

Generation Casting

Diese Woche geht Deutschlands erfolgreichste Model-Show in Runde fünf. Millionen werden „Germany's Next Topmodel“ sehen. Und das hat Folgen

Hallo, liebe Mädchen“, trällert Heidi Klum in die Kamera. „Ich habe heute eine neue Aufgabe für euch.“ Die acht Kandidatinnen schauen sich nervös an. Es wird getuschelt. „Ich möchte, dass ihr drei von euch bestimmt, die nicht das Zeug für das nächste Casting haben“, fordert die Jurorin. Ihre Zöglinge schauen sich verdutzt an. Es kostet nur wenig Bedenkzeit, dann sortieren die Mädchen brav ihre drei Nieten aus.

Diese Szene spielte sich in der Model-Casting-Show „Germany's Next Topmodel“ ab. Gegenseitiges Ausstechen wird wahrscheinlich wieder fester Teil der Dramaturgie, wenn diesen Donnerstag die Klum-Schau in die fünfte Runde geht. Für viele Jugendliche ist diese Bloßstellung genau der richtige Umgang mit Konkurrenz, wenn man heute was werden will. Längst fasziniert junge Menschen nicht nur die schillernde Glitzerwelt des TV-Casting-Universums. Sie lernen auch dessen Karriereprinzipien.

Egal, ob bei „Germany's Next Topmodel“ Models gesucht werden oder Sänger bei „Deutschland sucht den Superstar“ (DSDS). Ob Schauspieler bei „Mission Hollywood“, Zauberer bei „The Next Uri Geller“, Musical-Darsteller bei „Ich Tarzan, du Jane!“. Ob Tänzer bei „You can dance“, Fußballer bei „Sportfreunde Pocher“, Friseur bei „Top Cut“ oder WG-Nachbarn bei „Mitsbewohner gesucht“. Casting ist bei einer ganzen Generation und im Alltag angekommen.

Zum Beispiel beim Bayerischen Bauindustrieverband. Der ersetzte vor drei Jahren erstmals Stellenausschreibungen durch ein „Casting“. Sein „BauCamp“ für angehende Kanalbauer, Maurer oder Estrichleger gehorcht ähnlichen Regeln wie die ProSieben-Sendung „Deine Chance: Drei Bewerber, ein Job“, bei der Kandidaten um einen Praktikumsplatz buhlen.

Im oberbayerischen Stockdorf waren es diesen Februar 22 Kandidaten, die sich vor einer Jury aus zehn Firmenchefs vorstellten. Schön auf einer Bodenmarkierung durften sie dabei stehen und wie bei DSDS ins Mikrofon sprechen. Drei Tage lang mussten sich dann die Kandidaten beim Mauern und Zimmern beweisen. Geschlafen wurde auf Feldbetten in der Turnhalle. „Die Casting-Shows

haben uns gezeigt, wie wichtig es ist, Bewerber in der Praxis zu erleben“, sagt Initiator Andreas Thierig. Nur auf Lebenslauf und Vorstellungsgespräch wolle man sich nicht mehr verlassen.

Wie sehr sich die Jugend dabei an den TV-Wettbewerbsdramen orientiert, zeigt das Internationale Zentralinstitut für Jugend- und Bildungsfernsehen in München. Es hat 1302 Schülerinnen und Schüler zwischen neun und 22 Jahren befragt. Die aktuelle Studie, die im Herbst in Buchform erscheint, belegt: 60 Prozent der Befragten finden, dass Heidi Klum in ihrer Show genau zeigt, wie man sein muss, um Erfolg zu haben. 71 Prozent der Mädchen und über die Hälfte der Jungen schauen sich von den Kandidatinnen ab, wie man mit Herausforderungen umgeht. „Casting-Shows geben vielen Jugendlichen das Gefühl, etwas für ihren Lebensweg mitzunehmen“, erklärt Studienleiterin Maya Götz.

Für eine 13-jährige Studienteilnehmerin zeigt die große Bohlen-Show DSDS, worauf es im Leben ankommt: „Sich anstrengen, präsentieren und niemals gegen Dieter Bohlen sprechen“, weiß die Gymnasiastin aus Hamburg. Der Lerngewinn einer 14-jährigen Realschülerin aus Nordrhein-Westfalen hört sich so an: „Wenn die Jury was sagt, sollte man es auch ernst nehmen.“

An der derben Polemik eines Dieter Bohlen stören sich die wenigsten. 70 Prozent finden seine harte Kritik absolut gerechtfertigt. „Besonders unter Jungs ist Bohlen ein Symbol für Ehrlichkeit. Er hat den Mut zu sagen, was viele nur denken“, kommentiert die Medienpädagogin. Das sehen gerade die Älteren so. Unter den befragten Jungen zwischen 18 und 19 Jahren stimmen 83 Prozent der Aussage zu, dass seine Kritik fair sei, auch wenn er damit Kandidaten persönlich verletze.

Dass Bohlen seine Zoten wegen der Quoten reißt, scheint dabei keinen zu interessieren. „Viele Jugendliche durchschauen zwar die Inszenierung solcher Reality-Shows“, erklärt Medienwissenschaftler Bernd Schorb von der Universität Leipzig, „doch mindert das nicht deren Bedeutung als Orientierungsmaßstab.“

Sich dem Opportunismus der Kandidaten anzupassen, findet Schorb höchst bedenklich: „Die ▶

60%

der Jugendlichen finden, dass Heidi Klum in ihrer Show genau zeigt, wie man sein muss, um Erfolg zu haben

Fotos: Getty Images, A. Thierig

Top-Bauarbeiter

Beim BauCamp castet Bayerns Bauindustrieverband wie im TV angehende Maurer, Kanalbauer oder Estrichleger



Model-Magie
Heidi Klum (l.) und ihre Kandidatinnen (v.l. Sarah Nuru, Marie Nasemann, Mandy Bork) sind die Idole vieler Jugendlicher

