auch für Gesprächsstoff innerhalb der Gruppe, allerdings habe ich dabei ein schlechtes Gefühl. Daher habe ich für mich entschieden, im Vorfeld über die Sendungen zu recherchieren und zwischen positiv- und negativ-unterhaltsamen Sendungen zu differenzieren und die zweite Variante nicht weiter zu unterstützen.

Literaturverzeichnis

Literatur

BURGER, HARALD. *Das Gespräch in den Massenmedien*. Arthur Collignon GmbH. Berlin. 1991.

KEPPLER, ANGELA. *Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung.* Zeitschriften Fischer. 1994.

LABITZKE, NICOLE. *Ordnungsfiktionen. Das Tagesprogramm von RTL, Sat. 1 und ProSieben*. UVK Verlagsgesellschaft mbH. Konstanz. 2009.

SCHENK, HERRAD. *Geschlechtsrollenwandel und Sexismus: zur Sozialpsychologie geschlechtsspezif. Verhaltens*. Weinheim & Basel. 1997.

SCHLEICH, MARKUS, NESSELHAUF, JONAS. *Fernsehserien. Geschichte. Theorie. Narration*. A. Francke Verlag Tübingen. 2016.

SCHMID MAST, MARIANNE, KINGS PETERSEN, FRANCISKA. *Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung*. Six (Hrsg.). 2. Auflage. Programm PVU Psychologie Verlags Union Verlagsgruppe Beltz. 2008.

TIROK, MARKUS. *Moderieren*. UVK Verlagsgesellschaft Konstanz. München. 2013.

WEGENER, CLAUDIA. *Reality-TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information*. Leske + Budrich, Opladen 1994.

Zeitschrift

ARD Media. *Media Perspektiven*. S. 622-629. Ralf Kaumanns, Veit Siegenheim. 12/ 2006.
(02.02.2022, 14:25 Uhr)
https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2006/12-2006_Kaumanns.pdf

LÜCKE, KLAUS. *Reality-TV. Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Doku Soap*. Medien und Kommunikationswissenschaft. 2003.
[online]. https://eplus.uni-salzburg.at/urn:nbn:at:at-ubs:3-9859

Literaturverzeichnis

Internetquellen

BISCHOF, TOBIAS, BERGER, DANIEL, STRAUSS, LAURA. *Reality-TV oder Stereotypenmaschine?* Forschungsgruppe Medienwandel. 2020.
https://forschungsgruppe-medienwandel.sbg.ac.at/reality-tv-oder-stereotypenmaschinerie/
(12.01.2022, 14:07 Uhr)

BRANDT. Statista. 2021.
https://de.statista.com/infografik/24958/zuschauerinnen-marktanteil-von-sat1/
(09.12.2021, 17:00 Uhr)

GRIMM, DR. PETRA, NEEF, KARLA, WALTINGER, MICHAEL. *Mediale Frauen und Männerbilder.* Klicksafe - Die EU Initiative für mehr Sicherheit im Netz. Baustein 3. 2015.
http://www.klicksafe.de/themen/medienethik/mediale-frauen-und-maennerbilder/ .
(17.01.2022, 16:40 Uhr)

GOTTBERG, JOACHIM, MARGRETH LÜNENBORG. *Guilty Pleasure. Die Lust am Überschreiten moralischer Grenzen.* tv diskurs. 2021.
https://tvdiskurs.de/beitrag/guilty-pleasure-2/
(12.01.2022, 15:45 Uhr)

Instagram. Walentinadoronina. 2021.
https://www.instagram.com/walentinadoroninaofficial/?utm_medium=copy_link
(08.01.2022, 13:00 Uhr)

Joyn, Promis unter Palmen. 2021.
https://www.joyn.de/serien/promis-unter-palmen
(04.11.2021, 17:07)

Joyn. *Promis unter Palmen.* 2020. Staffel 1, Folge 1. Erstausstrahlung: 06.05.2020., 20:15 Sat.1.
https://www.joyn.de/play/serien/promis-unter-palmen/1-1-episode-1
(30.01.2022, 16.30 Uhr)

Joyn. Reality Shore. 2021.
https://www.joyn.de/serien/reality-shore?utm_source=google_search&utm_campaign=15495771273&utm_term=133389654840&gclid=Cj0KCQiAieWOBhCYARIsANcOw0zw-gvwwQ9BrWbVjHKxqL86_dn9NjnvsBpfAW0h0KvTaSwiqFWdxu4aAvnbEALw_wcB
(08.01.2022, 12.30 Uhr)

Literaturverzeichnis

KERKAU, FLORIAN, KID, MIRJAM. *Mediatheken von ARD und ZDF / Streaming gegen Netflix und Co.*. Deutschlandfunk. 22.06.2021.
https://www.deutschlandfunk.de/mediatheken-von-ard-und-zdf-streaming-gegen-netflix-und-co-100.htm
(02.02.2022, 16:21 Uhr)

LACKERBAUER, ALINA. *Exzesse gehören zum Geschäft, doch das RTL-„Sommerhaus“ macht fassungslos.* Focus Online.18.09.2020.
https://www.focus.de/kultur/kino_tv/das-sommerhaus-macht-fassungslos-doch-exzesse-gehoeren-zum-geschaeft_id_12442086.html
(07.02.2022, 15:11 Uhr)

L. RABE. Statista. 2021.
https://de.statista.com/statistik/daten/studie/627483/umfrage/nutzungshaefigkeit-von-videostream-anbietern-in-deutschland/
(03.02.2022, 16:05 Uhr)

L.RABE. Statista. 2020.
https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1121103/umfrage/abschluss-von-abos-bei-medienanbietern-waehrend-der-corona-pandemie/#professional
(04.02.2022, 12:00 Uhr)

MEEDIA. Stefan Winterbauer. 2021
https://meedia.de/2021/04/13/promis-unter-palmen-die-zynische-masche-von-sat-1/
(03.11.2021, 18.30 Uhr)

Promis unter Palmen, SAT. 1. 2021.
https://www.sat1.de/tv/promis-unter-palmen
(04.11.2021, 17:03)

ROTH, VEIT-LUCA. *Club der guten Laune: Sat. 1 kündigt “Promis unter Palmen” Nachfolger an*. Quotenmeter. 26.01.2022.
https://www.quotenmeter.de/n/132100/club-der-guten-laune-sat-1-kuendigt-promis-unter-palmen-nachfolger-an
(30.01.2022, 16:51 Uhr)

RTL NEWS. 2021.
https://www.rtl.de/cms/sendungen/real-life/schwiegertochter-gesucht.html
(04.11.2021,17:00)

Literaturverzeichnis

RTL+. *Are You The One?*. 2021. Staffel 3, Folge 1. Erstausstrahlung: 14.12.2021, 00:00 Uhr. https://www.tvnow.de/shows/are-you-the-one-18373/staffel-3/episode-1-folge-1-2021-12-14-00-00-00-4323680. (30.01.2022, 16:00 Uhr)

RTL+. *Are You The One?*. 2021. Staffel 3, Folge 2. Erstausstrahlung: 14.12.2021, 00:00 Uhr. https://www.tvnow.de/shows/are-you-the-one-18373/staffel-3/episode-2-folge-2-2021-12-14-00-01-00-4323677. (30.01.2022, 17:20 Uhr)

RTL+. *Ich bin ein Star–Holt mich hier raus!*. 2022. Staffel 15, Folge 4. Erstausstrahlung: 24.01.2022, 22:15 Uhr. https://www.tvnow.de/shows/ich-bin-ein-star-holt-mich-hier-raus-50/2022-01/episode-4-tag-4-aus-fuer-die-liebelei-4391343. (31.01.2022, 22:35 Uhr)

RTL+. *Raus aus den Schulden*. 2021. Staffel 15, Folge 2. Erstausstrahlung: 25.10.2021, 20:15 Uhr. RTL. https://www.tvnow.de/shows/raus-aus-den-schulden-49. (09.01.2022, 20:00 Uhr)

RTL+. *Schwiegertochter gesucht*. 2021. Staffel 14, Folge 1. Erstausstrahlung: 07.03.2021, 19:05. RTL. https://www.tvnow.de/shows/schwiegertochter-gesucht-70/staffel-14/episode-0-die-neuen-soehne-2021-03-07-19-05-00-3941341. (28.01.2022, 14 Uhr)

RTL+. *Schwiegertochter gesucht*. 2017. Staffel 11, Folge 3. Erstausstrahlung: 15.10.2017, 19:05. RTL. https://www.tvnow.de/shows/schwiegertochter-gesucht-70/staffel-11/episode-3-konzert-mit-martin-2018-10-15-19-05-00-1316960. (28.01.2022, 13:20 Uhr)

RTL+. *Temptation Island*. 2021. Staffel 3, Folge 1. Erstausstrahlung: 25.03.2021, 00:00 Uhr. RTL. https://www.tvnow.de/shows/temptation-island-17401/staffel-3/episode-1-folge-1-2021-03-25-00-00-00-3940313. (28.01.2022, 18:30 Uhr)

RTL+. *Temptation Island*. 2021. Staffel 3, Folge 2. Erstausstrahlung: 25.03.2021, 00:00 Uhr. https://www.tvnow.de/shows/temptation-island-17401/staffel-3/episode-2-folge-2-2021-03-25-00-00-00-3940314. (30.01.2022, 15:00 Uhr)

Literaturverzeichnis

SPIEGEL kultur. 2021.
https://www.spiegel.de/kultur/tv/sat-1-wirft-promis-unter-palmen-aus-dem-programm-a-58b8270c-0ce9-4b07-b71b-f7029f4774a7. (09.12.2021, 15:30 Uhr)

SUNA, LAURA. *Von Lagerfeuergefühl über Lästern bis Scham: Emotionsgemeinschaften des Reality-TV-Publikums*. Freie Universität Berlin. Affective Societies. 2020.
https://affective-societies.de/2020/sfb-1171/vom-lagerfeuergefuehl-ueber-laestern-bis-scham-emotionsgemeinschaften-des-reality-tv-publikums/. (12.01.2022, 15:17 Uhr)

SPIEGEL kultur.2021.https://www.spiegel.de/kultur/tv/sat-1-wirft-promis-unter-palmen-aus-dem-programm-a-58b8270c-0ce9-4b07-b71b-f7029f4774a7 (09.12.2021, 15:30 Uhr)

Survio. Reality-TV. Umfrage
https://www.survio.com/survey/d/D7F8C4U9H9U1J7I4K (Umfrage vom 22.12.2021)

Youtube. Ramon Wagner. *Nach Reality Shore Start: Fake Vorwürfe von Walentina Doronina*. 2021
https://www.youtube.com/watch?v=8lMmoHnigKQ. (08.01.2021, 13:27 Uhr)

ZDF NEO MAGAZIN ROYALE. 2016. NEO MAGAZIN ROYALE-Fernsehnothilfe: Schwiegertochter gesucht #Verafake | Mit Jan Böhmermann - ZDFneo, https://www.youtube.com/watch?v=mG_Fyc-nyOs&t=1s (03.11.2021, 16:00 Uhr)

Dokumentation

SCHENK, MICHAEL, GÖLZ, HANNA, NIEMANN, JULIA. *Faszination Scripted Reality. Realitätsinszenierung und deren Rezeption durch Heranwachsende*. LfM-Dokumentation Band 52. 2015
https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Foerderung/Forschung/Dateien_Forschung/Faszination-Scripted-Reality_Doku-Bd-52-FINAL.pdf

Magazin

CIO. *RTL verändert sich so schnell wie noch nie.* Entertainment auf allen Kanälen. 15.09.2021.
https://www.cio.de/a/rtl-veraendert-sich-so-schnell-wie-noch-nie,3668901
(31.01.2022, 22:32 Uhr)

Aufzatz

SCHMIDT, AXEL. *Zwischen Inszenierung und Authentizität. Sprache und Sprechen im Reality-TV*. Sprachreport Vol.31 Nr.1, S. 1-12. 2015
https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/4236/file/Schmidt_Axel_Zwischen_Inszenierung_2015_1.pdf