



Bernhard Pörksen /
Wolfgang Krischke (Hrsg.)

Die Casting- Gesellschaft

Die Sucht nach Aufmerksamkeit
und das Tribunal der Medien

edition medienpraxis



Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Bernhard Pörksen / Wolfgang Krischke (Hrsg.)
Die Casting-Gesellschaft.
Die Sucht nach Aufmerksamkeit und das Tribunal der Medien
(edition medienpraxis, 8)
Köln : Halem, 2010

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung
und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten.
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch
Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert
oder unter Verwendung elektronischer Systeme
(inkl. Online-Netzwerke) gespeichert, verarbeitet,
vervielfältigt oder verbreitet werden.

<http://www.editionmedienpraxis.de>

© Copyright Herbert von Halem Verlag 2010
ISBN 978-3-86962-014-5
ISSN 1863-7825

KONZEPTION UND LEKTORAT: Wolfgang Krischke, Bernhard Pörksen
KORREKTORAT: Ilka Waetzoldt
PORTRÄTS DER AUTOREN: Oliver Reinhardt, Zeiteinspiegel
FOTOREDAKTION: David Lütke, Lilly Necker
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
DRUCK: FINIDR, s.r.o. (Tschechische Republik)

Copyright Lexicon © 1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon ® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Bernhard Pörksen / Wolfgang Krischke (Hrsg.)

Die Casting-Gesellschaft

Die Sucht nach Aufmerksamkeit und
das Tribunal der Medien

edition medienpraxis

Vorwort			7
Die Casting-Gesellschaft			13
Imke Arntjen	38	Dirk Kurbjuweit	186
Charaktermasken im Angebot		Polit-Pop und Casting-Kanzler	
Inka Bause	48	Sascha Lobo	198
Das einfache Leben		Traumfabrikate	
Natascha Birkhahn	58	Werner Mang	210
Wahrheit vom Grill		Unter dem Messer	
Norbert Bolz	68	Miriam Pielhau	222
Wettkampf der Feuerwerker		Die Freundlichkeit des Großen Bruders	
Max Clifford	82	Christian Rach	232
Der Strippenzieher und der Tod		Weisheit mit Löffeln	
Anke Engelke	94	Tom Sänger	242
Selbstbildstorung		Brennen für die Quote	
Fiona Erdmann	104	Roger Schawinski	256
Zicken und Schwäne		Helden und Schurken	
Frank Farian	114	Christian Schertz	266
Gesang der Marionetten		Eine Frage der Ehre	
Georg Franck	126	Klaus-Peter Schmidt-Deguella	282
Die Währung des Glotzens		Schüttelfrost beim Macht- Entzug	
Markus Grimm	138	Heide Simonis	294
Der verlorene Sieger		Damenwahl	
Jo Groebel	148	Thomas M. Stein	306
Märchenstoffe		Die Blicke der anderen	
Michael Jurgs	162	Helmut Thoma	318
Fernsehen als moralische Anstalt		Im Seichten fischen	
Oliver Kalkofe	174	Dieter Wedel	330
Die Bosheit des Mediums		Bis es euchgefallt	
Autorenverzeichnis			342
Bildnachweise			346

Vorwort

Es ist eine merkwürdige Frage. 1974 besucht der Journalist Stewart Brand den Kybernetiker Gregory Bateson. Bateson ist zu dieser Zeit längst ein akademischer Superstar – und die Hippies lieben ihn, diesen seltsamen Weisen, der sich mit dem Humor beschäftigt, dem Spiel der Fischotter und der Sprache der Delfine, der Entstehung der Schizophrenie und den Konturen eines neuen, eines ökologischen Bewusstseins. Stewart Brand, der wie so viele zu diesem alten Mann pilgert, möchte von ihm wissen, welche Farbe ein Chamäleon annimmt, das man auf einen Spiegel setzt. Bateson hat keine Antwort. Aber er – der Kybernetiker, der Meister des zirkulären Denkens – ist von dieser Frage fasziniert, macht sie unter seinen Studenten und in der *scientific community* bekannt. Verschiedene Forscher beteiligen sich an der Debatte, ein technisch versierter Schriftsteller bastelt ein Spiegelkabinett und setzt eine echte Echse hinein, um herauszufinden, was tatsächlich geschieht, wenn man ein Chamäleon auf einen Spiegel setzt. Welche Farbe nimmt es an? Behält es die Ursprungstönung? Entsteht eine schillernde, eine charakteristisch instabile Schwingung? Wird das Chamäleon in der Spiegelwelt in eine Art Farbenwahnsinn hineinge-

trieben? Pendelt es sich aus Selbstschutz auf eine Grundtönung, auf eine farbliche Identität ein?

Das Faszinierende an dieser Frage ist, dass das Chamäleon und der Spiegel zu verschmelzen scheinen, dass eine Logik der Linearität durch zirkuläre Wirkungsnetze abgelöst wird.¹ Womöglich ist dabei das eigentliche Geschehen gar nicht so wichtig, viel eher geht es um ein Gedankenexperiment, das die moderne Medienentwicklung und das Leben in der Casting-Gesellschaft beleuchtet. Auf die Gegenwart übertragen lautet die Frage nämlich: Was passiert, wenn man in dem Bewusstsein lebt, dass überall Spiegel herumstehen? Was geschieht, wenn das eigene Stottern, ein situativ erklärbares Missgeschick und der plötzliche Black-out in einer Fernsehshow tausendfach auf *YouTube* angeklickt werden? Was tut man, wenn eine diffuse Öffentlichkeit über die eigene Person diskutiert? Wie verhält man sich, wenn einem das eigene Image – möglicherweise millionenfach gespiegelt – wieder entgegentritt, wenn jede Nuance des eigenen Handelns, wenn jede Fehlleistung durch Fernsehkameras, Amateurvideos oder Fotohandys dokumentiert werden kann?

Die These dieses Buches ist, dass wir auf dem Weg in eine Casting-Gesellschaft sind, in der Image und Ich unauflösbar verschmelzen.² Es ist eine Kultur permanenter Selbstdarstellung und der gezielten, der medienförmigen Inszenierung, die – getrieben durch alte und neue Medien, insbesondere das Fernsehen und das Netz – entsteht. Fast jede Lebensregung lässt sich heute medial spiegeln. Und eine etwas unheimliche Zahl von Menschen bereitet sich akribisch und mit

1 Die Frage, welche Farbe das Chamäleon denn nun *wirklich* annimmt, ist ungeklärt. Mögliche Antworten auf diese medientheoretisch aufschlussreiche Parabel referiert im Detail: KELLY, KEVIN: *Das Ende der Kontrolle. Die biologische Wende in Wirtschaft, Technik und Gesellschaft*. Mannheim [Bollmann] 1997, S. 110ff.

2 Dass die Rede von der *Casting-Gesellschaft* den Charakter eines Suchbegriffs hat, versteht sich von selbst; er dient dazu, die Allgegenwart einer mediengestützten Inszenierungspraxis zu betonen – und dementsprechend konzentrierte Beobachtungen zu ermöglichen. Auch die anderen kursierenden Gesellschaftsbegriffe (*Risikogesellschaft*, *Wissensgesellschaft*, *Multioptionsgesellschaft*, *Sinngesellschaft*, *Mediengesellschaft* etc.) sind in diesem Sinne möglichst produktive Heuristiken, um eigene Diagnosen zu verdichten und voranzutreiben.

aller Raffinesse auf den großen Auftritt und den unendlich verführerischen Moment des Gesehen-Werdens vor – ganz gleich, ob dieser auf der eigenen Homepage oder im eigenen Blog stattfindet, kniend vor einem Jurymitglied von RTL, auf dem Weg in das *Dschungelcamp*, im *Big-Brother*-Container oder beim Schlagabtausch in einer Talkshow.³ Die mediengerechte Selbstdarstellung und der Kampf um öffentliche Aufmerksamkeit sind längst Alltag geworden, beschränken sich nicht mehr nur auf Prominente und etablierte Medienprofis. Wie präsentiert man die eigene Geschichte? Wie funktioniert das Geschäft mit den Medienimages in der Welt der Casting-Shows und des Reality-TV, aber auch in der Sphäre der Politik oder im Journalismus? Wie erzeugt man Aufmerksamkeit und Anschlusskommunikation – und verkraftet ihr plötzliches Ausbleiben? Was heißt es, wenn sich der eigene Ruhm als äußerst kurzlebig erweist und man, kaum zum *Superstar* erkoren, allenfalls noch bei Baumarkt-Eröffnungen ein Publikum findet? Kurzum: Was passiert mit dem eigenen Selbst, wenn man sich – getrieben von der Sucht nach Aufmerksamkeit, gefährdet durch die öffentliche Blamage – in das Spiegelkabinett alter und neuer Medien hineinbegibt?

Es sind solche Fragen, die im Mittelpunkt dieses Buches stehen. Beantwortet werden sie von PR-Profis und Politikern, von Fernsehmanagern und Netzexperten, von Journalisten und Showstars, von Medienwissenschaftlern und Medienkritikern, von den Profiteuren und den Opfern der Casting-Gesellschaft. Zu Wort kommt u. a. die ehemalige Ministerpräsidentin Heide Simonis, die nach ihrem Abschied von der Politik in Tanz- und Reality-Shows auftrat. Stellung bezieht der Journalist und Schriftsteller Dirk Kurbjuweit, der die Verflechtung von Medien und politischer Sphäre in der Berliner Republik seit Jahren beobachtet. Seine eigene Rolle als Stichwortgeber und Analytiker der Casting-Gesellschaft reflektiert der Medienwissenschaftler Jo Groebel in einem Streitgespräch. Natascha Birkhahn schildert ihre zahlreichen

3 Eine kluge Analyse der exzessiven Selbstdarstellung liefert: SCHROER, MARKUS: Sehen und gesehen werden. Von der Angst vor der Überwachung zur Lust an der Beobachtung? In: *Merkur*, 57. Jg. H. 2, 2003, S. 169-173.

Auftritte in den Reality-Shows des Landes und berichtet von einem Familienleben im Scheinwerferlicht. Imke Arntjen, Inhaberin einer Casting-Agentur, referiert, welche Geschichten besonders gefragt sind und welche Rollen überhaupt – abhängig vom Format der Sendung – zu vergeben sind. Der PR-Manager Klaus-Peter Schmidt-Deguella erklärt, wie er den ehemaligen Finanzminister Hans Eichel gecoacht hat – und in welchem Maße individuelle Persönlichkeit und öffentliches Image zueinander passen müssen. Der Medientheoretiker Georg Franck illustriert die Gesetze der Aufmerksamkeitsökonomie am Beispiel des *Dschungelcamps*. Der Philosoph Norbert Bolz erklärt das Zusammenspiel von Exhibitionismus und Voyeurismus unter den neuen Medienbedingungen – und begründet, warum er seinen Kindern die Teilnahme an einer Fernsehshow unbedingt verbieten würde. Und der Produzent Frank Farian (er schrieb mit gecasteten Bands Popgeschichte) rekonstruiert im Gespräch die Hintergründe des Absturzes von *Milli Vanilli* – Mitglieder einer Fake-Band, die irgendwann anfangen, die fremde Stimme vom Band für ihren eigenen Gesang zu halten.

Befragt wurden die Akteure und Analytiker der Casting-Gesellschaft von 25 Studierenden der Universität Tübingen auf dem Weg in den Journalismus, die mehrere Monate lang im In- und Ausland unterwegs waren. Ihr Ziel: Das Leben in der Casting-Gesellschaft anhand aussagekräftiger Beispiele und Fallgeschichten aus möglichst vielen Perspektiven zu beleuchten und zu erhellen. Entstanden ist aus diesen Gesprächen ein Kaleidoskop der Erkenntnisse und Einsichten, anekdotisch und ernst, gelegentlich Streitbar, verfasst und gedruckt in einer Zeit, in der das Unbehagen an der Inszenierung und die Sehnsucht nach Echtheit, Authentizität und Wahrheit längst unabweisbar geworden sind.⁴

Dass diejenigen, die um ein Gespräch gebeten wurden und sich zunächst darauf einließen, angesichts gezielter Fragen nicht immer

4 Die Dialektik von Überinszenierung und Authentizitätssehnsucht wird in folgendem Beitrag zum Thema gemacht: PÖRKSEN, BERNHARD: Auf dem Boden der Tatsachen. Wie die Magazine mit neuer Ernsthaftigkeit und alter Erzählkultur der Krise trotzen. In: *LeadAwards-Jahrbuch 2009*. Hamburg [Presse Fachverlag] 2010, S. 104-109.

zur ausführlichen Selbstauskunft bereit waren, gehört zu den Schlüsselerfahrungen dieses Lehrforschungsprojektes. Ein bekanntes Model stand nach zehn Minuten auf – und ließ ein über Wochen vorbereitetes Gespräch platzen. Manche Autorisierung des Gesagten zog sich endlos hin. Einzelne Interviews wurden durch die Befragten selbst, aber auch durch ihre Berater so lange umgeschrieben und entschärft, bis sie für einen Abdruck nicht mehr infrage kamen. Eine der Interviewten ließ die Veröffentlichung eines kritischen Gesprächs über ihre Fernsehshow durch einen Medienanwalt untersagen – und war für Rückfragen nicht mehr erreichbar. Und doch haben auch diese Erfahrungen ihren eigenen Wert, ließen sie doch deutlich werden, wie robust in der Casting-Gesellschaft versucht wird, die Hinterbühne der Inszenierung vor den womöglich überraschten und entsetzten Blicken des Publikums zu schützen.⁵ Überdies machten gerade auch solche Konflikte an der Schnittstelle von Journalismus und PR klar, wie lohnend es sein kann, Theorie und Praxis, Wissenschaft und Anwendung, akademische Reflexion und publizistisches Handwerk in ein Reibungs- und Spannungsverhältnis zu bringen und eine Form der Zusammenarbeit mit Studierenden zu praktizieren, die man als *Projektarbeit unter Marktbedingungen* bezeichnen könnte. Es sind solche Projekte, so zeigte sich, die Erkenntnisse in Erfahrungen und Denkergebnisse in Ereignisse verwandeln. Sie machen Wissenschaft anfassbar, ersetzen Belehrung durch Kooperation und Didaktik durch Coaching und geben der eigenen Lehrtätigkeit – im Gegensatz zu reinen Trockenübungen im Seminar – etwas faszinierend Experimentelles.⁶

- 5 Die Hinterbühne markiert – im Sinne von Erving Goffmans Darstellung alltäglicher Schauspielkunst, die der Soziologe in seinem Buch *Wir alle spielen Theater* entfaltet – das für Zuschauer und für Außenstehende unsichtbare Kommunikationsgeschehen. Auf der Hinterbühne geschehen Dinge, die man nicht sehen soll. Die Vorderbühne ist dagegen jener Ort, an dem gezeigt wird, was wahrgenommen werden darf und wahrgenommen werden soll. Siehe insgesamt: GOFFMAN, ERVING: *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. München [Piper] 2006.
- 6 Die bisherigen Versuche, diese Form der Projektarbeit an der Universität zu verankern, führten zu folgenden Publikationen: PÖRKSEN, BERNHARD (Hrsg.): *Trendbuch Journalismus. Erfolgreiche Medienmacher über Ausbildung, Berufseinstieg und die Zukunft der Branche*. Unter Mitarbeit von Jens Bergmann. Köln [Herbert von Halem] 2005. PÖRKSEN,

Finanziell unterstützt wurde diese Form der angewandten Medienwissenschaft durch die Stiftung Presse-Haus NRZ und das entschiedene Votum ihres Geschäftsführers Heinrich Meyer. Geholfen hat den Studierenden, so ist zumindest zu hoffen, das mit bewusster Schärfe inszenierte, gelegentlich sicher sehr harte Interviewtraining, das die Herausgeber ein Semester lang veranstalteten. Annika Giese war es, die alle Beteiligten bei den vielfältigen Archivrecherchen unterstützte. Judith Schächterle half dabei, den Produktionsprozess gleichermaßen fantasievoll und entschieden zu beschleunigen. Unserem Verleger Herbert von Halem danken wir für Unterstützung und Ermutigung – auch und gerade dann, als sich abzeichnete, dass sich der ursprüngliche Zeitplan nicht würde halten lassen. Besonders sind wir natürlich allen Gesprächspartnern zu Dank verpflichtet, die sich Zeit für die Interviews genommen haben. Und wir freuen uns, dass die Studierenden bewiesen haben, dass sie können, was sie wollen: als Journalisten arbeiten.

Bernhard Pörksen, Wolfgang Krischke
Tübingen, im Juli 2010

BERNHARD/KRISCHKE, WOLFGANG (Hrsg.): *Webwatching. Trends der Netzkultur*. Siehe: www.webwatching.info 2006. BERGMANN, JENS/PÖRKSEN, BERNHARD (Hrsg.): *Medienmenschen. Wie man Wirklichkeit inszeniert*. Münster [Solibro] 2007. BERGMANN, JENS/PÖRKSEN, BERNHARD (Hrsg.): *Skandal! Die Macht öffentlicher Empörung*. Köln [Herbert von Halem] 2009.

Der Kampf um öffentliche Aufmerksamkeit ist Alltag geworden, beschränkt sich nicht mehr nur auf Prominente und Medienprofis. Immer mehr Menschen bereiten sich mit aller Raffinesse auf den großen Auftritt und den unendlich verführerischen Moment des Gesehenwerdens vor – ganz gleich, ob dieser auf der eigenen Homepage stattfindet, kniend vor einem Jurymitglied von RTL oder beim Schlagabtausch in einer Talkshow. Doch wie funktioniert das Geschäft mit den Medienimages? Wer legt die Rollen fest, wer schreibt das Drehbuch? Was wird aus den Superstars von gestern und wer profitiert von Casting-Shows, Doku-Dramen, Reality-TV? Steuern wir auf eine Gesellschaft der Totalinszenierung zu? Was passiert mit dem eigenen Ich, wenn man sich in das Spiegelkabinett alter und neuer Medien begibt?

Streitbare, erhellende und überraschende Antworten geben Showstars und Fernsehmanager, PR-Profis und Politiker, Netzexperten und Journalisten, Profiteure und Opfer der Casting-Gesellschaft. Zu Wort kommen: die Ex-Ministerpräsidentin Heide Simonis, der Musikmanager Thomas M. Stein, die RTL-Moderatorin Inka Bause, die TV-Komödiantin Anke Engelke, der Rock-Musiker Markus Grimm, der Regisseur Dieter Wedel, der RTL-Unterhaltungschef Tom Sängler, der Schönheitschirurg Werner Mang, der Medienanwalt Christian Schertz, der Philosoph Norbert Bolz, das Model Fiona Erdmann, der Sternekoch Christian Rach, der Satiriker Oliver Kalkofe und viele mehr.