

Die Teilnahme an einer Musik-Castingshow ist die größte Chance des Lebens, die Kandidatinnen und Kandidaten werden gerecht behandelt, und hinterher geht es ihnen richtig gut! Hiervon gehen vier Fünftel derjenigen Kinder und Jugendlichen aus, die gerne Castingshows sehen, so eine repräsentative Befragung von 6- bis 17-Jährigen (Götz u. a. 2013a). Aber liegen sie mit dieser Einschätzung

richtig? Schätzen ehemalige Teilnehmerinnen und Teilnehmer von Castingshows dies genauso ein oder durchlebten sie stattdessen im Nachhinein Krisen? Der Text gibt einen Überblick über die Ergebnisse einer Befragung ehemaliger Kandidatinnen und Kandidaten der Sendungen *Deutschland sucht den Superstar (DSDS)*, *Popstars*, *The Voice of Germany* und einiger anderer Castingshows.

Maya Götz

# Musik-Castingshow – Chance des Lebens oder Spießbrutenlauf?

## Eine Befragung ehemaliger Teilnehmerinnen und Teilnehmer

In einer Studie des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) wurden 59 ehemalige Kandidatinnen und Kandidaten diverser Musik-Castingshows befragt. Einige von ihnen waren nur einen Tag dabei, andere qualifizierten sich bis in die Trainingsphase oder Liveshows bzw. gelangten bis auf die ersten Plätze. Rückblickend beschrieben sie schriftlich ihre Wahrnehmungen und Erlebnisse und bewerteten das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ in seinen unterschiedlichen Phasen.<sup>1</sup>

### Wie es zur Teilnahme kam

Bei den meisten fiel die Entscheidung, sich bei einer Castingshow zu bewerben, relativ spontan. Selten hatten sie sich im Detail überlegt, was sie von einer Teilnahme bei den „Massencastings“ konkret erwarteten. Verbunden war die Bewerbung durchaus mit Fantasien, innerhalb kürzester Zeit zum Star zu werden, und der Hoffnung, sich dauerhaft in der Musik- und Showbranche zu etablieren. In vielen Antworten ist aber auch der Wunsch spürbar, endlich allen zeigen zu können, was in einem steckt,

und für die eigene Einzigartigkeit öffentliche Anerkennung zu bekommen.

„Die Entscheidung fiel sehr spontan, als ich abends auf dem Sofa saß, ProSieben schaute und den Werbespot für *Popstars* sah. Und ich dachte mir: ‚Hey, du bist noch jung, probier's doch einfach mal aus!‘“ (knapp volljähriger *Popstars*-Kandidat).

### Angesprochen wurde hinterher jeder

Diejenigen, die im Fernsehen zu sehen waren, bekamen alle öffentliche Aufmerksamkeit und wurden auf ihren Auftritt angesprochen. Arbeitskolleginnen und -kollegen, Freunde und Bekannte aus früheren Lebensphasen nahmen gezielt Kontakt auf und gaben bei den meisten eine positive Rückmeldung. Auf der Straße wurden sie von Fremden angesprochen und um Autogramme oder Fotos gebeten. Das Feedback war für so manche bzw. manchen überwältigend: Mailboxen quollen über, Facebook-Profile konnten sich nicht mehr laden, und über einen längeren Zeitraum war ein normaler Alltag schon aufgrund der ständigen Anrufe nicht mehr möglich. Meistens war die Prominenz mit positiver Rückmeldung verbun-

den. Einige von ihnen, die in der Sendung als „Freaks“ inszeniert wurden, erfuhren hingegen vor allem Häme und Beschimpfungen – z. T. über Jahre hinweg.

### Eher positives oder eher negatives Erlebnis

In dieser qualitativen Studie beschrieb rund die Hälfte der ehemaligen Teilnehmerinnen und Teilnehmer das Erlebnis im Nachhinein als überwiegend positiv. Rund ein Drittel blickte sowohl positiv als auch negativ auf das Ereignis zurück und rund jeder Fünfte beschrieb es als nahezu ausschließlich negativ. Formate wie *The Voice of Germany* waren dabei für deutlich mehr Kandidatinnen und Kandidaten ein Erfolgserlebnis, während bei *DSDS* und *Popstars* überdurchschnittlich häufig negative Erfahrungen gemacht wurden. Wie zu erwarten, hing die Einschätzung oft vom Erfolg und von der Art der Konnotation in der Sendung ab. Es zeigten sich aber auch andere überraschende Zusammenhänge. Im Vergleich der 59 Einzelfälle ließen sich sieben typische Erfahrungsmuster herausarbeiten, die vom professionellen Sprungbrett bis zur selbstgefährdenden

Deutschland sucht den Superstar, 2013



Krise reichten. Vier davon beschreiben, wie ernst zu nehmende Kandidatinnen und Kandidaten inszeniert wurden, drei Varianten zeigen auf, wie Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit einer Inszenierung als „Freak“ umgegangen sind.

#### **Für Profis eine Chance zur professionellen Selbstdefinition**

Eine insgesamt positive Erfahrung war die Castingshow-Teilnahme zum einen für Profis, die die Show als Sprungbrett nutzten. Sie gingen mit fundierter musikalischer Ausbildung und professioneller Auftrittserfahrung in die Show hinein. Sie fühlten sich durchaus gefordert und an ihre Grenzen gebracht, konnten aber viele professionelle Anregungen und Lernerfahrungen aus dem Erlebnis für sich mitnehmen. Nach dem Ausscheiden aus der Sendung erlebten sie eine positive öffentliche Aufmerksamkeit und professionelle Anfragen, die sie sonst vermutlich nicht gehabt hätten. Als besondere Herausforderung galt es für diesen Typus, sich anschließend professionell zu verorten. Innerhalb der Show sind sie mit Coverversionen populärer Songs bekannt und

beliebt geworden. Ein großes Team mit viel Erfahrung im Massengeschmack hat sie inszeniert. Nun müssen sie ihren musikalischen Weg zwischen Individualität und Massengeschmack finden.

#### **Für Neuentdeckungen ein einmaliges Erlebnis und Einblick in die Medienbranche**

Positiv war die Teilnahme auch für die Neuentdeckungen. Sie gingen mit meist fundierter musikalischer Ausbildung, aber ohne Medien-erfahrung in den Prozess und konnten viel lernen. Sie genossen die Zeit und die Chancen, die ihnen geboten wurden. Besondere Herausforderungen waren die veränderte Wahrnehmung durch Freunde und Mitschülerinnen und -schüler sowie der Umgang mit dem hohen Presseinteresse an ihrer Person. Die Begegnung mit der professionellen Medienproduktion war für viele meist eher abschreckend. Vor allem aber mussten sie das Erlebnis auf Dauer in ihr Selbstbild integrieren und sich trotz der kurzzeitigen Prominenz dauerhaft eine Zukunft aufbauen, in der sie nur selten mit Musik ihren Lebensunterhalt werden verdie-

nen können. Jonathan Enns, der bei *DSDS* als 20-Jähriger den neunten Platz erreichte, formulierte treffend:

„Man ist nicht mehr so stark in den Medien, das macht schon etwas mit deiner Psyche. Währenddessen bist du von RTL gepusht worden, danach musst du selber alles auf die Beine stellen [...]. Und dann musst du dich halt wieder umstellen. Du musst halt begreifen, dass du nach der Zeit immer noch der Jonathan bist, der du vorher auch warst.“

#### **Für abgewertete Hoffnungsträgerinnen und -träger ein Erlebnis mit bitterem Beigeschmack**

Deutlich ambivalenter schätzten diejenigen die Teilnahme im Nachhinein ein, die zunächst positiv als möglicher Star aufgebaut, dann aber öffentlich abgewertet wurden. Typischerweise trat dies z. B. auf, wenn ein Kandidat oder eine Kandidatin ausscheidet. Um die Sympathie der Jurorinnen und Juroren nicht zu gefährden und die Entscheidung nachvollziehbar zu machen, wurden die Kandidatinnen und Kandidaten entsprechend zugespitzt porträtiert. Gezeigt wurde, wie sie den Werten des

Castingprozesses widersprachen, nicht talentiert oder strebsam genug waren, zickig wurden, sich nicht ins Team einpassten oder zu lange feierten und viel Alkohol tranken. In der letzten Phase der Sendung wurden die Kandidatinnen und Kandidaten zunehmend typisiert, um möglichst interessante Geschichten um sie herum zu erzählen. Aus ihrer Perspektive war dieser Wechsel in der Konnotation ihrer Person ein ausgesprochen unangenehmes Erlebnis. Sie fühlten sich falsch dargestellt und dem Mediensystem gegenüber machtlos. Kehrt sie in ihr normales soziales Umfeld zurück, mussten sie von da an mit dem Bild, das von der Öffentlichkeit als echt und dokumentarisch eingeschätzt wurde, leben.

Annemarie Eilfeld, 2009 als „sexy Zicke“ vom „System Castingshow“ (Lünenborg/Töpfer 2012) inszeniert und von Dieter Bohlen als „Everybody's Arschloch“ oder „Bitch“ bezeichnet, sagte später: „Ich war 18 Jahre alt und kannte diese Art einer TV-Produktion nicht. Ich vertraute immer allen und im Nachhinein war das naiv und hat mir und meiner Familie sehr viel Schmerz bereitet.“

#### **Für die psychisch Überforderten eine schwer zu bewältigende Krise**

Für einige Kandidatinnen und Kandidaten, die sich bis in die vorderen Ränge qualifiziert haben und durchaus positiv dargestellt wurden, erwies sich das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ als so belastend, dass es sie dauerhaft in schwer zu verarbeitende Krisen führte.

Teilweise waren diese Teilnehmerinnen und Teilnehmer musikalisch vorgebildet und überaus talentiert. Mit wenig Auftrittserfahrung begegneten sie zum ersten Mal einer großen professionellen Medienmaschinerie. Die körperlichen und arbeitszeittechnischen Anforderungen und die sehr eigene Art des menschlichen Umgangs brach mit all ihren bisherigen Erfahrungen. Die Veränderung des Verhaltens im sozialen Umfeld brachte bisherige Vorstellungen von Ehrlichkeit und kommunikativem Umgang ins Wanken. Der eigene Anspruch (Perfektionismus) und die gefühlte Verantwortung waren für einige noch sehr junge Menschen schlichtweg zu viel.

Schon während der sich über Monate hinziehenden Produktion litten sie an Angstzuständen, Schlaflosigkeit und Essstörungen. Nach dem Ausscheiden aus der Show fielen

sie in eine innere Leere und konnten mit der Übergröße des Erlebnisses und den veränderten Kommunikationsformen ihres Umfeldes nicht umgehen. Eine ehemalige *DSDS*-Kandidatin beschrieb: „Ich war damals erst 16 Jahre alt und konnte damit nicht umgehen, bekam später Depressionen und bekomme bis heute mein Leben nicht in den Griff.“

Die vier typischen Erfahrungsmuster derjenigen, die als gesanglich ernst zu nehmende Hoffnungsträgerinnen und -träger einer Musik-Castingshow präsentiert wurden, zeigen schon die Gratwanderung von Heraus- und Überforderung, die dem Genre als solchem zugrunde liegt. Das Grundprinzip des Formats ist, junge, z. T. sehr unerfahrene Menschen in Situationen zu bringen, die schon gestandene Profis an die Grenzen des Leistbaren führen würden. Scheiden sie aus dem Prozess aus, so geht dies immer mit einer Kränkung sowie dem Platzen von Hoffnungen und Träumen einher. Zurück in ihrem eigentlichen Lebensumfeld müssen sie mit ihrem Status als Prominente umgehen. In kurzer Zeit flaut die öffentliche Aufmerksamkeit jedoch wieder ab, das Bild, das sich andere aufgrund der Sendung gemacht haben, aber bleibt. Es besteht die Notwendigkeit, das Erlebnis als Ganzes zu verarbeiten und sich mit Fragen der Selbstreflexion auseinanderzusetzen. Gerade weil der Erfolg nicht auf der Wertschätzung als individuelle musikalische Künstlerin bzw. individueller musikalischer Künstler beruht, sondern auf dem möglichst perfekt inszenierten Nachsingen von Werken anderer Interpreten, gelingt ein über die Castingshow hinausreichender Erfolg nur in Ausnahmefällen. Die Erkenntnis, dass der Erfolg letztendlich vor allem Verdienst des machtvollen Senders und der erfahrenen Medienprofis ist, die die Teilnehmerinnen und Teilnehmer geschickt und konsumorientiert als „menschliches Material“ inszenieren, stellt hohe Verarbeitungsansprüche an das Selbst. Auf Dauer müssen sie (meist) damit leben, dass dies ein einmaliger und kurzzeitiger Erfolg war. Alles, was jetzt im weiteren musikalischen Leben folgt, wirkt vergleichsweise unspektakulär. Dies zu verarbeiten und für sich produktiv zu nutzen, ist eine Herausforderung mit hohem Krisenpotenzial.

#### **Wie die als „Freaks“ Inszenierten mit der Erfahrung umgehen**

Vor allem in der ersten Phase des Formats *DSDS* erfuhren einige Kandidatinnen und Kandidaten mithilfe entsprechender Inszenierungen, Schnitte, Soundgestaltung und grafischer Einblendungen eine sehr deutliche Abwertung. Gezeigt wurde, wie falsch sie in ihrer Selbsteinschätzung lagen und nicht auch nur ansatzweise den Anforderungen genügten. Die Krönung der Inszenierung als „Freak“ war dann meist ein markiger Kommentar von Juror Dieter Bohlen, der der vorherigen redaktionellen Dramaturgie sprachlich Ausdruck verlieh (vgl. auch Götz 2010). Teilweise wurden in dieser Phase die Grenzen zum jugendschutzrechtlich Zulässigen ausgereizt und manchmal auch überschritten.<sup>2</sup> Wie geht es den Menschen, die so abwertend dargestellt wurden? Wie sehen sie das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ im Nachhinein? In der Studie zeigten sich drei recht verschiedene Typen:

Zum einen gibt es die „heimlichen Komplizinnen und Komplizen“ des Mediensystems. Diese Kandidatinnen und Kandidaten arbeiteten bewusst und gezielt an ihrer übertriebenen Stilisierung mit. Es waren professionelle Selbstinszenierungsmuster, bei denen mit dem Anderssein und Unterlaufen der sonstigen Leistungsmaßstäbe gespielt wurde. Diese heimlichen Komplizinnen und Komplizen hatten bei den Dreharbeiten Spaß, fühlten sich handlungsmächtig und genossen den professionellen Zusammenschritt ihrer Aufnahmen im Fernsehen. Überrascht waren sie jedoch manchmal vom großen öffentlichen Aufsehen nach der Ausstrahlung.

Andere, die als „Freaks“ inszeniert wurden, blendeten die Abwertung aus und deuteten die Beschämung für sich um. Im Nachklang der Ausstrahlung genossen sie die öffentliche Aufmerksamkeit rund um ihre Person, freuten sich, wenn sie auf der Straße angesprochen und um Autogramme oder Fotos gebeten wurden. Gerade in Lebensumbruchsphasen (Arbeitslosigkeit, neue Orientierungsphase) und für Menschen, die bisher wenig Anerkennung erfahren hatten, war die kurzzeitige Prominenz etwas durchaus Angenehmes.

Hatten die zu „Freaks“ Inszenierten aber nicht gezielt an ihrer Selbstinszenierung mitgearbeitet oder gelang ihnen die Ausblendung oder Umdeutung der öffentlichen Be-

schämung nicht, empfanden sie sich als überverteilt und bloßgestellt. Sie gingen naiv und mit großem Vertrauen in ihre eigene Besonderheit in die Castingshow. Sie waren sehr stolz, als sie nach dem Vorcasting von der VIP-Jury als qualifiziert bekannt gegeben wurden. Sie glaubten den Aussagen des Produktionsteams, dass dies der Anfang einer Musikkarriere werden könnte und sie potenzielle Stars wären. Während des Vorsingens vor der Jury fühlten sie sich – auch – wertschätzend behandelt und fanden z. B. Juror Dieter Bohlen durchaus nett. Im Fall einer rigorosen Ablehnung kam diese zwar manchmal überraschend, wurde aber als Teil des Wettkampfes gesehen. Als sie dann die Aufbereitung der Aufnahmen im Fernsehen sahen, waren sie tief erschüttert und beschämt. Sie mussten mit Häme und Spott aus dem sozialen Umfeld leben – z. T. noch Jahre nach der Teilnahme. Eine damals gerade volljährige *DSDS*-Kandidatin, deren Bewerbung vielfach und über Jahre hinweg wiederholt wurde und zudem jederzeit im Internet anzusehen ist, berichtete, wie jedes Mal wieder „der ganze Scheiß von vorne anfängt, dass man von jedem angesprochen wird“. Im Nachhinein stellte sie für sich fest: „Ich hätte mich niemals dort beworben, wenn ich gewusst hätte, was die mit den Leuten da alles machen, nur um sie blöd darzustellen, nur damit die Leute was zu lachen haben.“ Da sie sich, wie viele andere Kandidatinnen und Kandidaten auch, mit vollem Namen nennt, sind bei einer Recherche, z. B. von zukünftigen Arbeitgebern, sofort die entsprechenden Szenen im Internet zugänglich – und das nach jetzigem Stand der Technik dauerhaft. Für sie ging und geht das „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ immer noch mit viel Scham und Rufschädigung einher.

### **Castingshows – ein Format mit hohem Gebrauchswert für die Zuschauerinnen und Zuschauer, aber nicht unproblematisch für die Gecasteten**

Castingshows sind das Erfolgsgenre des letzten Jahrzehnts. Sie dominieren die Hitlisten der 12- bis 17-jährigen Mädchen und können bei Jugendlichen z. T. Marktanteile um 35 % verzeichnen. Der Gebrauchswert entstammt dabei vor allem der Möglichkeit, jungen, bisher noch unerfahrenen Menschen bei ihrem Weg zum Erfolg zuzusehen. Gerade weil sie

jung sind, schafft dies große emotionale Nähe und Raum für Wünsche und Träume, die viele der Heranwachsenden ebenfalls haben (vgl. Hajok u. a. 2012). Das Format bietet die Chance, dass identifikatorische Beziehungen und diverse Formen parasozialer Beziehungen entstehen, wie z. B. der idealen großen Schwester, dem besten Freund oder dem erotischen Partner (vgl. Götz 2013). Durch die Möglichkeit zu bewerten und sich abzugrenzen, werden diverse Chancen für die Identitätsentwicklung geschaffen. Die Jugendlichen vor dem Fernseher durchleben Emotionen wie Empörung und Schadenfreude, werden sich bewusster, wie sie nicht sind oder nicht sein wollen (vgl. Döveling 2007). Spätestens am nächsten Tag auf dem Schulhof oder bei sonstigen Formen der Peer-Kommunikation werden die Show und der Umgang der Jurorinnen und Juroren mit den Kandidatinnen und Kandidaten beiläufig oder auch gezielt thematisiert und einer persönlichen Wertung unterzogen (vgl. Hajok u. a. 2012). Castingshows sind in diesem Sinne Formen des informellen Lernens, indem Werte wie diszipliniertes Üben und Kritik- und Teamfähigkeit als Voraussetzungen für Erfolg formuliert werden (vgl. ebd.). Castingshows sind erfolgreich, weil sie für die Menschen vor dem Fernseher einen hohen Gebrauchswert haben.

Die Kandidatinnen und Kandidaten jedoch, die hoffen, sich ein Leben lang als Deutschlands nächster Superstar oder als nächstes Super-talent, als Künstlerin oder Künstler mit dem *X-Factor* oder als Stimme Deutschlands zu etablieren, gehen nicht immer mit einem Erfolgserlebnis aus dem „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“.

#### **Schriftlich befragt wurden:**

ehemalige Teilnehmerinnen und Teilnehmer von Musik-Castingshows. Sie hatten in den letzten 13 Jahren an den Formaten *DSDS* (27 Kandidatinnen und Kandidaten), *Popstars* (18 Kandidatinnen und Kandidaten), *X-Factor* (zwölf Kandidatinnen und Kandidaten), *The Voice of Germany* (zehn Kandidatinnen und Kandidaten) sowie je vier von *Unser Star für ...*, *Star Search*, *Das Supertalent* und weiteren unbekannteren Formaten teilgenommen.

#### **Ihr Alter heute:**

16 bis 35 Jahre sowie ein ca. 40-Jähriger

#### **Wie weit sie innerhalb der Show gekommen sind:**

29 Teilnehmerinnen und Teilnehmer schieden nach dem ersten Casting oder beim Recall aus.  
20 Teilnehmerinnen und Teilnehmer schafften es bis in die Boot-Camps, Trainingsphasen oder Top 10.  
Zehn Teilnehmerinnen und Teilnehmer gelangten unter die Top 5 der jeweiligen Shows.

#### **Literatur:**

##### **Döveling, K.:**

*Superstar – Supershow? Zu Identifikation, Bewertung, Beteiligung – „Deutschland sucht den Superstar“ im Urteil der Zuschauer.* In: Dies./L. Mikos/J.-U. Nieland (Hrsg.): *Im Namen des Fernsehvolkes.* Konstanz 2007, S. 179–210

##### **Götz, M.:**

*Was nebenbei noch so hängen bleibt. Oder die Frage, wie Menschen vom Fernsehen lernen, ohne es zu merken.* In: *TeleviZion*, 23/1010/1, S. 6–11

##### **Götz, M. (Hrsg.):**

*Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. Geschlechterspezifische Studien zum Kinderfernsehen.* München 2013

##### **Götz, M./Bulla, C./**

##### **Mendel, C.:**

*„Bestimmt ein tolles Erlebnis!“ Repräsentativbefragung von 6- bis 17-Jährigen zu ihren Vorstellungen vom „Erlebnis Castingshow-Teilnahme“ (LfM-Dokumentation Band 49/Online).* Düsseldorf 2013a

##### **Götz, M./Bulla, C./**

##### **Mendel, C.:**

*Sprungbrett oder Krise? Das Erlebnis Castingshow-Teilnahme (LfM-Dokumentation Band 48).* Düsseldorf 2013b

##### **Hajok, D./Selg, O./**

##### **Hackenberg A. (Hrsg.):**

*Auf Augenhöhe? Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen.* Konstanz 2012

##### **Lünenborg, M./Töpfer, C.:**

*Das System Castingshow. Provokationen und Skandale als ökonomisches und ästhetisches Prinzip von Castingshows.* In: *TeleviZion*, 25/2012/1, S. 44–47

#### **Anmerkungen:**

##### **1**

Die Befragung fand online statt und enthielt diverse offene und standardisierte Fragen. In der Analyse wurden die Daten fragenvergleichend und fallspezifisch unter Einbeziehung der Analyse der Fernsehausstrahlung ausgewertet (siehe ausführlich bei Götz/Bulla/Mendel 2013b).

##### **2**

Aufgrund wiederholter Überschreitung der jugendschutzrechtlichen Vorgaben legt RTL seit 2008 alle Folgen der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) zur Prüfung vor. Seitdem hat die Dekonstruktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer in diesem Ausmaß deutlich abgenommen.

Dr. phil. Maya Götz ist Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk. Ihr Hauptarbeitsfeld ist die Forschung im Bereich „Kinder/Jugendliche und Fernsehen“.

