



Modul 2

Wie entsteht eine Reality-TV-Show?

Produktionsbedingungen, Redaktionssystem und Stilmittel

Wie entsteht eine Reality-TV-Show?

Produktionsbedingungen, Redaktionssystem und Stilmittel

Thematischer Implus

Modul 2

Das duale Rundfunksystem Deutschlands basiert auf den zwei Säulen gebühren- und werbefinanzierter öffentlich-rechtlicher Fernsehsender und ausschließlich durch Werbung finanzierter privater Fernsehsender. Hier hat ein Ereignis maßgeblich zum Boom der Reality-Formate beigetragen: In den Jahren nach 2001 erlebte das private Fernsehen eine Werbekrise, in der die Einnahmen durch den Verkauf von Werbezeit massiv zurückgingen. Das größtenteils durch Gebühren finanzierte öffentlich-rechtliche Fernsehen war von den Werberückgängen weniger betroffen als private Sender, die in der Folge die Produktion von kostenintensiven fiktionalen Serien und Spielfilmen stark zurückfuhren und stattdessen auf kostengünstig zu produzierende Reality-TV-Formate setzten: Eine bewegte Handkameraaufnahme wird vom Zuschauer als authentisch gewertet und ist außerdem viel

günstiger als das aufwändige Verlegen von Kamera-Schienen und ein personalintensiver Einsatz der Abteilung Kamerabühne.

Unter dem hohen Marktdruck entwickeln Sender immer neue Formate, wandeln erfolgreiche Shows ab oder adaptieren ausländische Sendungen. Produktionsunternehmen liefern den Sendern die Shows. Sie bieten ihre Formate in Vorproduktionen oder als Treatment (Entwurf) an oder werden gezielt zur Entwicklung einer Sendung aufgefordert. Die Zeit für die Neuentwicklung einer Sendung ist auf ein Minimum beschränkt, knappe Finanzbudgets müssen oft durch minimale Produktionskosten eingehalten werden.



Reality-TV-Shows werden in arbeitsteiligen Produktionsabläufen, dem sogenannten Redaktionssystem, hergestellt. Innerhalb dieses Systems übernimmt jeder Mitarbeiter eine spezielle Funktion:

- Produzent - Profil des Formats und Zielgruppenansprache, Finanzierung und Vermarktung,
- Chefredakteur - Themensuche, Koordination der Redaktionsarbeit,
- Themenredakteure - inhaltliche Recherche, Protagonisten, Auswahl der Laiendarsteller,
- Autoren - Storyverlauf, Falldramaturgie, Dialoge (zum Beispiel bei Gerichtssendungen),
- Inhaltliche Berater - Juristen, Mediziner, Psychologen (als freie Mitarbeiter).

Hinzu kommt ein technischer Stab, oftmals Freiberufler, der bei Bedarf engagiert wird. Große Produktionsunternehmen halten ein ganzes Produktionssystem inklusive eigener Studios und Sende-/Aufzeichnungstechnik sowie Redaktion und Technik-Crew bereit. Bei anderen Formaten wie etwa den Gerichtsshows ist das Casting von Laiendarstellern ein wichtiger Aspekt. Diese Laiendarsteller, die oftmals bei Castingagenturen registriert sind (und daher manchmal bei mehreren Produktionen in unterschiedlichen Rollen auftreten), werden typgerecht ausgesucht und präzise auf ihre Rolle vorbereitet. Sie können auf Knopfdruck die erwarteten Reaktionen zeigen. Aufgrund ihrer eigenen Seherfahrungen fügen sie sich perfekt in das Format ein, geben passende Statements ab und agieren betont theatralisch und melodramatisch. Diese Fähigkeit bezeichnet die Medienwissenschaft mittlerweile als „Inszenierungskompetenz“. Sie erklärt auch das stereotype Verhalten von Gästen in



nachmittäglichen Talkshows, die genau wissen, welche Ansichten sie vertreten müssen, um dem Publikum Reaktionen zu entlocken. Für aufwändigere Formate gibt die Redaktion den Akteuren umfassendere Charakterbriefings und/oder im Drehalltag gezielte Anweisungen. Manche Laienprofis, wie zum Beispiel die durch unzählige Formate bekannt gewordene Familie Birkhahn, lassen sich auf die Formate bewusst ein, andere erwarten tatsächlich Hilfe oder eine Problemlösung durch den Besuch der Fernsehteams. Hier kann die Nachbetreuung im schnellen Alltag einer Produktionsfirma jedoch keine tiefergehenden Probleme behandeln: Die Hilfe bleibt oberflächlich.

Das Redaktionssystem inszeniert die „Realität“ perfekt!

Die unterschiedlichen Formate innerhalb des Genres Reality-TV nutzen verschiedene Stilmittel. Verwackelte Aufnahmen aus versteckten Kameras, Schwarzweißbilder oder die Beobachtung der Akteure sogar in der Studiogarderobe, also backstage, sollen dem Zuschauer eine unmittelbare Beteiligung, einen exklusiven Einblick in das tatsächliche Geschehen vermitteln. Das Strickmuster der Produktionen geht dabei von festen Grundrastern aus, die je nach Inhalt leicht modifiziert werden. Ob ein Koch ein Restaurant auf Touren bringt, ob der Alltag in einer Feuerwache, einer Ballettschule oder in einem Friseursalon dargestellt wird: Immer gibt es Nahaufnahmen von Gesichtern der Protagonisten, resümierende Einzelinterviews nach besonderen Konflikten und weitwinklige Raumübersichten. Bei Erziehungshilfe- oder Heimwerkersendungen werden Krisensituationen und Konflikte, Zeitdruck und die helfende Kompetenz des externen Personals durch Wortwahl, strenge Mimik,

Körpermikrofone oder weitwinklige Kameraausschnitte in den Vordergrund gerückt. Um echtes Geschehen und inszenierte Realität auseinanderhalten zu können, muss der Zuschauer auf eine Vielzahl von Faktoren achten.

Das Erkennen einer dramatisierenden Hintergrundmusik oder einer stereotypen Bekleidung und die Auswertung der erzielten Effekte führen zu einer bewussten Rezeption mit Distanz zur Handlung und zu einer bewussten Trennung zwischen an den Alltag angelehnter Fernsehfiction und dem tatsächlichen Geschehen im Alltag von Freunden und Familie oder Gesellschaft. Eine detaillierte Übersicht der verschiedenen Stilmittel und der durch sie erzielten Effekte beim Zuschauer ist als Arbeitsblatt beigelegt.

**Die Kenntnis von Stilmitteln und Erzählformen hilft
bei der Analyse der Formate
und der Einordnung des Gesehenen.**

Fazit

Modul 2



Reality-TV-Shows haben sich, da relativ kostengünstig zu produzieren, als Sendeformat hauptsächlich bei privaten Fernsehsendern etabliert. Die Sendungen verfolgen hinsichtlich Erzählformen und Stilmitteln in der Regel charakteristische Grundmuster, die in Abhängigkeit vom Inhalt nur geringfügig variieren. Diese Muster zu erkennen ermöglicht eine distanziertere Sehweise und begrenzt die unkritische Adaption von Verhaltensweisen und Problemlösungen.

Ablaufskizze

Im Modul 2 werden Aufbau und Gestaltung verschiedener Reality-TV-Formate erarbeitet:

- Im DVD-Einspieler 3 schildern TV-Profis den Produktionsalltag von Dokusoaps.
- Im DVD-Einspieler 4a werden Gestaltungsmerkmale in der Sendung *Die Super Nanny* gezeigt.
- Eine Mitarbeiterin eines familienpsychologischen Dienstes schildert im DVD-Einspieler 4b den tatsächlichen Alltag von Familienhelfern.
- Im Abschlussgespräch werden diese Alltags-schilderung und die Darstellung in der Sendung gegenübergestellt.
- In DVD-Einspieler 5 schildert Professor Bernd Schorb die Faszination und möglichen Wirkungen von Reality-TV.

Kompetenzen

Wie entsteht eine Reality-TV-Sendung? Sind Berichte aus TV, Printpresse etc. bekannt? Welche Fernsehsender kennen die Schüler? Welche sind privat, welche sind öffentlich-rechtlich? Was unterscheidet beide Formen voneinander? Woran erkennt man, ob ein Sender öffentlich-rechtlich oder privat ist?

- Die Schüler lernen den Aufbau und die Arbeitsteilung einer Reality-TV-Redaktion kennen.
- Die Schüler erkennen den Einsatz spezifischer Stilmittel in bestimmten Formaten.
- Die Schüler lernen Gestaltungsmerkmale unterschiedlicher Formate kennen.

Materialien

Modul 2



Arbeitsblätter

Arbeitsblatt 2 und 3:

Die Genre-Tabelle sowie die Stilmittel-Matrix dienen der Lehrkraft als Übersicht, können aber auch an die Schüler verteilt und mit ihnen besprochen werden. Mögliche Fragen sind: Welche weiteren Sendungen können den Genres des Reality-TV zugeordnet werden? Welche weiteren Untergruppen sind denkbar? Welche Stilmittel sind charakteristisch für welche Sendungen? Mit welchen Stilmitteln wird welche Wirkung erzielt?

Alle Arbeitsblätter stehen auch auf der DVD als pdf-Datei zur Verfügung.

DVD

DVD-Einspieler 3:

Einblicke in den Produktionsalltag von Doku-Soaps (08:11 min)

Boris Quarg, Producer, und Ingo Weinard, Herstellungsleiter SpinTV

Planung und Ablauf bei der Produktion einer Dokusoap: Akquise, Vor-Ort-Recherche, Senderabsprachen und die Aufgabenverteilung beim Dreh.

DVD-Einspieler 4a:

Die Super Nanny: Ausschnitte aus der Sendung (06:07 min)

Ein Genre aus dem Reality-TV-Bereich sind Beratungsformate, sogenannte Taskforce-Sendungen: Professionelle Berater stehen beispielsweise Familien in Krisensituationen bei.

DVD-Einspieler 4b:

Eine echte „Supernanny“ erzählt (08:36 min)

Britta Hapke, Familienpsychologin

Eine Familienpsychologin schildert ihren Alltag in der Arbeit mit Familien. Sie beschreibt die Abläufe, Grundsätze der Arbeit und Erfahrungen mit den Familien.

DVD-Einspieler 5:

Faszination und Wirkung von Reality-TV (05:49 min)

Prof. Dr. Bernd Schorb, Professor für Medienpädagogik und Weiterbildung an der Universität Leipzig

Schorb spricht über die Sehmotivation, den Aufbau und die Wirkung von Reality-TV und skizziert mögliche Formate der Zukunft und ihre Integration in den Fernsehalltag von Kindern und Jugendlichen.

Arbeitsblatt 2

Genre-Tabelle

Die Gattung Reality-TV lässt sich in verschiedene Genres differenzieren.

Genre: Casting-Shows

Struktur:

Die Teilnehmer durchlaufen mehrere Casting-Phasen und werden von einer Experten-Jury bewertet. Dabei lässt sich die Inszenierung einer Verwandlung vom Durchschnittstypen zum begehrten Medienstar als Kern des Konzepts ausmachen. Der Zuschauer kann die Kandidaten in allen Phasen begleiten.

Sendungen (beispielhaft):

- *Deutschland sucht den Superstar*
- *Germany's next Topmodel*
- *Das Supertalent*
- *Fashion and Fame - Design your Dream*
- *Die Model-WG - No Job, No Loft!*
- *Popstars*
- *Starsearch*
- *X Factor*

(Die hervorgehobenen Sendungen werden im Folgenden kurz beschrieben.)

Inhalt (exemplarisch):

Deutschland sucht den Superstar (DSDS)

Bei *DSDS* lassen sich drei verschiedene Phasen der Inszenierung ausmachen:

- **Bewerbungsphase:** Hier steht das Casting im Vordergrund der Inszenierung. Die Jury stellt zum Teil kritisch, zum Teil überzogen ihre Funktion zur Schau, wobei der Unterhaltungswert für den Zuschauer durch die Bloßstellung nicht anpassungsfähiger Bewerber gesteigert wird.
- **Trainingsphase:** Über die Inszenierung dynamischer Tanzperformances und harten Gesangstrainings wird der Eindruck einer gezielten professionellen Ausbildung geweckt.
- **Showphase:** Eine pompös arrangierte Idolisierung und die Präsentation auf Höchstleistung getrimmter Entertainer stehen hier im Mittelpunkt. Konzertauftritte in anderen Musikshows und Videoclips auf *VIVA* runden das Gesamtbild vom Popstar ab.

Germany's next Topmodel (GNTM)

Aus zigtausend Bewerberinnen castet eine Jury, allen voran Heidi Klum, ca. 2.000 junge Frauen im Fließbandmodus. Aus diesen Bewerberinnen werden zwölf bis 16 Mädchen ausgewählt, von denen es nur drei ins Finale schaffen und nur eine gewinnen kann. Auf dem Weg zum Topmodel werden die Teilnehmerinnen bei Fotoshootings und „Challenges“ auf Modeltauglichkeit geprüft. Am Ende jeder Sendung steht der Livewalk, bei dem die Mädchen unter Beweis stellen sollen, dass sie wirklich Germany's next Topmodel werden wollen.

Nur wer den Livewalk meistert, ein schönes Fotoshooting abgeliefert und starken Willen zeigt, bekommt sein Foto und somit die Eintrittskarte in die nächste Runde.

Am Ende der Staffel winkt der Gewinnerin zum Beispiel ein Vertrag bei einer Modelagentur oder eine Werbekampagne bei einer bekannten deutschen Modekette. Kandidatinnen, die es nicht geschafft haben, bekommen zum Teil einen Platz in weiteren Sendungen beim selben TV-Sender.

Das Supertalent

Hier handelt es sich, ähnlich wie bei *DSDS* und *GNTM*, um den schnellen Weg vom ganz normalen Bürger zum TV-Star, dessen Karriereweg durch die Talent-Show geebnet werden soll. Mit einer Bühnenshow stellen sich die Kandidaten einer dreiköpfigen Jury vor. Die Jury darf entscheiden, welches Talent eine Runde weiterkommt und somit Anwärter auf den Titel Das Supertalent sein darf. Im späteren Verlauf entscheidet das Publikum per Telefonvoting, wer den Titel gewinnt und ein Preisgeld von 100.000 € kassiert.

Stilmittel:

- Kameravarianten wie subjektiver Blickwinkel und Kreisfahrt (sorgen für Emotionalisierung)
- Nahaufnahmen, teilweise im schnellen „zoom in/zoom out“ (Ransprung/Wegsprung) (dienen als Element der Aufwertung beziehungsweise Skepsis gegenüber einer Person oder deren Verhalten in der Szene)
- Bewerbungsvideos und Interviews mit Eltern und Freunden (Homestories)
- Verbalisierung der Gefühle (spiegelt die Selbstinszenierungskompetenz der Akteure wider)
- Stereotypisierung durch Sprachgebrauch, vor allem aber Kleidung und Körperbewegung
- musikalische Emotionalisierung
- aufwändiges Sounddesign
(unterstreicht, emotionalisiert und karikiert Situationen/Personen)
- aufwändige Postproduktion mit Animationselementen oder Bildeffekten; v.a. bei *DSDS* in der Bewerbungsphase (lenkt den Zuschauerblick)
- künstlicher Nachhall/Echo, teilweise über mehrere Szenen
(dient der Ironisierung von Aussagen oder Zitaten von Protagonisten)
- wiederholte Schwarzweiß- oder Sepia-Sequenzen, die Erfolge oder Niederlagen der Kandidaten zeigen, meist mit Musik unterlegt

Genre: Reality-Shows

Struktur:

(Prominente) Kandidaten werden in ungewohnter Umgebung unterschiedlichen Prüfungsaufgaben unterzogen und in einem Auswahlverfahren bewertet.

Zudem stehen die Teilnehmer unter Dauerbeobachtung. Die Kandidaten werden per Zuschauer-Voting aus dem Sendungssetting (einem Camp, einem Containerdorf etc.) gewählt (aktive Zuschauerbeteiligung).

Sendungen (beispielhaft):

- *Die Alm*
- *Big Brother*
- *Das Dschungelcamp - Ich bin ein Star, holt mich hier raus!*
- *The biggest Loser*
- *Fort Boyard*
- *The real World - Las Vegas 2011*

(Die hervorgehobenen Sendungen werden im Folgenden kurz beschrieben.)

Inhalt (exemplarisch):

Die Alm

C-Prominente verbringen in einer Hütte jenseits der Zivilisation einige Zeit miteinander. Hier leben die Kandidaten ohne jeden Luxus wie Bauern vor etwa 100 Jahren. Per Televoting können die Zuschauer den „Sepp des Tages“ bestimmen, der besondere Aufgaben bewältigen muss, um sich und der Gruppe eine Belohnung zu verschaffen (zum Beispiel ein warmes Abendessen).

Big Brother

Die Sendung gilt als Vorreiter aller nachfolgenden Reality-Shows. Einzelne Charaktere werden vorübergehend zu Medienstars gepusht (begleitendes Merchandising). Werbeverträge und der Einzug in die Musikcharts dienen hierbei als Präsentationsplattform. Der Gewinner erhält eine Siebprämie.

Das Dschungelcamp

In dieser Reality-Show leben acht bis zehn Prominente im australischen Dschungel. Sie müssen gewisse „Dschungelprüfungen“ bestehen, zu denen sie per Zuschauervoting zugelassen werden. Bei diesen Prüfungen werden die Kandidaten auf die Probe gestellt. Die Prominenten können auch rausgewählt werden oder freiwillig gehen, doch nur wer bis zum Ende bleibt, wird Dschungelkönig.

Stilmittel:

- allgegenwärtige Kamera
(beobachtet die Teilnehmer in allen Lebenslagen, jede Regung wird aufgezeichnet)
- Hintergrund-Gespräche im Off-Studio
- kontrastreiche Gegenüberstellung (Montage) verschiedener Einzelinterviews
(betont den Wettbewerbscharakter)
- Verbalisierung von Gefühlen
- Stereotypisierung mittels Sprachgebrauch, Kleidung und Körperbewegung
- extreme Aufgaben
(wecken das Zuschauerinteresse, zum Beispiel einen 30 cm langen Wurm essen)

Genre: Doku-Soap

Struktur:

Die Bezeichnung „Doku-Soap“ steht für eine personengebundene Darstellung unterschiedlicher Berufsgruppen (Polizei, Privatdetektiv etc.) oder Lebens- und Entwicklungsphasen (Hausbau, Jobsuche etc.) in vorherrschend dokumentarischem Präsentationsstil.

„Die Geschichten von alltäglichen und ganz besonderen Momenten überzeugen durch pure Emotionen und spürbare Authentizität.“ Quelle: RTL II

Sendungen (beispielhaft):

Darstellung unterschiedlicher Berufsgruppen:

- *Ärger im Revier*
- *Menschen, Tiere und Doktoren*
- *Achtung, Kontrolle*
- *Kinderärzte - Alltag im Kinderkrankenhaus*
- *Mein Revier*
- *Schneller, als die Polizei erlaubt*
- *Toto und Harry - Die Zwei vom Revier*

Darstellung unterschiedlicher Lebens- und Entwicklungsphasen:

- *Frauentausch*
- *Unser Traum vom Haus*
- *Die Wollnys*
- *16 and Pregnant*
- *Das Aschenputteexperiment*
- *Bauer sucht Frau*
- *Entscheidungen am Nachmittag*
- *Die Geisens*
- *Goodbye Deutschland*
- *mieten, kaufen, wohnen*
- *Schnulleralarm! Wir bekommen ein Baby*
- *Teen Mom*
- *Unsere erste gemeinsame Wohnung*
- *Unser neues Zuhause*
- *We are Family - So lebt Deutschland*
- *Die Wollerheims*

(Die hervorgehobenen Sendungen werden im Folgenden kurz beschrieben.)

Inhalt (exemplarisch):

Ärger im Revier

Die Doku-Soap gewährt dem Zuschauer, ähnlich wie *Toto und Harry*, einen vermeintlichen Einblick in das Alltagsleben von Polizisten. Gemeinsam mit den Beamten begibt sich der Zuschauer auf Streife und wird Zeuge, wie die Polizisten dem einen oder anderen Ganoven das Handwerk legen oder einfach nur als Freund und Helfer agieren.

Menschen, Tiere und Doktoren

Hier wird den Zuschauern ein Einblick in den Alltag von Veterinärmedizinern ermöglicht. In der Tierarztpraxis, im Zoo, auf dem Bauernhof oder bei einem Hausbesuch können sie den Ärzten und Pflegern bei der Arbeit über die Schulter schauen.

Frauentausch

Das Format zeigt zwei Frauen, die für einige Zeit in der Familie der jeweils anderen leben, wodurch zugleich „Weltanschauungen aufeinanderprallen“ (Zitat aus der Sendung). Zehn Tage lang agieren die meist kontrastierenden Charaktere als „Tauschmama“ in der „Tauschfamilie“ und haben mit Heimweh, Sehnsucht und Anpassungsschwierigkeiten zu kämpfen. Zur Zuspitzung der Situation führen häufig die am fünften Tag neu eingeführten Regeln der „Tauschmama“, die meist auf den Widerstand der „Tauschfamilien“-mitglieder stoßen. Am Ende jeder Sendung treffen sich die beiden Frauen und geben sich gegenseitig Erziehungstipps und Ratschläge zur Verbesserung des Familienklimas.

Unser Traum vom Haus

In dieser Sendung werden die markanten Phasen eines Hausbaus nachgezeichnet. Die Darstellung orientiert sich an den Entwicklungsstadien des entstehenden Gebäudes, verknüpft diese aber stets mit dem Gemütszustand der betroffenen und handelnden Personen. Der Zuschauer kann somit über mehrere Fernsehwochen einem relativ umfangreichen und, so will es die Darstellung vermitteln, riskanten Projekt beiwohnen.

Die Wollnys

Im Mittelpunkt dieser Sendung steht eine Großfamilie mit 13 Mitgliedern, wobei drei Kinder bereits erwachsen und ausgezogen sind. Insgesamt wohnen also Mutter Silvia, Vater Dieter und acht Kinder auf drei Stockwerke verteilt in einem Mehrfamilienhaus. Die Doku-Soap gibt einen Einblick in das Leben einer Großfamilie, der Zuschauer nimmt an sämtlichen Familienaktivitäten teil. Ganz gleich ob Einkaufen, Arztbesuch, Urlaub oder Geburtstagsparty, bei einer Großfamilie ist Action vorprogrammiert.

Stilmittel:

Ärger im Revier

- Einsatz von dokumentarisch wirkenden Handkameras und Minikameras im Fond der Streifenwagen (ungewöhnliche Perspektiven und Blickwinkel verstärken den Eindruck, dass es sich um einen Blick hinter die Kulissen handelt)

Menschen, Tiere und Doktoren

- Groß- und Detailaufnahmen der Verletzungen
- musikalische Emotionalisierung

Unser Traum vom Haus

- Großaufnahmen der teilnehmenden Personen
- Totalaufnahmen der Kulissen
- unrealistisch rasante Abfolge der Entwicklungsphasen mittels Montage zwecks Zuschauerbindung

Frauentausch

- Nahaufnahmen der Einrichtung
- stete Wiederholung von Aussagen der Protagonisten
- Stereotypenbildung durch Offkommentare (beispielsweise: „Die Alleinverdienerin...“, „Die Hausherrin...“, „Die dominante Ehefrau...“)

Die Wollnys

- Selbstinszenierung einzelner Familienmitglieder
- häufige Wiederholung von Aussagen der Protagonisten durch Montage
- Musik

Genre: Reality-Doku: Taskforce-Shows / Hilfesendungen

Struktur:

Der Begriff „Taskforce“ beschreibt die Idee vom Spezialisten(-team) in Beratungsmission. Dabei kann sich die Unterstützung der Experten sowohl auf das äußere Erscheinungsbild eines Gebrauchsgegenstands (Auto, Fahrrad etc.), einer Wohnung oder einer Person beziehen, als auch auf die sozialen Verhältnisse innerhalb einer Beziehung oder einer Familie.

Sendungen (beispielhaft):

- *Bully Beatdown*
- *Einsatz in 4 Wänden / Einsatz in 4 Wänden Spezial*
- *MTV Made*
- *Die Super Nanny*
- *Do it yourself - S.O.S.*
- *Engel im Einsatz*
- *Helfer mit Herz*
- *It's my life*
- *Raus aus den Schulden*
- *Die strengsten Eltern der Welt*
- *Die Supermamas*
- *Tatort Internet - schützt endlich unsere Kinder*
- *Der Trödeltrupp*
- *Wohnen nach Wunsch*
- *Zuhause im Glück - unser Einzug in ein neues Leben*

(Die hervorgehobenen Sendungen werden im Folgenden kurz beschrieben.)

Inhalt (exemplarisch):

Bully Beatdown

Ziel dieses Formats ist es, Schlägern eine Lektion zu erteilen. Der Peiniger muss in zwei Kampfunden gegen einen professionellen „Mixed-Martial-Arts“-Kämpfer bestehen. Gewinnt er, kann er 10.000 \$ mit nach Hause nehmen, verliert er aber, bekommt sein Opfer die 10.000 \$ und er muss sich bei seinem Opfer entschuldigen.

Einsatz in 4 Wänden

Tine Wittler berät Familien bei der Umgestaltung einzelner Wohnräume oder der kompletten Wohnung. Dabei steht auch hier das Vorher-Nachher-Prinzip im Mittelpunkt der Inszenierung. Ein wechselndes Team von Handwerkern geht der Hauptakteurin dabei zur Hand. Kinderzimmer, Küchen und Bäder werden dabei einem vorherrschenden Look angepasst.

MTV Made

Berufswünsche oder andere Träume und Sehnsüchte von Jugendlichen werden mit Hilfe von Spezialisten und Coaches wie Sängern, Designern, Fitnesstrainern o.ä. erfüllt.

Die Super Nanny

Eine diplomierte Pädagogin wird von Eltern mit Erziehungsschwierigkeiten und Familienproblemen um Hilfe gebeten. Sie zieht eine Woche bei den Familien ein, coacht in schwierigen Situationen, stellt Regeln auf etc. Jede Regung, etwa des verhaltensoriginellen Kindes, wird dabei von dem allgegenwärtigen Kamerateam eingefangen, Hintergrundinterviews fragen den Erfolg der Maßnahme ab.

Stilmittel:

- Split-Screen-Effekte (illustrieren das Vorher-Nachher-Prinzip)
- Einsatz von Musik (sorgt für Emotionalisierung des Zuschauers)
- Detailaufnahmen von bestimmten Accessoires oder von veränderten Gegenständen, die das Gesamtkonzept widerspiegeln (beispielweise brennende Kerzen, sorgen für eine feierliche Atmosphäre)
- allgegenwärtige Kamera (beteiligt direkt am Geschehen, in der Sendung *Die Super Nanny* meist unter Missachtung jeglicher Privatsphäre)
- Hintergrund-Interviews (geben Einblick ins Seelenleben der Protagonisten)
- mitschwenkende Kamera (vermittelt beispielsweise Chaos und Action beim Streit im Kinderzimmer)

Genre: Scripted Reality / Pseudo-Doku-Soap

Struktur:

Eine Scripted-Reality-Doku/Pseudo-Doku-Soap gibt formal vor, eine Doku-Soap zu sein, auch die Inhalte ähneln einer solchen. Abgrenzen lässt sich die Scripted-Reality-Doku von anderen Real-Formaten dadurch, dass sie nicht etwa real existierende Persönlichkeiten begleitet, sondern Laiendarsteller, die nicht sich selbst darstellen, sondern eine Rolle spielen. Außerdem geschieht in einer Scripted-Reality-Doku nichts zufällig, die Wirklichkeit wird dem Zuschauer durch Einsatz von Stilmitteln nur vorgetäuscht. Ein Drehbuch legt von Beginn an fest, was geschehen soll (Scripted Reality).

Sendungen (beispielhaft):

- *Betrugsfälle*
- *Familien im Brennpunkt*
- *X-Diaries - love, sun & fun*
- *Die Autohändler*
- *Mitten im Leben*
- *Die Schulumittler*
- *Verdachtsfälle*
- *Zwei bei Kallwass*

(Die hervorgehobenen Sendungen werden im Folgenden kurz beschrieben.)

Inhalt (exemplarisch):

Betrugsfälle

Hier werden Betrugsfälle jeder Art aufgegriffen. Ganz gleich, ob Betrug in der Partnerschaft oder in einem Rechtsstreit, die Serie zeigt mit ihren Themen wie zum Beispiel „Doppelleben“ oder „Lügen“, welche Folgen Betrug haben kann. Im Zentrum steht der Kampf für die Wahrheit.

Familien im Brennpunkt

Gezeigt werden Familienkonflikte, die das Familienrecht betreffen. Inszenierte Fälle von Sorgerechtsstreitigkeiten, über Scheidungen bis hin zu Vaterschaftsstreitigkeiten, sind Themen der Scripted-Reality-Sendung. Am Ende jeder Episode steht die Lösung des Konflikts durch einen Rechtspruch, der den Beteiligten den Weg weist.

X-Diaries

An den Spielorten Rimini, Mallorca, Lloret de Mar, Goldstrand von Bulgarien und Ibiza werden in jeweils fünf Episoden, die montags bis freitags ausgestrahlt werden, vier Urlaubsgeschichten parallel erzählt. Stets begleitet von Kameras, erleben Cliquen, Paare und Familien einen unvergesslichen Urlaub voll von Überraschungen, Konflikten und Peinlichkeiten. Die Lösung des jeweiligen Konfliktes, häufig Partnertausch, Beziehungskrise oder Streit unter Freunden, erfolgt erst in der letzten Episode, die mit der Heimreise endet.

Stilmittel:

- Starke Stereotypen-Darstellung durch Sprachgebrauch, Kleidung, Körpersprache
- Vortäuschung natürlicher Dialoge (Sprechpausen, Versprecher und Wiederholungen werden bewusst eingesetzt)
- Direkte Ansprache des Kamerateams durch die Protagonisten (erweckt den Eindruck einer non-fiktionalen Szenerie, beispielsweise: „...lass mich endlich in Ruhe, Herbert! Und ihr“, die Darstellerin zeigt auf die Kamera, „geht jetzt bitte auch, ich möchte allein sein“, sie schließt die Tür, Szenenwechsel)
- Ausschluss der Kamera an bestimmten Orten, zum Beispiel bei einer nichtöffentlichen Gerichtsverhandlung (täuscht Realbedingungen vor)
- schauspielerisch ungeübte Laiendarsteller (wirkt sich positiv auf die Glaubwürdigkeit der Geschichten aus)
- Interview-Kommentare (bezeugen das Geschehen; Interviews werden bei Pseudo-Doku-Soaps jedoch meist am Stück aufgezeichnet, um Zeit zu sparen. Anhaltspunkte dafür sind die Kleidung der Protagonisten sowie der Bildhintergrund - beides ändert sich nicht)
- überwiegend neutral und seriös wirkender Off-Text
- Bildeinstellung (beispielsweise Nahaufnahme der Mimik etc.)

Genre: Gerichtsshows

Struktur:

Typisch für das Konzept dieses Genres ist die inszenierte, aber realitätssimulierende Situation einer Gerichtsverhandlung. Laiendarsteller treten neben Profijuristen auf und agieren im Rahmen spektakulärer Fälle.

Sendungen (beispielhaft):

- *Richter Alexander Hold*
- *Richterin Barbara Salesch*
- *Das Familiengericht*
- *Das Jugendgericht*
- *Das Strafgericht*

Inhalt (exemplarisch):

In der Regel verläuft eine Gerichtsshow nach dem Prinzip einer echten Gerichtsverhandlung. Die verhandelten Fälle sind allerdings nicht unbedingt typisch für den Alltag an deutschen Gerichten. In den meisten Fällen nimmt der Prozess eine unerwartete Wendung, indem ein bisher unbekannter Zeuge oder ein Beweisstück auftaucht und zur Klärung verhilft.

Stilmittel:

- Großaufnahmen von Gefühlsausbrüchen der Akteure (sorgen für Dramatisierung)
- Statische Kameras (betonen seriöse Stimmung im Gerichtssaal)
- Stereotypisierung durch Sprachgebrauch, Kleidung und Körperbewegung
- Betonung des inszenierten Realsettings durch Hintergrund und Requisiten

Stilelemente in Reality-TV-Sendungen (Auswahl)

	Stilelemente	Wirkung, Erläuterung	Einsatz
A. Personalisierung und Zuschauerbindung	Nahaufnahmen	Gefühlsregungen werden sichtbar; sonst unbeachteten Details wird Bedeutung zugewiesen	alle Genres
	totale Kameraaufnahmen	geben dem Zuschauer ein Raumgefühl und verschaffen einen Überblick	alle Genres
	Auftreten Nichtprominenter als Akteure		alle Genres
	Voting	aktive Zuschauerbeteiligung, per Abstimmung wird die weitere Handlung mitbestimmt	Doku-Soap Casting-Shows
	Montage	durch den Schnitt besteht die Möglichkeit, einzelne Charaktere hervorzuheben; so wird der Zuschauer unbewusst in seiner Sympathie und Antipathie manipuliert Einzelinterviews der beteiligten Kandidaten werden per Montage zueinander in Kontrast gesetzt und verstärken so den Eindruck einer Konkurrenzsituation Splitscreen zeigt den Vorher/Nachher-Effekt	Doku-Soap Casting-Shows
B. Intimisierung	Hintergrundgespräche	die Akteure offenbaren ihr Seelenleben; der Wettbewerbscharakter wird durch kontrastreiche Gegenüberstellung verschiedener Akteure betont	Casting-Shows Taskforce-Formate
	Interviews mit Eltern/Freunden	Hintergrundinformationen, Einblicke in das Privatleben	Casting-Shows
	allgegenwärtige Kamera	Voyeurismus und absolute Kontrolle; jede Regung wird aufgezeichnet	vor allem <i>Big Brother</i> , <i>Die Super Nanny</i>
C. Emotionalisierung	Darstellung der Gefühle in Sprache, Mimik und Gestik	die Selbstinszenierungskompetenz kommt zum Tragen, telegene Darsteller wissen, was die Zuschauer bewegt und welche Aktion die Regie braucht	<i>Big-Brother</i> Casting-Shows Taskforce-Formate
	Subjektive Kamerasicht und Kreisfahrten	bei der subjektiven Kamerasicht schlüpft der Betrachter in die Rolle des Akteurs, aus dessen Sicht gefilmt wird; die Kreisfahrt spiegelt sein Innenleben wider	insbesonderen Casting-Shows
	Musik	betreibt intensives Gefühlsmanagement, bestimmten Charakteren werden durch immer gleiche Musik bestimmte Attribute zugesprochen	alle Genres
	Geräusche	zusätzlich hinzugefügte Geräusche, die nicht zum Originalton gehören, betonen die Stimmung, zum Beispiel lautes Herzklopfen	Casting-Shows Reality-Shows

	Stilelemente	Wirkung, Erläuterung	Einsatz
C. Emotionalisierung	Montage	Schwarzweiß- oder Sepia-Sequenzen zeigen wiederholt einschneidende Erlebnisse der Protagonisten Einsatz von Slow- oder Fastmotion; die Verlangsamung von Bildsequenzen zögert den entscheidenden Moment hinaus und spielt mit der Spannung des Zuschauers Randunschärfen legen das Augenmerk auf die kleinste mimische Regung eines Kandidaten	alle Genres
D. Stereotypisierung	Sprachgebrauch	Slang und erlesene Wortwahl fördern Zuschauerbeurteilung maßgeblich	alle Genres
	Kleidung	betont Stereotype; „Kleider machen Leute“	alle Genres
	Körpersprache	typisierte Gestik und Körperhaltung	alle Genres
	Off-Kommentar	Stereotypenbildung durch Offkommentar (zum Beispiel: „Die Alleinverdienerin...“, „Die Hausherrin...“, „Die dominante Ehefrau...“)	Doku-Soaps Reality-Doku Scripted Reality
	Postproduktion	Animierte Bildelemente karikieren Situationen/Personen, können aber auch zur Veredelung (zum Beispiel durch Glanzeffekte) der Szene beitragen	Casting-Shows
	Licht	Licht und Schatten kennzeichnen Gut und Böse	
	Montage	stete Wiederholung von Aussagen der Protagonisten	
E. dokumentarischer Charakter	Handkamera	die bewusst mangelhafte Qualität mancher Kameraaufnahmen (Handkamera) betont deren Authentizität; sie werden scheinbar unmittelbar live übertragen und nicht nachbearbeitet; der Blick hinter die Kulisse wird möglich	Doku-Soaps <i>Big-Brother</i> Scripted Reality
	Überwachungskamera	die Überwachungskameras bedienen den voyeuristischen Blick des Zuschauers	Reality-Shows
	Licht	spärliches Kerzenlicht, Straßenlaternen	alle Genres
	Tonqualität	raschelnde Ansteckmikros wirken authentisch; auch nachträglich eingespielte Orginaltöne und -geräusche verstärken den dokumentarischen Charakter einer Szene	Doku-Soap Taskforce-Shows
	Kamerateam	die Interaktion zwischen Kamerateam und Protagonisten weckt beim Betrachter den Eindruck einer nonfiktionalen Szenerie	Scripted Reality

Modul 2



**Medienanstalt
Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH)**

Rathausallee 72 - 76
22846 Norderstedt

Telefon 040 / 36 90 05-0
Telefax 040 / 36 90 05-55

E-Mail info@ma-hsh.de
Internet www.ma-hsh.de