

Deine Chance! 3 Bewerber – 1 Job

Jugendarbeitslosigkeit und Reality-TV

Andrea Nolte

In der derzeitigen Wirtschafts- und Arbeitsmarktsituation wird der Wettbewerb um eine Lehrstelle wieder stärker. Viele Jugendliche stehen unter entsprechendem Druck. Das Thema geht auch an den Medien nicht vorüber. Im „Leitmedium“ Fernsehen widmet sich jetzt mit der Reality-Show *Deine Chance! 3 Bewerber – 1 Job* eine unvermutete Sendeform dieser Problematik.

Anmerkungen:

1
Zum prekären Verhältnis von Wirtschaft und Fernsehen in Bezug auf journalistische Arbeit vgl. auch **Bertram, J.:** *Mattscheibe. Das Ende der Fernsehkultur.* Frankfurt am Main 2006, S. 117–126

2
Vgl. dazu z. B. **Hickethier, K.:** *Orientierungsvermittlung, Verhaltensmodellierung, Sinnstiftung – Zu den gesellschaftlichen Funktionen der Medien.* In: *Medien und Erziehung*, 43/6/1999, S. 348–351 sowie **Döveling, K./Mikos, L./Nieland, J.-U.:** *Einleitung: Orientierungsangebote im Spannungsfeld von Normen und Leistungen.* In: Dies. (Hrsg.): *Im Namen des Fernsehvolkes. Neue Formate für Orientierung und Bewertung.* Konstanz 2007, S. 7–17

Die anhaltende Finanz- und Wirtschaftskrise hat das sozialpolitische Klima in Deutschland verändert. Dieser gesellschaftliche Wandel spiegelt sich auch in den öffentlichen Debatten wider, auf deren Agenda *ein* Thema erneut ganz nach oben gerückt ist: die Gefahr steigender Arbeitslosigkeit und die daraus resultierenden Folgen. Schlagworte wie Einstellungsstopp, Kurzarbeit, betriebsbedingte Kündigungen, Altersteilzeit und Sozialpläne haben Meldungen über sinkende Arbeitslosenzahlen und starke Stellenzuwächse längst wieder abgelöst. Dazu haben die Medien ihren Teil beigetragen; das journalistische Spektrum reicht dabei von informationsorientierter Berichterstattung bis hin zu populistischer Meinungsmache.¹

Man kann es nur falsch machen...

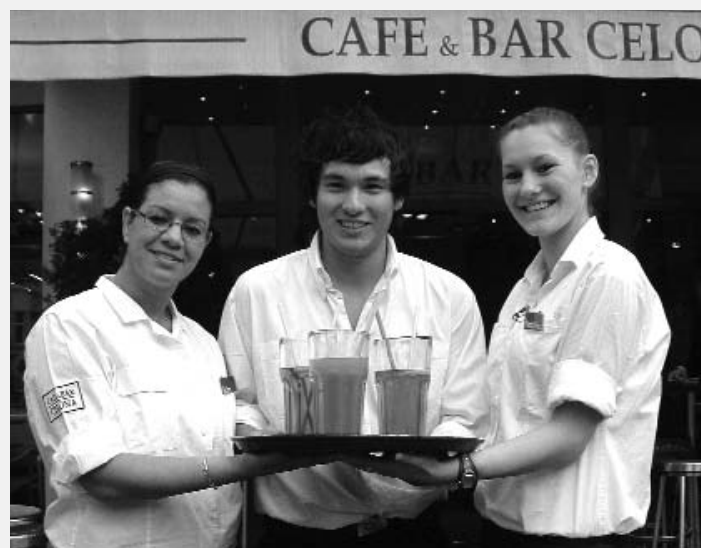
Natürlich nimmt sich auch das immer noch als Leit- und Orientierungsmedium geltende Fernsehen² des Themas an. Nachrichtensendungen melden die aktuellen Entwicklungen, Politmagazine beleuchten die Hintergründe und Talkrunden diskutieren die gegenwärtigen Zustände. Letztere fungieren vornehmlich als Expertenforen, in denen weniger *mit* als vielmehr *über* die potenziell betroffenen Arbeitnehmer bzw.

Arbeitssuchenden gesprochen wird. Abgesehen von den Nachrichten, wird die Mehrzahl dieser Formate im öffentlich-rechtlichen Fernsehen ausgestrahlt, bevorzugt am späteren Abend, denn in der Primetime möchte man sich lieber den schönen Seiten des Lebens widmen. Bei dieser Konstellation verwundert es nicht, dass einige Zielgruppen, die sich in der Realität durchaus mit dem Thema Arbeitslosigkeit konfrontiert sehen, komplett aus dem Sichtfeld der Sendeanstalten fallen. Das gilt insbesondere für Jugendliche. Die Forderung des Medienkritikers Stefan Niggemeier ist deshalb mehr als berechtigt: „Das Fernsehen muss neue Formen finden, dem sozialen Wandel in Deutschland Rechnung zu tragen“ (2006, S. 106). Doch wie sollen die Sendungen konzipiert sein, wer soll sie produzieren, wo und wann sollen sie ausgestrahlt werden? Die Antwort auf diese Fragen liefert eine nicht wirklich neue und in diesem Zusammenhang eher unvermutete Sendeform: das Reality-TV (RTV),³ produziert von Firmen, die sich eher der Unterhaltung als der Information verschrieben haben, und ausgestrahlt von Privatsendern, die damit während der Woche ihre nachmittägliche Sendezeit füllen. Ein besonders eindrucksvolles Beispiel hierfür ist das ProSieben-Format *Deine Chance! 3 Bewerber – 1 Job*.



3

In Deutschland beschäftigt sich vornehmlich die Kommunikations- und Rezeptionswissenschaft mit der Frage, inwieweit sich die Zuschauer mit den Protagonisten diverser Reality-Formate identifizieren bzw. inwiefern sich ihre Identitätsbildung daran orientiert. Im anglo-amerikanischen Raum werden Sendungen dieser Art eher aus fernseh- und kulturwissenschaftlicher Sicht betrachtet, wobei die Selbstdarstellung *in* und Selbstfindung *durch* das Reality-TV gleichermaßen diskutiert werden. Weiterführende Texte hierzu finden sich u. a. in: **Holmes, S./Jermyn, D. (Hrsg.):** *Understanding Reality Television*. London/New York 2004; **Murray, S./Ouellette, L. (Hrsg.):** *Reality TV. Remaking Television Culture*. New York/London 2004; **Biressi, A./Nunn, H.:** *Reality TV. Realism and Revelation*. London 2005 sowie **Ouellette, L./Hay, J.:** *Better Living Through Reality TV*. London 2008.



4

Einige der Ansätze zum Verhältnis zwischen realer Jugendarbeitslosigkeit und RTV finden sich auch in:

Nolte, A.: *Vom Tabu zum Trend – Arbeitslosigkeit im Fernsehen*. In: Jahrbuch für Pädagogik 2007. Arbeitslosigkeit. Frankfurt am Main 2008, S. 329 – 347

5

Vgl. http://www.prosieben.de/lifestyle_magazine/deine_chance/sendung/; 20. Februar 2009

6

Ebd.

Reality-TV als echte Chance?

In der Diskussion über die derzeitige Arbeitsmarktlage sollten zwei Aspekte besondere Aufmerksamkeit erfahren: die Ausbildungssituation der Jugendlichen und die Gefahr der Jugendarbeitslosigkeit, denn wenn die Perspektivlosigkeit bereits einsetzt, bevor das Arbeitsleben überhaupt begonnen hat, stellt sich eine auf sozialen Grundsätzen fußende Marktwirtschaft selbst ein Armutszeugnis aus.⁴ Derzeit wird der Wettbewerb um eine Lehrstelle auf dem ersten Arbeitsmarkt wieder stärker, viele Jugendliche stehen unter entsprechend großem Druck. Nach dem Schulabschluss müssen sie sich für einen Beruf entscheiden, der ihren Fähigkeiten entspricht und die Grundlage für eine erfolgreiche Zukunft bildet. Dann beginnt die Bewerbungsphase. Da in vielen Berufen die Konkurrenz groß ist, bedarf es häufig einer ganzen Reihe von Bewerbungen und Vorstellungsgesprächen, um schließlich die Zusage für einen Ausbildungsplatz zu bekommen. Eine Garantie, dass man die gewünschte Lehrstelle bekommt, gibt es allerdings in kaum einem Beschäftigungsbereich. Genau darum geht es in *Deine Chance! 3 Bewerber – 1 Job*: „Drei Bewerber kämpfen um einen Ausbildungsplatz, doch nur einer gewinnt. Die Konkurrenz ist hart – für zwei von ihnen zu hart. Es gilt seinen Job ordentlich zu machen, die Chefs zufriedenzustellen und sich von seiner besten Seite zu zeigen. Nur wer in allen Disziplinen punktet, bekommt den Lehrvertrag. Wie schlagen sich die drei angesichts ihrer Konkurrenten? Wie verstehen sie sich mit dem Chef? Wann wird der Mitstreiter zum schlimmsten Feind im Rennen um die begehrte Stelle? Diese Fragen stellt *Deine Chance!* [...]“⁵

Natürlich liefert die Sendung auch die passende Antwort. Aus drei Bewerbern werden nach dem K.-o.-Prinzip zunächst zwei – und am Ende jeder Folge kommt es zum Showdown zwischen den beiden verbliebenen Kontrahenten. Der Gewinner darf schließlich vor laufender Kamera den hart umkämpften Ausbildungsvertrag unterschreiben.

Damit bestätigt die Sendung auf den ersten Blick jedes kulturkritische Vorurteil, das gegenüber dem RTV besteht. Kann man ein solches Thema auf eine derartige Weise darstellen? Macht der offensive Wettbewerbscharakter aus der Suche nach einem Ausbildungsplatz eine Gameshow? Zeigt das (Privat-)Fernsehen mit diesem Format nicht einmal mehr, dass es aus

kommerziellen Gründen die Wirklichkeit zum Spektakel macht? Die vehemente Dramatisierung des dokumentarischen Materials ist jedenfalls gewollt. Nur so gelingt es, die für das RTV typische Emotionalisierung zu erzeugen. Träger der Emotionen sind die Bewerber: „Sie erleben Erfolg und Niederlage, Freundschaft und Feindschaft, Glück und Leid.“⁶ Ihnen blickt der Zuschauer durch die Kamera auf die Finger und ins Gesicht, die auf visuelle Höhepunkte ausgerichtete Montage verstärkt die Wirkung dieser Bilder. Kombiniert mit einem eindringlichen Kommentar und ausgesuchten Interviewsequenzen, entsteht eine den Zuschauer leitende narrative Struktur mit niedriger Aufmerksamkeitsschwelle. Das alles entspricht eher einer Daily Soap als einer Dokumentation – und veranlasst die Fernsehkritik dementsprechend zu einer abwertenden Haltung gegenüber dem Format.

Andererseits stellt sich die Frage, ob die Inszenierung einer Bewerbungssituation als Wettkampf tatsächlich so abwegig ist. Bei genauerem Hinschauen erscheint das Format wie eine televisionäre Transformation der realen (Arbeits-)Welt, die zunehmend nach darwinistischen Grundprinzipien funktioniert. Den Jugendlichen vor dem Fernseher wird eindrücklich veranschaulicht, was passiert, wenn jemand nicht gut genug ist, sich nicht wirklich anstrengt und es nicht schafft, sich gegen andere durchzusetzen. Gleichaltrigen beim Scheitern zuzusehen, ist wenig unterhaltsam. Wer möchte nicht auf der Gewinnerseite stehen?

Ein positiver Ansatz und die Probleme seiner Umsetzung

Deine Chance! dokumentiert den Versuch, ein Thema wie Jugendarbeitslosigkeit in ein unterhaltungsorientiertes RTV-Format einzubinden, indem man die Rezeptionsgewohnheiten und -bedürfnisse der anvisierten Zielgruppe in den Blick nimmt. Bereits der Titel adressiert nicht nur die Bewerber, er umfasst auch die Zuschauer. Die Vorstellungen über die Suche nach einem Ausbildungsplatz werden in diesem Format auf eine Art konkretisiert, die das Interesse der Jugendlichen weckt. Ihnen werden Identifizierungsangebote gemacht, ohne dass sich die Trennung zwischen ihnen und den Akteuren unreflektiert aufhebt. Die Zuschauer begleiten die konkurrierenden Teilnehmer auf ihrem Bewerbungsparcours, können Sympathien entwickeln, Anteil nehmen oder sich aus emotionaler Di-

stanz einfach nur unterhalten lassen. Im besten Fall „gewinnen“ sie aus der Fernsehrealität etwas für ihre eigene Wirklichkeit.

Deine Chance! vermittelt den Zuschauern erste Eindrücke von einzelnen Tätigkeiten und alltäglichen Abläufen eines Berufs. Das Format ergänzt das Wissen derjenigen Jugendlichen, die bereits ein Schulpraktikum absolviert haben, es ermöglicht ihnen einen Abgleich der eigenen Erfahrungen mit denen der Fernsehakteure. Sie nehmen mittelbaren Anteil, wenn sich die Bewerber den verschiedenen Aufgaben und dem anschließenden Auswahlverfahren stellen. Sie können die Selbsteinschätzung der Teilnehmer und das Urteil des potenziellen Arbeitgebers bewerten und hinterfragen sowie die eigenen Fähigkeiten und Erwartungen damit in Bezug setzen. Bemerkenswert ist, dass ein sehr breites Spektrum möglicher Ausbildungsberufe gezeigt wird. Neben den „klassischen“ Berufen im Handwerk oder Dienstleistungsbereich finden auch weniger bekannte Arbeitsfelder und manchmal kuriose Lehrberufe Beachtung.

Gleichzeitig sind die typischen Dysfunktionen des RTV hinsichtlich seiner mangelnden dokumentarischen Qualität und des faktisch geringen Informationsgehalts unübersehbar, die im Format begründeten Verkürzungen und Auslassungen bergen immer die Gefahr einer Verzerrung des gefilmten Ganzen durch die Auswahl des letztlich Gezeigten. Trotz aller guten Ansätze steht ein Format wie *Deine Chance!* beispielhaft für die irritierende Tendenz, gesellschaftspolitisch relevante Themen auf eine ambivalente Art in Gegenstände televisionärer Unterhaltung zu transformieren. Die Konzeption der Sendung entfernt sich weit von den Grundregeln „seriöser“ Dokumentationen. Durch ihren hohen Inszenierungsgrad muss sie sich darüber hinaus den Vorwurf eines medialen „Sozialvoyeurismus“ (Beck 2006, S. 42) gefallen lassen, der vordergründig dazu dient, mit den Sorgen der Teilnehmer Quote zu machen.

Fazit

Ein RTV-Format wie *Deine Chance!* ist und bleibt im Hinblick auf eine angemessene Behandlung des Themas Jugendarbeitslosigkeit im Fernsehen fragwürdig. Doch gerade diese Fragwürdigkeit birgt das Potenzial, über die Diskussion der Sendung hinaus das Sprechen über den Gegenstand zu befördern. Im besten Fall gibt das Zielgruppenprogramm eines Privatsenders den Ex-

pertenrunden der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten einige Impulse für „neue Formen“ der Problemlösung. Das setzt allerdings voraus, dass alle Beteiligten nicht einfach fernsehen, sondern auch genau hinschauen.

Literatur:

Beck, H.:
Überforderte Medien, unterfordertes Medium – von der Realität zur Medienwirklichkeit. In: P. C. Hall (Hrsg.): *Bilder des sozialen Wandels. Das Fernsehen als Medium gesellschaftlicher Selbstverständigung.* Mainz 2006, S. 39–48

Niggemeier, S.:
Die neuesten Zahlen aus Nürnberg. In: P. C. Hall (Hrsg.): *Bilder des sozialen Wandels. Das Fernsehen als Medium gesellschaftlicher Selbstverständigung.* Mainz 2006, S. 99–108

Andrea Nolte ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Medienwissenschaften der Universität Paderborn.

