

## Fernsehen bildet I: *Die Castingkultur*

*Auch Du kannst ein Star sein, plärst Dir ein zur Grinsefratze erstarrtes Gesicht entgegen.*

Die Welt, die uns in den Boulevardmagazinen der diversen Fernsehsender nahegebracht wird, ist ein wundersamer Ort. Die Boulevardmagazine sind wie Volkshochschulkurse, in denen man uns beibringen will, wie wir zu sein haben, um eine gute Figur in unserem angenehmen Leben zu machen, was natürlich nur dann angenehm sein kann, wenn wir uns die besagte gute Figur schon antrainiert haben. Die Boulevardmagazine zeigen uns heldenhafte Menschen von nebenan, *wie Du und ich*, die allerlei Schicksalsschläge mit Fleiß und Optimismus zu bewältigen verstanden, an denen wir uns ein Beispiel zu nehmen angehalten sind. Dann zeigen uns die Boulevardmagazine auch noch dankenswerterweise, welche Farben und Frisuren man in der aktuellen Saison zu tragen hat, um im flippigen Großstadtleben nicht negativ aufzufallen. So wackeln dann etwa überdrehte Stylisten durch Fußgängerzonen und greifen sich ihre dankbaren Opfer im Auftrag der Sendezeitbefüllung. Die dankbaren Opfer strahlen nach dem Stahlbad der optisch-sozialen Verbesserung in die Kameras und sagen Danke. „Danke, daß wir nun gut genug sind fürs flippige Großstadtleben.“ Und wir fühlen uns dann fast wie kleine Stars, wenn irgendein Fernsehsender seine Patrouille im Dienste des einheitlichen Geschmacks entsendet und uns zu verbesserungsbedürftigen und also immerhin doch auch verbesserbaren Objekten erhebt. Wir haben also Potential. Heißa, das wussten wir noch nicht.

Das Zappen durch die unterschiedlichen Formate, die einander auffallend gleichen, ist wie eine Reise zu den Heimstätten des Wahnsinns. Eines Tages wird sich die Geschichtsschreibung einig sein, daß an der Schöpfung des standardisierten Menschen, an der sich schon so viele akademische Disziplinen und Wirtschaftszweige versuchten, die Boulevardmagazine in nicht unerheblichem Maße beteiligt gewesen sein werden. Denn man zeigt uns dort nicht nur, was das gute Leben ist. Man zeigt uns auch, was man alles falsch machen kann. Und man zeigt uns dann auch Leute, die alles falsch machen oder früher schon einmal alles falsch gemacht haben. Wir sind dann angehalten, uns zu bemühen, daß wir selbst ja nicht so enden wie die abschreckenden Beispiele.

Eine kleine Sternstunde des Wahnsinns:

Eines der besagten Magazine berichtet von der Suche eines Frisörs nach Auszubildenden.

Der Frisör ist offenbar ein Mann, der schon viele Ausgaben diverser Boulevardmagazine verinnerlicht hat und sich auch ansonsten gut auszukennen scheint, was den letzten Schrei in populärkulturellen Angelegenheiten betrifft.

Der Frisör veranstaltet nämlich, immerhin erst im Jahre 3 oder 4 nach Beginn der televisionären Sintflut der Castingshows, den originellen Wettbewerb „Deutschland sucht den Super-Frisör“. Wie passend, daß dazu ausgerechnet der Fernsehsender anwesend ist, der schon die erste Plage in Form von Mächtgern-Popsternen auf uns losließ. Und wenn ich, nebenbei bemerkt, wirklich Deutschland bin, wie man mir zu versichern nicht müde wird, kann ich nur konstatieren, daß ich mitnichten auf der Suche nach irgendwelchen Supergeschöpfen bin und daß man Deutschland wiedereinander nicht gefragt hat.

Der Frisör - Typ jungdynamischer Herrenmensch mit Solarien-Teint – sagt, er wüßte sich jemanden für sein Team, der morgens mit Begeisterung aufstehe anstatt dies nur zu tun, „um pinkeln zu gehen“.

Es sitzt eine dubiose Jury, bestehend aus etwa zwanzig Personen, hinter dem Frisör. Gemeinsam begutachtet man die Bewerber. Die Kamera hält drauf. Kriegsberichterstattung.

Man stellt den Bewerbern allerhand Fragen, von denen keine etwas mit der Kunst des Haarewaschens zu tun hat.

Dank der Live-Berichterstattung vom Ort des Geschehens erfahren wir Zuschauer nun, was man alles mitbringen muß, um in diesem Land einen Ausbildungsplatz sein eigen nennen zu dürfen.

Im Castingverlauf werden Rechenaufgaben gestellt, weil mathematisches Talent für den Beruf des Frisörs sicher unerlässlich ist.

Dann wird nach Hauptstädten diverser Länder gefragt, vielleicht weil wir ja nun alle wissen, daß die Welt hier von nun an sicher oft zu Gast bei Freunden sein wird. Und das sich in Behandlung begebende

Bildungsbürgertum verlangt sicher nach weltmännischer Konversation.  
Die ersten beiden Runden sorgen schon einmal für einen ordentlichen Kandidatenschwund.

Dann kommt es zum spannenderen Teil: Der Frisör ist nun an den Persönlichkeiten seiner potentiellen Fachkräfte interessiert. „Kannst Du uns mal erzählen, warum Du dich gerade hier bei uns beworben hast?“ Das Spielchen kennen wir. Aber nicht jeder scheint es zu kennen.

In entwaffnender Offenheit bekennt eine Kandidatin, sie habe sich einfach mal überall beworben. Von den meisten habe sie gar keine Rückmeldung erhalten und so sei sie eben bei diesem Casting gelandet. Schwerer Fehler!

Rotes Licht blinkt, Alarmsirene schrillt, Klappe im Boden öffnet sich.  
Der Nächste bitte.

Das kommt uns gar nicht komisch vor, oder? Daß Aufrichtigkeit disqualifiziert und die gehorsame Verwendung gängiger Floskeln das Glück verheißt.

Seit Jahren erzählen uns Ratgeber aller Art, selbsternannte Arbeitsmarktexperten, daß es unerläßlich ist, im Bewerbungsprozeß den Eindruck zu erwecken, es sei das einzige Lebensziel des sich bewerbenden Individuums, genau einzig und allein bei diesem jeweiligen Unternehmen arbeiten zu dürfen, bei dem man sich gerade bewirbt. Das hat man gefälligst glaubhaft rüberzubringen. Das wissen wir. Das erzählt man uns seit Jahren. Hat schon mal einer dieser Experten erklärt, warum das eigentlich so zu sein hat? Was steckt dahinter?

Fragen wir uns das eigentlich ab und zu, wenn wir gehorsam derlei Tips befolgen?

Da werden natürlich zuweilen schon einmal scheinbar ganz vernünftige Gründe aufgezählt.

Der erste ist, daß wir uns ja mit einer Bewerbung positiv von der Masse der übrigen Bewerber abheben müssen, um überhaupt eine Chance zu haben. Da aber alle übrigen Bewerber genau die gleichen Ratgeber lesen und genau die gleichen Tips befolgen, geht der Plan natürlich nach hinten los.

Der zweite gern genannte Grund: Unser potentieller Arbeitgeber verlangt von uns, daß wir uns schon einmal prophylaktisch mit seinem Unternehmen identifizieren, um damit zu demonstrieren, daß wir auch im Falle einer Anstellung unser Leben ganz dem Wohlergehen jener Firma widmen werden. Wir sollen zeigen, daß wir bereitwillig kleine Menschen sind, die dafür leben, den großen Menschen, denen die Firmen gehören, zu dienen. Das müssen wir nun auch noch glaubwürdig verkaufen. Es reicht schon lange nicht mehr, daß uns ohnehin nichts anderes übrigbleibt. Jetzt sollen wir auch noch dabei grinsen und wie wildgewordene Cheerleader kreischen „Ich bin glücklich!“. Wem dient es?

Unterschwellig brodelnd der Haß, was der Chef ahnt und was ihn umso mehr freut, weil es seine Macht verdeutlicht.

Kommen wir zurück zu unserem Fallbeispiel. Es geht um einen Frisörladen. Würde ich mich in die Hände jener Zunft begeben, dann wäre es mir als Kunde natürlich völlig egal, ob der Mensch, der mich da versorgt, eine gehobene Allgemeinbildung hat. Es wäre mir auch egal, aus welchen Gründen jene Person dort arbeitet. Es wäre mir eigentlich angenehmer, es mit jemandem zu tun zu haben, der eine realistische Einschätzung der Dinge hat, statt mit einer mental aufgeputzten PR-Kraft, die mir klarmachen will, welch Glück es für sie ist, diese Aufgabe bei diesem tollen Unternehmen verrichten zu dürfen. Mir als potentielltem Endverbraucher dient es also nicht, wenn die Dienstleistungskräfte als „Think Positive“-Patrouille daherkommen. Ich vermute, es dient in erster Linie der Eitelkeit des jeweils über jene Dienstleistungskräfte Verfügenden.

Es gibt Studien, die besagen, daß der Zwang zur positiven Ausstrahlung, zum Dauerlächeln, gerade im Dienstleistungsbereich, die dazu verpflichteten Arbeitskräfte auf Dauer krank macht.

---

Zum Standardrepertoire deutsche Promi-Talkshows gehört seit Jahrzehnten die obligatorische, austauschbare Schauspielerin oder anderweitig höherstehende Person meist weiblicher Ausführung, die begeistert von ihren Amerika-Aufenthalten schwärmt und insbesondere davon, daß dort jegliches Dienstpersonal viel freundlicher sei als hierzulande. Die amerikanische Kassiererin an sich sei eben ein viel freundlicherer Mensch als ihr deutsches Pendant und sie gebe einem als Kunde das gute Gefühl, daß sie wirklich dankbar für den Einkauf sei. Was der austauschbaren deutschen Schauspielerin dabei nie auffällt, weil es sie auch

nicht interessiert, ist der Zwang zur Geste, dem die amerikanische Verkäuferin ausgesetzt ist. Es ist ein Lächeln der Angst. Die deutsche Schauspielerin erfreut sich daran, also hat es wohl doch sein Gutes. Sie wüsche sich diese Freundlichkeit auch hier, sagt die weltgewandte deutsche Schauspielerin.

Kolonen von Supermarktangestellten treten morgens zum Appel an. Der Drill Instructor, der einen Button mit der Aufschrift „Happy for our Customers“ trägt, stampft und klatscht in die Hände und brüllt die Kolone an: „Why are you here?“ - „Because we love it!“ Überwachungskameras kontrollieren, ob der Gesichtsausdruck auch immer schön sitzt. Sonst ist sie ganz schnell weg vom Fenster, die amerikanische Kassiererin. Ein Paradies, nur für deutsche Schauspielerinnen, die das Leben mit einem Boulevardmagazin verwechseln.

Zurück zum Frisör-Casting. Der Bericht hat irgendwann ein Ende und die Moderatorin blickt betroffen drein und kommentiert im Angesicht der bereits zuvor vom Reporterteam abfällig kommentierten vermeintlichen Unzulänglichkeit der Bewerberschar: „Unglaublich!“.

Die Botschaft: Kein Wunder, daß die jungen Leute keine Ausbildungsplätze bekommen - so dumm wie die sind. Die Moderatorin solidarisiert sich also mit jenen Vertretern der Wirtschaftselite in Parlament und einschlägigen Verbänden, die konstatieren, viele der heutigen Schulabgänger seien nicht ausbildungsfähig. Warum denn bitte nicht? Hat man das schon einmal irgendeine Moderatorin fragen hören? Es werden dann Filmausschnitte gezeigt, die uns das Elend vor Augen führen sollen: Bewerbungsgespräche, bei denen junge Leute es nicht glaubhaft zu machen verstehen, daß ihr Lebenswille davon abhängt, bei genau dieser Firma arbeiten zu dürfen, die manche Rechenaufgaben nicht lösen können, deren geographisches Wissen nicht besonders ausgeprägt ist. Doch was sagt all das wirklich aus? Als ob sich einst im Wirtschaftswunderland irgendjemand dafür interessiert hätte, daß die Arbeiter optisch ansprechend und mit einer gewissen Allgemeinbildung daherkommen.

Ein Verdacht: Man will den jungen Menschen einfach keine Plätze mehr zur Verfügung stellen und wirft dies eigene Versäumnis den jungen Menschen selbst vor, die ja immer noch die Plätze brauchen, um leben zu dürfen. Es ist nicht mehr nötig, Zeit und Geld in die Ausbildung junger Menschen zu investieren, weil man ihre Arbeitskraft ohnehin nicht mehr braucht – also erklärt man sie gleich für unzulänglich.

Das Phänomen des Bewerber-Castings im Stile populärer Unterhaltungsshows ist nicht einmalig und auch nicht neu. Schon vor 2 oder 3 Jahren tat sich eine große Elektromarkt-Kette damit hervor. Und soweit ich mich erinnere, sollten die Kandidaten da sogar vorsingen oder Sketche vortragen.

Ich glaube nicht an den Mythos Ausbildungsunfähigkeit.

Wir wissen, daß persönliche Lernerfolge viel mit dem jeweiligen Maß an Betreuung zu tun haben, die das Individuum erfährt. Es bedarf zuweilen vielleicht mehr Zeit und Geduld, aber wie kann man nahezu ganze Generationen als unfähig abstempeln? Auf welcher Grundlage?

Weil sich manche noch weigern, so zu strahlen und so souverän daherzuparlieren, als seien sie der Moderatorenschar eines Boulevardmagazins entsprungen? Die sind die Castingvorlage, zusammen mit den erfolgreich aus den Casting-Shows hervorgehenden Menschmaschinen und den Schauspielsimulanten der Soap Operas. Viele Menschen sehen schon so aus wie diese Gestalten, nun sollen sie sich auch noch so aufführen. Und dabei immer schön lächeln.

Nachdem das Frisör-Casting vorüber war, wurden manche der Kandidaten auf der Straße noch einmal befragt – zu ihren Eindrücken und persönlichen Zielen. Die Menschen, die uns da vorgeführt wurden, bekamen für einen Moment ihre Würde zurück. Das waren keine zu nichts fähigen, dümmlichen Gestalten. Es waren einfach nur junge Leute, in ihrer Offenheit und Schutzlosigkeit liebenswert, die Träume haben, die in einem gesellschaftlichen Umfeld erwachsen werden müssen, das ihnen skeptisch und nicht selten feindselig gegenübersteht.

Es macht mir keine Angst, dieser Generation einmal die Zukunft in die Hand legen zu müssen. An meiner eigenen Generation scheint diesbezüglich der Kelch ja ohnehin vorbeizugehen. Die Alten klammern sich solange daran fest, bis wir selbst schon zu alt sein werden, um noch irgend einen Einfluß nehmen zu können.

Aber die Jüngeren, die nun die Schulen verlassen und so oft vor den Toren einer geschlossenen Gesellschaft stehen, sind ein Grund zur Hoffnung. Sie werden sich vielleicht nicht so blind machen lassen wie viele Vertreter meiner eigenen Generation. Meine Generation hat unzählige Möchtegern-Medienfutzis hervorgebracht, die, wenn sie sich einmal äußern, so relevante Gesellschaftsdiagnosen vom Kaliber „Generation Golf“ oder „Generation Ally“ (-McBeal) hervorbringen. Die sich auf der Jagd nach dem großen Geld von einem unbezahlten Praktikum zum nächsten hangeln und die immer noch glauben, in einer Welt zu leben, in der es wichtig ist, in irgendeiner Form ganz weit vorn dabei zu sein. Dabei schießen wir uns meist auf den Bereich der Trendkulturen ein, auf der Jagd nach dem „next best thing“. Alle von uns potentielle Marketing-Leute, hüllen wir uns schon seit Jahren immer mal wieder in Schwarz-Rot-Gold, weil das immer ein bißchen Medienaufmerksamkeit bringt. Wir verkünden hier mal „Die neue Innerlichkeit“ und da mal „Die neue Härte“. Jeder von uns ein potentieller Trendscout, was viele mit Journalismus verwechseln. Wir machen „Polylux“. Vielleicht ist es gar nicht so verkehrt, wenn der Kelch der Macht an meiner Generation vorbeigeht. Unsere Politik wäre mehr noch als die der aktuell Herrschenden eine einzige Marketing-Kampagne. „Du bist Deutschland“ „Du bist echt okay“ „Ich, Ich, Ich“. Eine Generation, die in großen Teilen danach strebt, jeder für sich allein, selbst einmal zu den Herrenmenschen zu gehören.

Vielleicht werden diejenigen, die derzeit gezwungen sind, in Castings über ihr Glück entscheiden zu lassen, einmal andere Wege gehen. Es ist auch meine Generation, die ihnen entgegenplärt „Sing und tanze für uns!“ Weil wir es lieben, Animatoren zu sein und Erfolgs-Coaches. Aber diejenigen, die nun für uns Männchen machen sollen, sie werden es nicht lieben. Ihre Welt wird eine andere sein. Und das ist eine nicht unbedingt schlechte Perspektive.

© André Seifert, 2006

Dieser Text darf ohne Genehmigung des Autors von Privatpersonen für nicht kommerzielle Zwecke weiterverbreitet werden. Für eine geplante kommerzielle Veröffentlichung (Zeitschriften, Bücher, kostenpflichtige Online-Angebote etc.) ist die Kontaktaufnahme unter folgender Website und die ausdrückliche Genehmigung des Autors erforderlich:

[www.muse-magazin.de](http://www.muse-magazin.de)