Castingshows

„Die Casting-Teilnehmer sind keine prominenten Superstars, sondern Menschen, mit denen man sich identifizieren kann. Die Castings selbst beschönigen nichts, sondern zeigen ‚normale' Menschen auf ihrem Weg, ein bestimmtes Ziel zu erreichen."

Oliver Fuchs, Geschäftsführer Eyeworks GmbH; http://www.eyeworks.tv

bm:uk Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur

Begleitendes Unterrichtsmaterial für Lehrerinnen und Lehrer zum Thema "Castingshows"

Zum Einsatz im Unterricht:

Altersstufe: ab 12 Jahren
Fächer: Politische Bildung, Geschichte und Sozialkunde, Deutsch
Themen: TV-Formate, Populärkultur, Rolle von Werbung und Vermarktung, Leistungsgesellschaft, Selbstvermarktung

Hinweis:
Die einführenden Texte sind als Diskussionsanregung und zur Information für die Lehrpersonen gedacht, die anschließenden Fragestellungen und Übungen richten sich an die SchülerInnen.

Inhalt des Begleitmaterials:

1. Warum das Thema "Castingshows" im Unterricht behandeln?
2. Das "Phänomen" Castingshow
3. Warum an Castingshows teilgenommen wird
4. Selbstvermarktung und Selbstinszenierung
5. Warum Castingshows angeschaut werden
6. Bevormundung oder Selbstverantwortung?
7. Die Rolle der Jury
8. Die Industrie dahinter
9. Kennzeichen des Privatfernsehens
10. "Austria's Next Topmodel"
11. Kennzeichen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens
12. "Starmania"
13. Hilfreiche Links und weiterführende Literatur

1. | Warum das Thema "Castingshows" im Unterricht behandeln?

Als neuer und populärer Bestandteil der heutigen Unterhaltungsbranche sind Castingshows inzwischen zum eigenen Phänomen der TV-Landschaft geworden.
Da Jugendliche die hauptsächliche Zielgruppe dieses TV-Genres sind und zum kritischen Medienbewusstsein die Fähigkeit dazu gehört, nicht nur Inhalte, sondern auch Entwicklungen, Konsequenzen und die Industrie hinter den Medien bewerten und in Frage stellen zu können, bietet es sich an, das Thema "Castingshows" und die Rolle des privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehens im Unterricht zu behandeln.

2. | Das "Phänomen" Castingshow

Definition:

Eine Castingshow bzw. Talentschau ist eine Veranstaltung oder Fernsehsendung, die sich mit dem Casting potentieller Sänger, Tänzer, Models u.ä. befasst. Das Casting - das Vorführen seiner Fähigkeiten vor einer Jury - ist ein fester Bestandteil von Casting-Shows. Vor den entsprechenden Gesangs-, Talent- oder Modelwettbewerben veranstalten die verantwortlichen TV-Produktionsfirmen Massencastings, an denen in der Regel mehrere Tausend AnwärterInnen teilnehmen.
Bei "Starmania" nahmen bei der letzten Staffel (Herbst/Winter 2008/09) 2.200 BewerberInnen bei den Castings teil; bei "Austria's Next Topmodel" bewarben sich 3.500 Anwärterinnen (news.at).

Folgende Castingshows werden im vorliegenden Material beleuchtet:

- "Austria's Next Topmodel", Starttermin: 8. Jänner 2009, Puls 4
- "Starmania", ORF 1

Zuschauerquoten von „Starmania" und „Austria's Next Topmodel":

Angesichts des zu beobachtenden "Castingshow-Booms" wäre es wichtig, mit SchülerInnen zu diskutieren, warum einerseits so viele BewerberInnen an Shows partizipieren wollen und warum andererseits die Rezeptionsbereitschaft seitens der ZuschauerInnen so groß ist.
Bei der letzten Staffel von **„Starmania"** (von Herbst 2008 bis Winter 2009) sahen zwischen 350.000 und 500.000 ZuschauerInnen die Sendung, wobei die Zuschauerquote im Vergleich zu vorherigen Staffeln laut ORF abgenommen hat.
Die Premiere von **"Austria's Next Topmodel"** am 8.Jänner 2009 bescherte Puls 4 einen neuen Rekord: durchschnittlich 213.000 ZuseherInnen (Erwachsene 12+) verfolgten den Start der ersten Sendung. In der Zielgruppe „Erwachsene 12 - 29 Jahre" erreichte „Austria's Next Topmodel" 20,1 Prozent Marktanteil. Damit war „Austria's Next Topmodel" die stärkste Sendung im Privat TV. Das bringt auch für Puls 4 einen Rekordtagesmarktanteil von 4,8 Prozent.
Siehe dazu: http://derstandard.at/?url=/?id=1231151397689%26sap=2%26_pid=11686868

3. | Warum an Castingshows teilgenommen wird

"Berühmt" zu werden und aus dem eigenen gesellschaftlichen Umfeld herauszukommen - besonders bei denjenigen TeilnehmerInnen zu beobachten, die geringe berufliche Qualifikationen aufweisen - sind die Hauptgründe für die Teilnahme an Castingshows, so die Expertin Ute Biernat (Geschäftsführerin von Grundy Light Entertainment, das u.a. "Deutschland sucht den Superstar" produziert.)

Den Casting-Boom könnte man zudem als Ausdruck einer gesellschaftlichen Entwicklung sehen so Paul Jackson, Unterhaltungschef beim englischen Sender ITV. Seine Meinung dazu:

"*Diese Formate haben die Bedürfnisse einer selbstbewussten, fordernden jungen Generation in der westlichen Welt aufgenommen, einer Generation, die glaubte, alles erreichen zu können, wenn man es nur wirklich wollte, und die selbst zum Bestandteil eines auf Stars fixierten Weltbildes wurde (...).*"

© ORF / Ali Schafler

Medienwissenschaftler sprechen im Zusammenhang des Casting-Booms auch von sozialpsychologischen Faktoren, die zu einem neuen "exhibitionistischen Sozialtypus" geführt haben. "*Viele junge Leute haben erkannt, dass es alltagspraktisch darauf ankommt, sich in wenigen Minuten zu präsentieren, und dass es dabei um alles geht: Du hast jetzt drei Minuten, Dich der Welt vorzustellen, aber wehe, Du faszinierst uns nicht – diese Formate trainieren genau diesen Medien-Darwinismus*", so der Medienwissenschaftler Norbert Bolz.

Mehr dazu:
http://www.welt.de/fernsehen/article1736572/Warum_Casting_Shows_so_erfolgreich_sind.html

Fragestellungen:

- *Warum nehmen deiner Einschätzung nach so viele Jugendliche an Castingshows teil?*
- *Sind wir durch unsere Medien "starfixierter" geworden? Glaubst du, dass viele junge Menschen sich erst dann wirklich anerkannt fühlen, wenn sie - in der Rolle eines „Stars" - im TV auftreten? Wie schätzt du das gesellschaftliche Interesse für „Stars" ein? Beeinflussen unsere Medien uns zu viel? Oder ist man „selbst Schuld", wenn man sich zu sehr am Leben von Prominenten orientiert?*
- *Nenne Gründe, warum du selber an Castingshows teilnehmen würdest oder nicht teilnehmen würdest!*

4. | Selbstvermarktung und Selbstinszenierung

Das Bedürfnis bzw. die heutige (scheinbare) Erfordernis, sich selbst darstellen zu können, kann man neben dem Phänomen der Castingshows auch auf einen anderen Bereich beziehen. Denn die Fähigkeit "sich verkaufen" zu können, empfinden viele Menschen als wesentlichen Bestandteil des heutigen Arbeitsmarktes und dessen z.T. erschwerten Bewerbungsverfahren, wie beispielsweise dem Assessment-Center. Was hier in besonderer Weise zählt, ist die Fähigkeit der "Eigenvermarktung" oder des "Eigenmarketings".
Diese Fähigkeit beinhaltet, dass man nicht nur die erforderlichen (jobspezifischen) Qualifikationen aufweisen muss, sondern dass auch die Präsentation seiner Selbst stimmig und überzeugend sein muss. So steigert man auf dem Arbeitsmarkt seinen eigenen "Marktwert" vor allem dann, wenn man es wie erfolgreiche CastingteilnehmerInnen gelernt hat, nicht nur durch "geeignete" Fähigkeiten und Persönlichkeitsmerkmale aufzufallen, sondern sie vor Publikum auch "erlebbar" zu machen.

Diesem Gedanken entsprechend ist die Medienwissenschaftlerin Tanja Thomas der Meinung, dass durch Castingshows "*die neoliberale Idee der 'Selbstvermarktung' in Szene gesetzt werde und der Mythos des 'Leistungsgedankens' 'mittels Selektionsriten perpetuiert' werde*".
Zudem würden Castingshows "*eine Zwanghaftigkeit der Selbstinszenierung*" *propagieren.* "*Jede/r ist Experte in eigener Sache, verantwortlich dafür, sein eigenes Humankapital mit maximalem Gewinn und auf eigenes Risiko zu verwalten und zu vermarkten (...)*".
Vgl. http://diestandard.at/?url=/?id=1227288606902

Fragestellungen:

- *Welche Fähigkeiten muss ein(e) BewerberIn deiner Meinung nach mitbringen?*
- *Siehst du Parallelen zwischen den Fähigkeiten, die bei Castingshows zählen und die bei Bewerbungsgesprächen zählen? Was könnten diese "Fähigkeiten" sein? Nenne Beispiele!*
- *Was verstehst du unter „Eigenmarketing"? Welche deiner Eigenschaften würdest du bei wichtigen Gesprächen oder Präsentationen besonders hervorheben und warum?*

5. | Warum Castingshows angeschaut werden

Warum Castingshows von so vielen ZuschauerInnen angeschaut werden, hängt in erster Linie mit dem Faktor zusammen, dass sich der Zuschauende mit den TeilnehmerInnen identifizieren kann. Denn da es bei den Castings gerade nicht um "gemachte" und prominente Superstars geht, beschönigen sie nichts, sondern zeigen Menschen, in denen sich der/die ZuschauerIn wiederfinden kann. Der/die ZuschauerIn verfolgt somit ganz "normale" Menschen auf ihrem Weg zum Erfolg - somit wird der Eindruck verstärkt, dass es jede(r) schaffen kann.
Hinzu kommt das Gefühl, unmittelbarer am Geschehen – am "Spektakel" - dabei sein zu können. Durch den Blick hinter die Kulissen des Showbusiness erfährt der/die ZuschauerIn, welche Situationen im Vorfeld des Auftritts auftreten können (Proben, Lampenfieber, Konflikte untereinander etc.) und wie angehende Stars zurecht gemacht werden. Das, was früher "backstage" passierte, ist nun "on stage". (Oliver Fuchs vom Unterhaltungs-produzenten Eyeworks)

Das offensichtliche Bedürfnis seitens der ZuschauerInnen nach "unperfekten" bzw. "ungeformten" Menschen auf ihrem Weg nach oben erklärt sich auch daraus, dass ein "wirkliches Talent" den Spaß an der Sendung verderben würde, so die Einschätzung des Medienwissenschaftlers Norbert Bolz. "*Denn das würde den Zuschauern die Suggestion zerstören, dass sie eine Schöpfung aus dem Nichts produzieren und selber werden können.*"

Mehr zu diesen Einschätzungen:

"Warum Casting-Shows so erfolgreich sind":
http://www.welt.de/fernsehen/article1736572/Warum_Casting_Shows_so_erfolgreich_sind.html

"Heidi Klum und die 'Unterwerfung unters Patriarchat'":
http://diestandard.at/?url=/?id=1227288606902

Fragestellungen:

- *Warum schauen sich deiner Meinung nach ZuschauerInnen Castingshows an? Worin scheint die "Faszination" zu liegen?*
- *Durch welche "Mechanismen" wird zusätzlich Spannung in das Programm hineingebracht? Überlege, inwiefern "Konflikte" unter den TeilnehmerInnen die Spannung des Programms erhöhen? Glaubst du, dass Konflikte, „Gemeinheiten" oder „Zickereien" manchmal sogar inszeniert sind?*
- *Begründe, warum du selber Casting-Shows gerne anschaust bzw. ablehnst!*

Übung
Um einzuschätzen, wie MedienwissenschaftlerInnen das Phänomen "Casting-Shows" bewerten und sich mit neuen Formen der Populärkultur auseinandersetzen, recherchiert im Internet nach Kritiken und Statements!
Eine Auswahl findet ihr auch hier:

http://www.welt.de/fernsehen/article1736572/Warum_Casting_Shows_so_erfolgreich_sind.html

http://diestandard.at/?url=/?id=1227288606902

Diskutiert die Einschätzungen der "ExpertInnen"! Stimmen ihre Einschätzungen mit euren Überlegungen überein? Bei welchen Punkten gibt es ähnliche Ansichten? Bei welchen Punkten erkennt ihr unterschiedliche Meinungen?

6. | Bevormundung oder Selbstverantwortung?

Viele PädagogInnen streiten darüber, ob man Jugendliche zu ihrem eigenen Schutz aus Castingshows fernhalten sollte. Der Preis für eine öffentliche Entblößung sei zu hoch, vor allem für diejenigen, die es nicht schaffen. Die "VerliererInnen" würden von der Jury vor aller Welt abgekanzelt und müssten zukünftig den Hohn und den Spott ihrer Freunde erleiden. Den Wunsch, Jugendliche vor sich selber zu schützen, zeugt zwar von Fürsorge, bedeutet aber, dass man Jugendlichen jede Konkurrenz- und Prüfsituation ersparen müsste, um sie nicht zu sehr zu belasten. In diesem Kontext könnte man daher vor allem diskutieren, dass eine "Bevormundung" zu Lasten der eigenen Verantwortung geht. So lautet die Einschätzung eines Journalisten:

"*(...) Die Sache hat nicht nur eine erzieherische, sie hat auch eine politische Dimension. Zu den Begriffen, die aus dem Wörterbuch des Alltags gestrichen wurden, gehört auch 'Verantwortung'. Niemand will mehr verantwortlich sein für das, was er tut oder unterlässt. Die Verantwortung wird outgesourct, am besten auf den Staat, der für alles verantwortlich sein soll - die Bildung, die Erziehung, das soziale Wohlbefinden, die Sicherheit und die gute Laune seiner Bürger. (...)* "

Mehr dazu: http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,547063,00.html

Übung

Diskutiert Folgendes!

- Sollte man Casting-TeilnehrmerInnen zu ihrem eigenen "Schutz" daran hindern, an Castingshows teilzunehmen, um ihnen mögliche "Demütigungen" zu ersparen? Oder sollte man sie gewähren lassen, damit sie Erfahrungen sammeln und aus dem Scheitern lernen können?
- Viele KritikerInnen sind der Ansicht, dass anhand von Castingshows die Idee der Leistungsgesellschaft auf die Spitze getrieben wird. Wie steht ihr dazu? Müsste man Jugendliche diese Form der Konkurrenz- und Prüfsituation ersparen? Seht ihr einen bedenklichen Unterschied zwischen "öffentlichen" (im Fernsehen) und "nicht-öffentlichen" (wie z.B. in der Schule) Prüfsituationen?
- Wie viel Verantwortung trägt ein Jugendlicher mit 16? Kann er/sie sein Handeln und die Konsequenzen immer einschätzen?
- In welchen Bereichen müssen Jugendliche geschützt werden und in welchen Bereichen ist jede(r) für sich selbst verantwortlich?
- Wo fängt für euch Verantwortung an? In welchen Bereichen sind Grenzen (von Schule, Eltern und Staat) erforderlich und wo müssen Jugendliche lernen, Selbst-Verantwortung zu tragen?

© ORF / Ali Schafler

7. | Die Rolle der Jury

Die Präsenz der Juroren ist ein wesentlicher Bestandteil des Castingshow-Konzeptes. Anhand eines bestimmten Verhaltensmusters repräsentieren sie meist unterschiedliche "Rollen", die sich durch die gesamte Staffel hindurchziehen. So gibt es meist einen "Schonungslosen", einen "Aufbauenden" und Juroren zwischen diesen Positionen. Worauf es für den Unterhaltungszweck anzukommen scheint, ist, dass Juroren nicht nur durch die Medien im Vorfeld bekannt sind, sondern mitunter auch kontrovers sind. Daher erfüllen Juroren nicht nur die Funktion der "Bewerter" und "Richter", sondern sind gleichzeitig auch wichtige Entertainer der Show.

Prominenteste Beispiele im deutschsprachigen Raum dürften Dieter Bohlen von "Deutschland sucht den Superstar"/"Deutschland sucht das Supertalent" sein und Bruce Darnell von "Germany's Next Topmodel"/"Deutschland sucht das Supertalent". Beiden Vertretern ist es gelungen, nicht nur bei den Jugendlichen "anzukommen", sondern durch ihre Kontroversialität (Dieter Bohlen) oder Attitüde (Bruce Darnell) aufzufallen und das Medieninteresse auf sich zu lenken.

Durch **öffentliche Kritik** (von PädagogInnen, Schulen, Eltern etc.) an bestimmten Juroren (wie z.B. Dieter Bohlen) oder Bewertungskriterien (z.B. "Germany's Next Topmodel") rücken nicht nur die Juroren ins öffentliche Interesse, sondern vor allem auch die jeweilige Show, was meist eine höhere Zuschauer-Quote zur Folge hat.

Fragestellungen:

- *Welche Funktion erfüllen Juroren? Sind sie lediglich "Richter" oder erfüllen sie auch eine wichtige unterhaltende Funktion? Nenne Beispiele von Juroren aus deutschen oder österreichischen Castingshows, die medial viel diskutiert wurden/werden und das Interesse der TV-Branche auf sich lenkten/lenken!*
- *Nach welchen Kriterien wird "aus-" und "weggewählt"? Ist lediglich das Talent (das Singen, das Modeln etc.) wichtig oder glaubst du, dass es bei den TeilnehmerInnen auch auf "Medientauglichkeit" ankommt? Was würdest du in dem Fall unter "Medientauglichkeit" verstehen? Das Potenzial, im Fernsehen gut rüberzukommen?*
- *Worin besteht prinzipiell die Verantwortung als JurorIn? Erkennt man immer alle Talente? Was passiert mit denen, die nicht "gewählt" werden?*
- *Stell dir vor, du wärst JurorIn! Was wäre dir bei (Gesangs-/Model-) AnwärterInnen besonders wichtig? Ausschließlich das Talent oder käme es dir noch auf etwas anderes an?*

8. | Die Industrie dahinter

Bevor ein TV-Format (Serie, Unterhaltungsshow, Spielfilm) in Produktion geht, definiert der zuständige Fernsehsender das Zielpublikum. Das Zielpublikum wird vor allem über die Faktoren des Alters und des Geschlechts ermittelt. Für die Werbepartner ist die Gruppe der 15- bis 49-Jährigen am relevantesten, da sie die wichtigste Zielgruppe für Werbung darstellt.

Da junge Leute zur wichtigsten Zielgruppe von Castingshows zählen, steht auch hinter jedem einzelnen Castingformat - ob im Privatfernsehen oder im öffentlich-rechtlichen Fernsehen - eine große Werbeindustrie in Form von Sponsoren, WerbepartnerInnen o.ä. So werden zum einen die einzelnen Sendungen durch zielgruppenrelevante Werbeblöcke eingeleitet und unterbrochen, zum anderen werden die einzelnen Produkte und Labels während der Sendung genannt (besonders bei Model-Castingshows). Zudem pflegen die einzelnen ModeratorInnen (oft auch JurorInnen) Werbeverträge mit großen Marken (z.B. Heidi Klum als Werbeträgerin für Kosmetikbranche, Süßigkeiten, Modelabels) und repräsentieren diese in der Öffentlichkeit und in Verbindung mit der Show.
Über die hinter den Castingshows befindliche Werbeindustrie zu diskutieren und sich darüber bewusst zu werden, wie die Zielgruppe – die vornehmlich jungen ZuseherInnen – angesprochen wird, könnte daher interessanter Punkt der Diskussion sein.

Fragestellungen:

- *Warum ist die Bestimmung der Zielgruppe wichtig für den TV-Sender? Sind junge ZuseherInnen als Zielgruppe besonders attraktiv? Warum?*
- *Wer verdient an der Werbung im Fernsehen?*

Übung

- Analysiert, welche Produkte vor und während der Werbepausen bei der Austrahlung der jeweiligen Castingshow beworben werden und warum!
- Gibt es auch Produkte (bestimmte Modelabels, Kosmetikartikel etc.), die während der Sendung genannt werden?
- Wie findet ihr die Bewerbung von Marken und Labels in Verbindung mit der jeweiligen Sendung?
- Was denkt ihr über prominente "MarkenbotschafterInnen" wie z.B. Heidi Klum?

9. | Kennzeichen des Privatfernsehens

Da Puls 4 der Übertragungssender der Casting-Show "Austria's Next Topmodel" ist, soll hier eine kurze Darstellung über die Kennzeichen des Privatsenders gegeben werden.

In Österreich gehören folgende Sender dem Privatfernsehen an: ATV, Puls 4, Austria 9 TV und zahlreiche regionale und lokale Kabelprogramme sowie spezielle Österreichversionen deutscher Privatsender.

Privatfernsehen wird von privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen betrieben. Es bildet die kommerzielle, zumeist werbe- oder abonnementfinanzierte Komponente des dualen Rundfunksystems in Österreich. Die meisten privaten Sender erzielen ihren Umsatz hauptsächlich aus Werbeeinnahmen oder Verkauf von Abonnements (Pay-TV). Ein Teil der Sender finanziert sich über Teleshoppingkanäle, zum Großteil aus kostenpflichtigen Zuschaueranrufen zwecks Televoting ("Starmania") oder Call-in-Gewinnspielen.

PULS 4, (ehemals Puls TV) ist ein österreichischer Privatfernsehsender, der 2004 gegründet wurde und sich im Besitz der *ProSiebenSat.1 Media AG* befindet. Die 4 im Namen lässt sich nach Angaben des Senders damit begründen, da Puls 4 – nach ORF 1, ORF 2 und ATV – das vierte österreichweite Vollprogramm mit eigenen Nachrichten ist.

Übung

Recherchiert und diskutiert in der Klasse Folgendes!

- Was sind Kennzeichen des Privatfernsehens?
- Wie finanziert sich das Privatfernsehen?
- Was sind vorwiegende Programmformate- und -inhalte?
- Warum ist die Casting-Show "Austria's Next Topmodel" (in Deutschland wird "Germany's Next Topmodel vom "Schwester-Sender" Pro 7 produziert und ausgestrahlt) ein "typisches" Sendeformat des Privatfernsehens?
- Was wird oft über die Qualität des Privatfernsehens gesagt?
- Was ist eure Meinung über die Sendeformate und deren "Qualität"?

10. | "Austria's Next Topmodel"

Produziert wird "Austria's Next Topmodel" von: der Redseven Entertainment, der neuen Produktionsunit der *ProSiebenSat.1 Media AG.*

Moderation: Lena Gercke - Siegerin *Germany's Next Topmodel 2006*

© PULS 4 / Jürgen Hammerschmid

Jury:

- Andrea Weidler - Chefin "Wiener Models"
- Lena Gercke
- Alamande Belfor - Choreograph, Runway-Coach

Kritische Rezeption seitens der Öffentlichkeit?

Model-Castingshows werden immer wieder kritisiert, da viele BeobachterInnen der Meinung sind, dass TV-Formate wie "Germany's Next Topmodel" bzw. "Austria's Next Topmodel" junge Mädchen zur Magersucht verleiten.
Zwar sagt Jury-Mitglied Andrea Weidler (bei der Präsentation der Sendung "Austria's Next Topmodel"): "*Wir suchen gute Körper, keine verhungerten Klappergestalten.*"

Tatsache ist jedoch, dass die körperlichen formalen Anforderungen 1,72 Meter Mindestgröße und ein Hüftumfang von höchstens 92 Zentimeter sind, wobei "*noch besser knabenhafte 89 bis 90 Zentimeter*" sind.
http://diepresse.com/home/kultur/medien/434296/index.do

Andere KritikerInnen sind der Ansicht, dass Model-Castingshows zur (bedenklichen) Konformität einladen. Daher seien laut einer Expertin die "*Aufforderungen zur Arbeit am eigenen (Körper-)Ich, zur Unterwerfung unter Normalisierungserwartungen und Konformitätsdruck*" stets Bestandteil von TV-Formaten dieser Art.

Mehr dazu:

"Heidi Klum und die 'Unterwerfung unters Patriarchat'":

http://diestandard.at/?url=/?id=1227288606902

Übung

Diskutiert in der Klasse Folgendes!

- Gibt es eurer Meinung nach Apekte in "Austria's Next Topmodel", die ihr kritisch seht? Wenn ja, was findet ihr kritikwürdig?
- Recherchiert, was ExpertInn an diesem TV- Format auszusetzen haben! Könnt ihr die Meinungen der KritikerInnen teilen? Oder findet ihr, dass das Konzept und die Anforderungen lediglich das widerspiegeln, was im Modelbuisness erforderlich ist?

Übung

Schaut euch die offizielle **Website von "Austria's Next Topmodel"** (http://topmodel.puls4.com/) an und beantwortet folgende Fragen:

- Welche verschiedenen Tools (wie z.B. "das Model ABC", "Interviews", Hintergründe der TeilnehmerInnen, "Sponsor und Ausstatter" o.ä.) werden hier angeboten? Welche Informationen findet ihr interessant und welche findet ihr überflüssig oder fragwürdig? Begründet eure Meinung!
- Kann auch eine Website neugierig auf die Sendung machen? Inwiefern dient auch eine Website der allgemeinen Publikumsbindung?
- Inwiefern steckt eine ganze **"Industrie"** hinter dem TV-Format? Wer gehört zu den Sponsoren von "Austria's Next Topmodel"? Was wisst ihr über die Aufgaben eines Sponsors?

Hier eine Auswahl an Websites, die sich mit "Austria's Next Topmodel" o.ä. befassen:

http://topmodel.puls4.com/

http://www.lena-g.de/news.aspx

http://forum.lena-fans.de/

„Heidi Klum und die Unterwerfung unters Patriarchat"

http://diestandard.at/?url=/?id=1227288606902

http://www.prosieben.at/lifestyle_magazine/germanys_next_topmodel/

http://www.topmodel-aktuell.de/

11. | Kennzeichen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk wird von Gremien kontrolliert, die sich aus Vertreterinnen gesellschaftlich relevanter Gruppen zusammensetzen. Er steht somit weder unter staatlicher noch unter privater Kontrolle. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind berechtigt, Rundfunkgebühren einzunehmen. Im Gegenzug sind die öffentlich-rechtlichen Anstalten durch Rundfunkgesetze dazu verpflichtet, ihren Bildungsauftrag zu erfüllen und ausgewogen alle gesellschaftlich relevanten Gruppen in der Berichterstattung zu berücksichtigen. Die Ausgewogenheit in der Berichterstattung soll Meinungsvielfalt und publizistische Vielfalt gewährleisten.

Siehe dazu auch:

http://www.mediamanual.at/mediamanual/leitfaden/radio/rundfunk.php

Der ORF

Der Österreichische Rundfunk (ORF) ist das größte Medienunternehmen des Landes. Seine rechtliche Grundlage ist das ORF-Gesetz, das ihn als Stiftung öffentlichen Rechts definiert. Der ORF versteht sich als Dienstleister für Österreich und das österreichische Publikum und bietet gemäß seinem Programmauftrag ein möglichst vielseitiges und breitgefächertes Angebot in Radio, Fernsehen und den neuen Medien.

Als öffentliches Unternehmen ist der ORF nicht auf Gewinn ausgerichtet. Seine Einnahmen werden zur Gänze als Programmleistungen an das Publikum weitergegeben. Die Umsätze stammen rund zur Hälfte aus Programmentgelten, von denen nur rund zwei Drittel dem ORF zufallen, der Rest aus Werbung.

ORF-Fernsehen
Mit seinen beiden Fernsehprogrammen ORF1 und ORF2 kommt der ORF auf rund 40 Prozent Marktanteil (mit Sendungen über Information, Kultur, Bildung und Wissenschaft, Religion, Sport, das Kinderprogramm, Unterhaltung sowie österreichische und internationale Filme und Serien). Der ORF ist nicht nur Programmanbieter, sondern auch der größte Filmproduzent des Landes. Mit der Einführung von DVB-T und der Ausstrahlung von ORF1 auch im HD-TV-Standard hat der ORF jüngst auch technologisch zwei wesentliche Schritte zur Weiterentwicklung des Medienstandortes Österreich gesetzt.

Übung

Recherchiert und diskutiert in der Klasse Folgendes!

- Was zeichnet das öffentlich-rechtliche Fernsehen wie den ORF aus?
- Wie finanziert sich der ORF?
- Was sind vorwiegende Programmformate- und -inhalte?
- Findet ihr, dass eine Casting-Show wie "Starmania" ins öffentlich-rechtliche Fernsehen gehört? Warum? Warum nicht?

12. | Starmania

Konzept:
Ähnlich wie bei der RTL-Show "Deutschland sucht den Superstar" muss sich der/die SiegerIn in mehreren Liveshows gegen seine/ihre MitbewerberInnen durchsetzen und erhält am Ende einen Plattenvertrag.
"Starmania" fand im Herbst 2008 zum vierten Mal statt. Popsängerin Christina Stürmer wurde 2002 im Rahmen der ersten Staffel entdeckt, war jedoch nicht Siegerin.

Moderation: Arabella Kiesbauer

© ORF / Hans Leitner

Jury:

- Markus Spiegel - Musikproduzent
- Lucy Diakovska - Mitglied der „*No Angels*" und selbst Gewinnerin der Castingshow *Popstars*, RTL2
- Roman Gregory - „*Alkbottle*"- Frontmann

Übung
Schaut euch die offizielle **Website von "Starmania"** (http://starmania.orf.at/) an und beantwortet folgende Fragen:

- Welche verschiedenen Informationen werden hier angeboten? Welche sprechen euch davon an und welche weniger? Begründet eure Meinung!
- Welche Produkte und Events zu "Starmania" werden auf der Website beworben?
- Inwiefern dient auch eine Website der allgemeinen Publikumsbindung?
- Wer gehört zu den Sponsoren von "Starmania"? Was wisst ihr über die Aufgaben eines Sponsors?

Übung

Disktiert in der Klasse Folgendes!

- Wie viel Indivdualität ist bei einer Castingshow überhaupt möglich?
- Glaubt ihr, dass es möglich ist, populär zu sein ohne sich völlig (vom "Fernsehgeschäft") vereinnahmen zu lassen?
- Überlegt, was die Popularität heutiger Castingshows über unsere Sehgewohnheiten und medialen Vorlieben aussagt!
- Diskutiert über die Zukunft des Fernsehens! Wird die Bedeutung des Fernsehens angesichts der Möglichkeiten des Internet (Web 2.0 wie YouTube) abnehmen? Begründet eure Meinung!
- Stell dir vor, du bist TV-Produzent! Welche TV-Formate (Castingshow oder andere Art der Unterhaltungsshow) würden dich persönlich mal interessieren und warum? Welches Publikum würdest du damit ansprechen wollen? Schreibe ein kurzes Konzept deiner Ideen!

Text: Lisa von Hilgers

13. | Hilfreiche Links und weiterführende Literatur

a) Websites zu "Castingshows"

Austria's Next Topmodel:
http://topmodel.puls4.com/

Einschätzungen, Kritiken o.ä.:
http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,547063,00.html

http://www.welt.de/fernsehen/article1736572/
Warum_Casting_Shows_so_erfolgreich_sind.html

http://diestandard.at/?url=/?id=1227288606902

b) Websites und Literaturtips über Film- und Medienbildung

filmABC - Plattform für Film- und Medienbildung in Wien:
http://www.filmabc.at

Das Mediamanual des bm:ukk:
http://www.mediamanual.at

Der Medienkatalog des bm:ukk:
http://medienkatalog.bmukk.gv.at/

Im Medienkatalog finden Sie u.a.:
- MANUFACTURING CONSENT - NOAM CHOMSKY AND THE MEDIA (Video)
- NOAM CHOMSKY AND THE MEDIA, 6-teilige Modulversion (Video)

Informationen und Definitionen zur Filmerziehung / Filmästhetik:
http://www.movie-college.de/index.htm

Das Wissensportal der deutschen Filmakademie:
http://vierundzwanzig.de/

Neil Postman: Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt am Main 1988.
Siehe Artikel bei Telepolis

Literaturwissen - Wie interpretiert man einen Film? Hrsg. von Peter Beicken. Reclam 2004. Eine Rezension bei http://www.f-lm.de/

Film verstehen - Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der neuen Medien. James Monaco. rororo 2006. Englischsprachige Website von James Monaco.

Filme sehen lernen - Grundlagen der Filmästhetik. Rüdiger Steinmetz u.a. Zweitausendeins 2005. (Beinhaltet DVD mit Begleitbuch)
Filme sehen lernen 2 - Licht, Farbe, Sound. Rüdiger Steinmetz u.a. Zweitausendeins 2008. (Beinhaltet 2 DVD's mit Begleitbuch) R. Steinmetz bei Zweitausendeins.

Abbildungsnachweis:
© bei: ORF, PULS 4

filmABC | filme-sehen ist mehr als ins kino gehen
Plattform und Anlaufstelle für Filmvermittlung.
Theorie- und Praxis-Inputs, Seminare und Workshops, künstlerische Interventionen.
Gerhardt Ordnung | Projektleitung, Layout und Gestaltung go@filmabc.at,
Lisa von Hilgers | Filmreferentin, Text lisa.vonhilgers@filmabc.at
www.filmabc.at

filmABC wird gefördert von

This content is licensed
under a creative commons 3.0 licence