



HERMANN J. KUPPERZ / DAPD

Talentshowkandidat Hamed Anousheh („DSDS“), „The Voice of Germany“-Siegerin Quainoo, „Das perfekte Model“-Jurorinnen Karolina Kurkova,

TV-SHOWS

Am Ende des Ellenbogens

Ein Jahrzehnt nach dem Beginn des deutschen Casting-Booms bröckeln bei fast allen Shows die Quoten. Der lange kultivierte Karriere-ist-Kampf-Egoismus wirkt neuerdings merkwürdig deplatziert.

Das junge Ding ist gerade ausgeschieden und versteht die Welt nicht mehr. Es heult. Die Wimperntusche hält nicht mehr stand und rinnt das Gesicht hinab. „Dabei bin ich doch so sexy“, ruft das Mädchen. „Aber die sehen mich mehr als Schauspielerin und Unterwäschemodell und eher nicht so Highend-Fashion.“

So wie hier vor ein paar Tagen in der Show „Das perfekte Model“ kann es gehen, wenn Träume von der schnellen Karriere via Fernsehshow zerplatzen. Es ist furchtbar enttäuschend für die Betroffenen – aber manchmal ziemlich lustig für die Zuschauer. Besonders komisch ist allerdings, dass einige der Kandidaten noch zu glauben scheinen, es warte am Ende wirklich ein Leben als Superstar oder -modell in Highend-Fashion. Die Aussichten darauf sind schlechter als die aktuellen Quoten des Genres.

Vor zehn Jahren startete auf RTL „Deutschland sucht den Superstar“ („DSDS“), der Wegbereiter aller modernen Castingshows. 2002 debattierte das Land auch noch über Entlassungswellen und Hartz-Reformen, den Pisa-Bildungsschock, eine chancenlose Jugend und die Frage, warum Deutschland beim Wirtschaftswachstum Schlusslicht in Europa ist. Heute streitet das Land eher über eine neue Generation weicher Männer, über Frauenquoten und Burnout-Malaisen.

2002 schienen Castingshows einen Ausweg zu illustrieren. Sie gaben dem Prozess des knallharten Aussiebens so etwas wie Glamour und erklärten den einsamen Sieger zum Rollenvorbild. Wenn das ganze Land abschmiert, kann sich jeder nur noch auf sich selbst verlassen.

Heute wirkt dieser ganze Kosmos aus Dieter-Bohlen-Sprüchen wie „Nur die Harten kommen in den Garten“ vor al-

lem gestrig. Und das „Ich bin nur hart zu euch, weil die Branche hart ist“-Getue von Model-Domina Heidi Klum taugt nach so vielen Wiederholungen nur mehr als Selbstparodie.

Kein Zufall also, dass das gesamte Casting-Gewerbe nun in die Krise geraten ist. Die Quoten bröckeln auf breiter Front. „DSDS“ verlor seit seiner Premiere mehr als eine Million Zuschauer allein in der jungen Zielgruppe. „Germany's Next Topmodel“ kommt längst nicht mehr an frühere Rekorde heran. Auch die letzten Staffeln von „Das Supertalent“, „Popstars“ oder „X Factor“ waren schwach.

Selbst neue Shows, die das alte Thema variieren, wie „Unser Star für Baku“, „The Voice of Germany“ oder eben „Das perfekte Model“, brachten am Ende nur enttäuschende Quoten. Die Zuschauer wenden sich ab vom Auslese-Zirkus. Ein weiterer Grund für das Ende des Booms:



Eva Padberg: *Wie heißt noch mal der junge Mann, der „Unser Star für Baku“ geworden ist?*

Nach etlichen Staffeln dieser Das-Fernsehen-backt-sich-einen-Star-Formate dürfte auch dem letzten Zuschauer klar sein, dass es um dieses Versprechen natürlich immer weniger geht. Oder dass es ohnehin nur eine besonders raffinierte Illusion war.

„DSDS“ brachte allenfalls einen Mark Medlock hervor, aber nie eine Lady Gaga. „Popstars“-Gewinner wie Monroe und No Angels beschäftigten sich in den letzten Jahren entweder mit Selbstauflösung und/oder mit Comeback-Versuchen. Die Siegerinnen von „Germany’s Next Topmodel“ finden sich später eher in Versandhauskatalogen und als Messe-Dekor wieder. Selbst die hellste Sternschnuppe aller deutschen Castingshows, Lena Meyer-Landrut, verflücht inzwischen.

„Vielleicht verlangt man da auch zu viel von jeder einzelnen Staffel so einer Show, die ja zuallererst Fernsehunterhaltung ist“, sagt RTL-Unterhaltungschef Tom Sängler. „Es gibt weltweit gerade einmal zehn Künstler, die eine nachhaltige Karriere gemacht haben, die wirkliche Megastars sind.“

Nur für eines sind die ehemaligen Casting-Akteure zu gebrauchen: als Staffage im australischen TV-Abklingbecken des RTL-Dschungelcamps. Fünf der elf Kandidaten in der diesjährigen Staffel waren überhaupt nur durch eine Castingshow zu Prominenz gekommen: Kim Gloss war bereits bei „DSDS“ gescheitert, Micaela Schäfer bei „Germany’s Next Topmodel“. Daniel Lopes hatte sich bei „Das Supertalent“ und „DSDS“ versucht. Martin Ke-

sici hatte sogar mal „Star Search“ auf Sat.1 gewonnen. Und Vincent Raven war Sieger des albernen Zauberer-Castings „The next Uri Geller“.

Trotz sinkender Quoten werden neue Castingshows produziert, die sich allerdings gegenseitig die Aufmerksamkeit stehlen. Das Format erstickt nicht zuletzt am eigenen Erfolg, und auch wohlwollende Zuschauer verlieren allmählich den Überblick.

Ivy Quainoo, die Siegerin von „The Voice of Germany“, mag gerade noch wiedererkannt werden, wenn sie bei „Verstehen Sie Spaß?“ auftritt. Aber wie heißt noch mal der junge Mann, der „Unser Star für Baku“ gewonnen hat und demnächst die Republik beim Eurovision Song Contest in Aserbaidschan vertreten wird? Roman Lob heißt er. Aber kaum einer redet über ihn. Als gesellschaftlicher Gesprächsstoff von Schulhof bis Kegelabend haben die Shows ausgedient.

RTL müht sich offenbar dennoch (oder deshalb?), auch die neunte „DSDS“-Staffel als Freakshow anzulegen. Da ist der stets lustige Joey, der als Kind von seinem Vater verprügelt wurde. Da ist der exzentrische Christian, der im knallgelben Rock vor Dieter Bohlen trat, einst nach der Trennung der Eltern bei der Oma wohnte und als Jugendlicher magersüchtig war. Da ist Betty Bambi, die es immerhin bis in die zweite Runde schaffte, eigentlich Jan heißt und für eine Geschlechtsumwandlung spart.

Auf ProSieben steht die mittlerweile siebte Staffel von „Germany’s Next Top-

model“ dem Konkurrenzprogramm nur wenig nach: Eine Kandidatin hat den Krebs besiegt, eine andere tanzte früher in einem Sexclub in Chemnitz an der Stange und präsentierte sich mit einer lebenden Ratte auf der Schulter vor Heidi Klum.

„Wir geben jedem die gleiche Chance, egal welcher Herkunft“, sagt Unterhaltungsfachmann Sängler dazu. „Nur so gelingt Unterhaltung, die ein breites Publikum erreichen soll.“

Doch die Muster, nach denen RTL versucht, Emotionen zu wecken, variieren kaum noch. Die Kandidaten jeder Staffel erscheinen wie Wiedergänger früherer Teilnehmer. Es gibt feste Rollen, die es zu besetzen gilt: den Checker, das Küken, die dunkelhäutige Schönheit, etwas Androgynes, einen Schmuselatino. Inzwischen ermüden die Stereotypen.

Doch es sind nicht nur die üblichen Abnutzungserscheinungen. Castingshows haben zudem auch ihren Status als Sinnbild für alle möglichen gesellschaftlichen Entwicklungen verloren. Jahrelang war das Format der Oberbegriff, unter dem sich alles fassen ließ, was persönlichen Konkurrenzdruck bedeutete, und zugleich machte es diesen Konkurrenzdruck modern. Irgendwann war alles plötzlich Casting: Personalgespräche, Wahlen, Karrieren, Schulnoten, Partnersuche. Wissenschaftler, Journalisten und sonstige Zeitdeuter arbeiteten sich an der „Casting-Gesellschaft“ ab.

Und stets bedeutete der Begriff: Das Leben kennt nur wenige Gewinner. Sieh

zu, dass du dazugehörst! Jetzt ist das Ende des Ellenbogens erreicht.

Der ewige Kampf passt nicht mehr in eine Zeit, in der selbst aus dem einst von Michael Douglas gespielten „Wallstreet“-Finanzhai in der Fortsetzung ein geläuterter Langweiler wurde. In der alle von „Work Life Balance“ reden und Chefs daran gemessen werden, wie gut sie ihre Untergebenen verstehen.

Wie sehr sich die Welt – und mit ihr das Fernsehen – gewandelt hat, lässt sich auch am völligen Verschwinden von Castingsendungen wie „Big Boss“ ablesen. Damals mussten Bewerber vor einer Manager-Jury rund um Reiner Calmund antreten und sich Woche für Woche anhören, was für Versager sie doch seien – und das alles für ein zweifelhaftes Karriereversprechen. Heute sendet das Privatfernsehen Formate wie „Undercover Boss“. Nun mühen sich die Chefs von Burger-Bratereien, Putzkolonnen und Hotelketten als Praktikanten auf den untersten Stufen ihrer eigenen Firmen ab. Es geht um Verständnis und das Ich-bin-doch-einer-von-euch-Gefühl.

Selbstverständlich interessiert sich das Privatfernsehen für gesellschaftliche Umbrüche gar nicht, es reagiert aber aus Quotengründen dennoch oft überraschend sensibel. Und neuerdings sind alle furchtbar nett zueinander. Angefangen hatte das schon vor zwei Jahren mit Stefan Raabs „Unser Star für Oslo“. Die Show war als Gegenentwurf zu „DSDS“ konzipiert. Während Dieter Bohlen sich in der Pose des knallharten Musik-Business-Manns präsentierte, mimte Raab den freundlichen Arbeitgeber, dem am Wohl seiner Leute tatsächlich etwas liegt.

Gut in diese neue Zeit passt auch Nena. Bei „The Voice of Germany“ war sie nur Casting-Mama, nie Scharfrichter. Fast immer fand sie alles „super“, was auf der Bühne so zusammengesungen wurde. Und wenn sich die Jury stritt, dann höchstens darüber, wer den jeweiligen Kandidaten noch mehr ins Herz geschlossen hatte. Die Juroren der neuen Kuschel-Castings verstehen sich – wie die neuen Chefs – nicht als Drill-Sergeants, sondern als Brüder und Schwestern und größte Fans der eigenen Schöpfungen.

Anfangs stellte „The Voice of Germany“ das ganze Spiel auf den Kopf. In der ersten Runde kämpften nämlich nicht nur die Kandidaten um die Anerkennung der Jury. Besonders gute Sänger konnten unter den Juroren auswählen, wen sie als Mentor wollten. Auf einmal mussten die Chefs um das Wohlwollen der Kandidaten streiten. Das war neu und amüsant. Aber irgendwann hatten sie ihre Kandidaten ausgesucht. Und alles war wieder wie in „DSDS“. Nur ein bisschen netter. Schon ließen die Quoten nach. Nur lieb ist auch langweilig.

MARKUS BRAUCK, ALEXANDER KÜHN

DEBATTE

Digitales Freibier

Ein funktionierendes Urheberrecht ist dringend nötig.

Von Martin Moszkowicz

Wie kann, wie muss in der Internetära der Schutz der Urheberrechte gewährleistet werden? Oder soll es überhaupt keine Barrieren mehr geben, wie ein Teil der Netzgemeinde fordert? Vergangene Woche attackierte SPIEGEL-Autor Stefan Niggemeier die Verwertungsindustrie. Ihm antwortet einer der bekanntesten Filmproduzenten des Landes.

Ist das Urheberrecht die Erfindung einer profitgierigen Rechteindustrie? Ist das illegale Herunterladen von Filmen, Musik und Büchern legitim oder doch zumindest verständlich, weil legale Angebote künstlich verknappt und nur unzureichend zur Verfügung gestellt werden? Haben die Verwerter, also Verlage oder Plattenfirmen, nicht das Gemeinwohl im Sinn, sondern nur ihren Profit?

Mit bemerkenswerter Ignoranz sprechen viele Netzaktivisten den Verwertern das Recht ab, mit Inhalten Geld zu verdienen. Die Argumentation dieser kleinen, aber lautstarken Gruppe lautet, dass die Vertriebsarbeit von Verlagen, Filmproduzenten und Fernsehanstalten im Zeitalter des Internets nicht mehr notwendig sei. Es könne ja jeder direkt alle Inhalte aus dem Netz heraus konsumieren.

Der grundsätzliche Irrtum basiert auf der naiven Vorstellung, dass jedes Werk – egal ob Artikel, Buch, Song oder Film – nicht einzigartig ist, sondern heute von jedem konzipiert, hergestellt, vertrieben und verwertet werden kann. Jeder kann Künstler sein. Jeder könnte also auch zum Beispiel „Let it be“ schreiben – kann doch nicht so schwer sein! Auf jeden Fall ist es nicht so viel wert, dass man den Zugang dazu gegen Bezahlung einschränken sollte.

Deshalb ist aber das Netz voll von Videos tanzender Katzen und beißender Kleinkinder. Dieser „User-generated-Content“ wird milliardenfach konsumiert, gezahlt wird mit der Währung, die heute wertvoller ist als Gold: Aufmerksamkeit und persönliche Daten – am besten beides. Die irrwitzig hohen Bewertungen von Google, Facebook & Co. basieren darauf, dass dieses Geschäftsmodell unverändert weitergeführt werden kann.

Die Hersteller und Verwerter sollen also nichts von dem Kuchen abkom-

men. Allenfalls die Urheber ein bisschen, aber dann nur direkt vom Konsumenten. Dass Google oder Facebook durch die Werbeschaltungen Milliarden Gewinne erzielen wie auch die Telekom-Konzerne durch die Gebühren fürs Netz, wird seltensamerweise von den Vertretern einer digitalen Freikultur nicht in Frage gestellt.

Unser Urheberrecht schützt jeden Urheber, also auch das beißende Baby bei-



Verlagsstand auf der Leipziger Buchmesse:

ziehungsweise seine Eltern. Sie haben sich als Urheber zu einem kostenfreien Verwertungsweg entschlossen. Das ist ihr gutes Recht, denn das Urheberrecht hat nichts mit dem Schutz von Filmfirmen zum Beispiel und deren vermeintlicher Gewinnsucht zu tun. Im Gegenteil: Wenn Verlage, Musik-Labels und Filmfirmen künftig überflüssig werden sollten, weil die Autoren, Musiker und Filmemacher ihre Werke selbst herstellen und vermarkten, dann werden die Künstler umso mehr darauf angewiesen sein, dass ihre Werke geschützt werden. Denn auch das Recht zu entscheiden, wie die Verwertung stattfindet, ist nur mit einem funktionierenden Urheberrecht gewährleistet.

Als Filmproduzent bin ich eher nicht bereit, für das beißende Baby zu zahlen, sondern hoffe auf das einzigartige, das außergewöhnliche Werk. Dafür bin ich