

Justus-Liebig-Universität Gießen

Fachbereich 05 – Sprache, Literatur und Kultur

Sommersemester 2010

Factual Entertainment – Analyse anhand des Formats „Raus aus den Schulden“

im Hauptseminar: Sprache – Medien – Öffentlichkeit

Leitung: Dr. Martin Wachtel

Verfasser: Mareike Maier, Stefan Richtberg

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	2
2. Merkmale einer Doku-Soap.....	4
3. Fakten zu „Raus aus den Schulden“.....	5
3.1. Daten	5
3.2. Konzept.....	6
3.3. Akteure	6
4. Analysekriterien.....	7
5. Standardmäßiger Ablauf der Sendung.....	8
5.1. Verankerung in der vorhergehenden Sendung	8
5.2. Einstiegssequenz in die Sendung.....	9
5.3. Die Mittelphase	10
5.4. Ein Lösungsansatz.....	10
5.6. Zwischensequenzen	11
6. Beispielanalysen zentraler Stellen.....	11
6.1. Die Vorstellung von Peter Zwegat.....	11
6.2. Die Ankunft bei den Schuldnern.....	12
6.3. Die Insolvenz der GmbH	12
6.4. Ergebnis der Analyse auf der Flip-Chart	13
7. Rezeption der Sendung	14
8. Fazit	15
Quellen- und Literaturverzeichnis	16

1. Einleitung

Reality-TV, Doku-Drama, Doku-Soap, Real-Life-TV – die Trennung dieser neuen Hybridformate, die vornehmlich von Privatsendern ausgestrahlt werden, ist mitunter ein schwieriges Unterfangen. Diese relativ jungen Formate, die die Grenzen zwischen Reportage, Information und Unterhaltung immer weiter verwischen, erschweren die Bezeichnung und Analyse in den vorherrschenden Programmkategorien enorm. Da bei diesen Hybriden bisweilen dokumentarische Stilmittel angewandt werden und somit von den privaten Medienanstalten als Informationssendungen deklariert werden können, schönen sie lediglich das Programmangebot des jeweiligen Senders in der Informationssparte und behindern eine angemessene und realistische Programmanalyse. Dem zustimmend hat die Medienforscherin Annette Hill über die neuen Realityformate herausgefunden, dass sie an sich zeitgleich unterhaltend und informierend sein können, dass der Zuschauer diese Sendungen aber vornehmlich als Unterhaltung wahrnehmen wird.¹ Hills Studie ist zwar auf den angelsächsischen Raum ausgerichtet, doch lassen sich ihre Erkenntnisse gut auf den deutschen Fernsehmarkt übertragen, da viele Formate aus dem Angelsächsischen adaptiert wurden. Trotz des immer größeren Trends dieser Hybride und die Erkenntnis darüber, dass sie vornehmlich der Unterhaltung dienen, werden sie in Deutschland in der AGF-Sendungscodierung aber immer noch der Sparte Information/Infotainment zugewiesen.² Das diese Einteilung allerdings mehr als fraglich ist, steht außer Frage und wird später anhand einer exemplarischen Analyse einer deutschen Fernsehproduktion deutlich aufgezeigt.

Vor dem analytischen Teil folgt allerdings ein kurzer Abriss über die faktischen Hintergründe einer Doku-Soap und die benötigten Daten der Sendung, die einen Einblick geben soll, wie die Sendung bei dem deutschen Publikum ankommt. Nach dem Kapitel über die angewandten Kriterien der Analyse folgt schlussendlich diese, bei dem aufgezeigt wird, dass der Informationsgehalt dieser Sendung kaum vorhanden ist und emotionale Faktoren bei der Konstruktion mehr Aufmerksamkeit geschenkt wurde.

Bei der ausgewählten deutschen Fernsehproduktion handelt sich um die Serie „Raus aus den Schulden“, welche seit 2007 auf RTL ausgestrahlt wird, bei der einer verschuldeten Familie ein Schuldnerberater als Experte zur Seite gestellt wird, der der Familie einen Weg aus der Verschuldung aufzeigt und ihnen hilft diesen zu bestreiten. Bei dem Schuldnerberater handelt es sich um Peter Zwegat, ein Schuldnerberater mit staatlicher Lizenz aus Berlin, der immer anderen verschuldeten

¹ Hill, Annette: Reality TV. Audiences and popular factual television, Abingdon 2005, S. 178.

² Krüger, Udo Michael: Factual Entertainment – Fernsehunterhaltung im Wandel, Media Perspektiven 04/2010: <http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/MP_4-2010_Artikel_Krueger_KORR.pdf>

Familien – RTL legt bei der Ankündigung für ihre Sendung sehr viel Wert auf die Tatsache, dass die Familien aus allen Bereichen der Gesellschaft stammen – aus der Verschuldung helfen soll. Das Format wird von RTL unter Real-People-Doku geführt und läuft Mittwochs in der Prime Time um 21.15 Uhr.³

³ RTL Pressezentrum: <http://kommunikation.rtl.de/de/pub/season200910/i17005_1.cfm>, zuletzt aufgerufen 17.08.2010

2. Merkmale einer Doku-Soap

Wie oben schon angedeutet, werden die jungen Hybridformate der Doku-Soap oder des Doku-Dramas oft als Reportage ausgewiesen, um das Programmangebot in der Informationssparte zu erweitern. Das Problem an dieser Kategorisierung ist aber, dass Reportage und Doku-Soap zwei völlig verschiedene mediale Arten darstellen. Um diese senderinterne Vermischung dieser Formen nicht Folge zu leisten, werden im Folgenden die Kriterien für eine Doku-Soap in Abgrenzung zum journalistischen Format der Reportage aufgezeigt. Angefangen bei den Punkten, bei denen sich beide Formate fundamental unterscheiden um dann zu den Faktoren überzugehen, bei denen sich die beiden Arten ähneln. Die Form des Doku-Dramas wird der Übersicht halber weggelassen, da die später zu untersuchende Sendung diesen Kriterien nicht entspricht.

Allein beim ersten Punkt unterscheiden sich Reportage und Doku-Soap grundlegend. Eine Doku-Soap ist eine Auftragsproduktion, die in Staffeln oder Reihen seriell produziert wird mit einem Thema, welches vom Medium bzw. des Senders selbst geschaffen wird. Das bedeutet, dass die private Medienanstalt den Inhalt der Sendung selbst bestimmt, ausgerichtet auf die Zuschauer, deren Akzeptanz und den Prinzipien des Senders. Damit hat vorher kein öffentliches Ereignis stattgefunden, wie bei der klassischen Reportage, über das ein ausgebildeter Journalist berichtet und es in einen speziellen Sachverhalt einordnet um es der Öffentlichkeit zu erläutern. Die Ereignisse über die mittels einer Reportage berichtet wird, sind grundsätzlich relevant für die Gesellschaft und die jeweiligen Konsequenzen des Ereignisses lösen weitreichende Betroffenheit aus. Bei der Doku-Soap findet wie schon erläutert kein Ereignis statt, aber auf die Themenwahl umgemünzt, sind die Themen im Bereich des Alltagslebens anzusiedeln und damit nicht zwangsläufig gesellschaftlich relevant. Bei dem Format „Raus aus den Schulden“ von RTL, welches in dieser Ausarbeitung untersucht wird, wird das Thema Verschuldung und die Lösung des Geldproblems des jeweiligen Schuldners behandelt. Da in Deutschland nach einer Statistik der SCHUFA zu Folge 2008 6,9 Prozent der deutschen Haushalte verschuldet waren⁴, hat hier das geschaffene Thema bisweilen schon eine gesellschaftliche Relevanz, doch weitreichende Konsequenzen auf die deutsche Bevölkerung können von der Sendung nicht erwartet werden. Das nächste Kriterium der Doku-Soap weicht massiv von dem einer klassischen Reportage ab – die Gestaltungsweise. Emotionalität, ein Kriterium des Affektfernsehens, welches später noch näher erläutert wird, ist der zentrale Punkt der Doku-Soap-Inszenierung. Kameraeinstellungen, Schnitte, Überblendungen etc. zielen auf die emotionale Darstellung der betroffenen Akteure und Protagonis-

⁴ SCHUFA Kredit-Kompass 2010. Empirische Indikatoren der privaten Kreditaufnahme in Deutschland: < http://www.schufa-kredit-kompass.de/media/download/downloadgesamt2010/schufakreditkompass_2010.pdf>, S. 81.

ten ab. Ganz im Gegensatz dazu steht die klassische Reportage. Da bei der journalistischen Form die Information im Vordergrund stehen soll, ist die Vermittlung kognitiver Informationen der einzige Grundsatz bei der Gestaltung, expressiv-emotionale Elemente werden so gut es geht vermieden, um den informellen und authentischen Stil nicht zu verletzen. Unterstützend dazu werden in der klassischen Reportage Nachinszenierungen als solche kenntlich gemacht. Da die neuen Doku-Soap-Hybride ohnehin alles Inszenierungen sind, fällt dieser Unterschied weg und kann getrost vernachlässigt werden. Der Vollständigkeit halber sei hier auch noch aufgeführt, dass Ort und Zeit zwei verschiedene Rollen spielen bei der klassischen Reportage und bei der Doku-Soap. Wie oben schon angeführt, ist für die Reportage das Ereignis der Anlass der Reportage und damit auch von dem Ort und der Zeit des Ereignisses abhängig – die lokalen und temporären Gegebenheiten bei der Doku-Soap hingegen werden, wie schon das Thema auch, vom Produzenten bzw. vom Sender bestimmt.

Bei den nächsten zwei Punkten nähern sich beide Arten einander ein wenig an, auch wenn die Anzahl der Unterschiede diese geringen Gemeinsamkeiten übersteigen. Um die Kriterien einer Doku-Soap aber zu vervollständigen, sollen sie hier aufgeführt werden. Der erste Annäherungsversuch der beiden Arten zielt auf die Besetzung der Personen ab. Bei der klassischen Reportage treten „nichtjournalistische Akteure [...] in Rollen auf, die sich ohne Eingriff des Mediums aus dem Ereignis, Thema, Sachverhalt ableiten.“⁵ Bei der Doku-Soap sind es ebenfalls nichtjournalistische Akteure, deren Rollen sich zwar nicht aus dem Ereignis heraus ableiten, aber dem Thema verpflichtet sind. Was bei den Akteuren der Doku-Soap noch hinzukommt ist, dass die Akteure zwar real existierende Personen sind, wie bei der Reportage auch, nur dass sie für die jeweilige Sendung extern gecastet werden. Wie anfangs schon erwähnt, imitieren die Formate der Doku-Soap die dokumentarischen Stilmittel der klassischen Reportage, die ihnen vordergründig den Charakter der Informationsvermittlung einbringen können. Dazu zählt vor allen Dingen, dass die dargestellten Alltagspersonen in ihrem ‚natürlichen‘ Umfeld und ihrem Sozialmilieu entsprechend agieren und sprechen. Aber auch die bewegte Kamera und das Vorbeisprechen an dieser zählen zu der Imitation der Stilmittel.

3. Fakten zu „Raus aus den Schulden“

3.1. Daten

Bei dem Format „Raus aus den Schulden“, welches seit der Erstaussstrahlung am 10. Januar 2007⁶ auf RTL zu sehen ist, handelt es sich um eine Doku-Soap, die konstant ihren Sendeplatz am Mittwoch-Abend um 21.15 Uhr zur Prime Time halten konnte. Produziert wurde „Raus aus den

⁵ Krüger: Factual Entertainment, Media Perspektiven 04/2010:

<http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/MP_4-2010_Artikel_Krueger_KORR.pdf>

⁶ Hierbei handelt es sich um den Piloten der Sendung.

Schulden“ von 2007 bis 2009 von der Produktionsfirma Probondo, mit einigen Auswärtsproduktionen bei der frameByframe Cologne GmbH. Seit 2010 wird die „Coaching-Show“ ausschließlich von der frameByframe Cologne GmbH produziert und geht mittlerweile in die 8. Staffel.⁷ In der Zielgruppe der Sendung, d.h. bei denjenigen Zuschauern im Alter von 14 bis 49 Jahren hat der Marktanteil seit Beginn der Sendung mit einigen Schwankungen bei ca. 22 Prozent gelegen.⁸

3.2. Konzept

Im Kapitel 5 wird später noch deutlicher hervorgehoben, wie das Konzept der Sendung standardisiert funktioniert, aber im Großen und Ganzen geht es in der Sendung um den Schuldnerberater Peter Zwegat, der verschuldeten Familien oder Unternehmen aus der Schuldenfalle hilft. Dabei bedient er sich keinesfalls unverständlichen Mitteln, sondern beschafft sich den Überblick den die Schuldner entweder nie hatten oder bei der Masse der Schulden bereits verloren haben. Sobald er die Übersicht der Finanzen besitzt, zeigt er den Schuldner die Zahlen buchstäblich schwarz auf weiß auf dem Flip Chart mit einer einfachen Gegenüberstellung von Einnahmen und Ausgaben. Der Rest ist Mathematik. Das einzige was dann wirklich von dem Expertenstatus von Peter Zwegat überzeugt ist das Fachwissen, wie man die Schulden abbauen und kompetent mit den Gläubigern verhandeln kann um die meist enormen Schuldenberge zu stämmen.

3.3. Akteure

Wie oben schon erläutert handelt es sich bei den Akteuren einer Doku-Soap um Experten und gecastete Alltagspersonen. So auch in unserem zu untersuchenden Fall von „Raus aus den Schulden“. Die Protagonisten-Rolle übernimmt wie in jeder Folge der Schuldnerberater Peter Zwegat als Sachexperte und bei den Betroffenen-Rollen handelt es sich um reale private Personen, die sich direkt bei RTL für die Sendung bewerben können, und in einem zweiten Schritt durch ein Casting ausgesucht werden. In unserem Fall ist es die Familie Kapahnke aus Moers, die durch innerfamiliäre Angelegenheiten sowohl privat als auch gewerblich verschuldet ist. Allein von der Definition her sind jetzt alle Akteure, die für diese Sendungsform von Bedeutung sind, abgedeckt. Die Realität sieht aber meist anders aus. So treten häufiger neben Peter Zwegat noch andere Sachexperten auf, wie beispielsweise Immobilienmakler, Insolvenzverwalter, Bankangestellte etc. Einige Experten sind demnach auch mitunter in die Kategorie Gläubiger hinzuzufügen, die zwar nicht in jeder Folge zu sehen sind, die aber der Vollständigkeit halber mit aufgeführt werden.

⁷ RTL Kommunikation: <http://kommunikation.rtl.de/de/pub/season200910/i17005_1.cfm>

⁸ Produktionsfirma Probono:

<<http://www.probono.tv/sendungen/sendung.php?sendung=39&subnav=aktuelle>>

4. Analysekriterien

Bevor es im nächsten Schritt um die exemplarische Analyse einer Folge von „Raus aus den Schulden“ gehen kann, muss vorher noch geklärt werden, mit welchen Kriterien diese zu bewerten sein soll. Am besten eignen sich hierfür die Kriterien des Affektfernsehens, die 1997 von Gary Bente und Bettina Fromm aufgestellt worden sind, da es sich bei der Doku-Soap „Raus aus den Schulden“ um eine Sendung handelt, „in denen einzelne Menschen bzw. Einzelschicksale im Mittelpunkt stehen“.⁹ Diese Teildefinition hat die Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen aus gutem Grund so allgemein gehalten, da das neue Genre des Affektfernsehens, wie oben schon angedeutet, bei weitem keine scharfen Abgrenzungen zu anderen Genres besitzt und teilweise auch traditionelle Elemente übernimmt.

Bente und Fromm haben zur besseren Abgrenzung vier Charakteristika aufgestellt, die die meisten Affektfernsehformate gemeinsam haben: Personalisierung, Authentizität, Intimisierung und Emotionalisierung.¹⁰ Da sich diese allerdings größtenteils auf die 1997 noch vorherrschenden Talk-Show-Formate beziehen, werden sie im Folgenden auf die 10 Jahre später erschienene Sendung „Raus aus den Schulden“ angepasst.

Das erste Element der Personalisierung lässt sich fast ohne Änderung übernehmen. Nach Bente und Fromm bedeutet es, dass die Darstellung auf die Einzelperson und deren Schicksal konzentriert wird und Allgemeines hinter dieses jeweilige Individuum zurücktritt. Diesem Punkt kann man auch getrost auf „Raus aus den Schulden“ übertragen. Der zweite Teil des Personalisierungs-Elementes hingegen, das die Person des Moderators eine Atmosphäre des Vertrauten und Verlässlichen schafft, muss abgewandelt werden, da es in der Sendung von RTL keinen klassischen Moderator gibt. Die Funktion des Moderators vertraut und verlässlich zu wirken, übernimmt hier aber Peter Zwegat, da er als Sachexperte in jeder Folge auftritt und durch seine immer gleiche Vorstellung, auf die später noch genauer eingegangen wird, vertraut wirkt.

Bereits bei dem Authentizitäts-Charakteristikum benötigt es für unseren Fall eine größere Angleichung des ursprünglichen Gedankens an die „Coaching-Show“ von RTL. Bei Bente und Fromm bedeutet die Authentizität lediglich, dass „die ‚wahren‘ Geschichten von unprominenten Personen [...] je nach Sendekonzept entweder erzählt oder zum Zwecke der medialen Verbreitung vor der Kamera inszeniert [werden]“¹¹ und der Live-Charakter dazu beiträgt authentisch zu wirken. Der erste Teil der

⁹ Bente, Gary; Fromm, Bettina: Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen, Opladen 1997, S. 19.

¹⁰ ebd., S. 20.

¹¹ vgl. ebd.

Authentizitätsdefinition lässt sich noch relativ gut auf „Raus aus den Schulden“ übertragen, schließlich handelt es sich bei der Sendung um eine Mischung aus beiden Formen. Sowohl wird die Geschichte, hier die jeweilige Schuldengeschichte, von einer unprominenten Person erzählt, nämlich vom Schuldner, und gleichzeitig werden sämtliche Begegnungen mit Peter Zwega inszeniert. Der authentisch wirkende Live-Charakter ist bei dieser Doku-Soap allerdings überhaupt nicht zu finden, soll aber durch den real existierenden Schuldnerberater mit staatlicher Lizenz wett gemacht werden.

Die beiden folgenden Kriterien sind gleichzeitig auch die zwei letzten Merkmale des Affektfernsehens und können eins zu eins übernommen werden, da sie sowohl auf Talk-Shows, Doku-Soaps und sämtliche Formate des Factual Entertainment passen. Zuerst zur Intimisierung: Dabei handelt es sich lediglich um die Verlegung an sich privater Belange und Angelegenheiten ins Öffentliche. Die private Alltagsperson mit seinen Problemen, in unserem Fall die Ver- bzw. Überschuldung, tritt als Ganzes in die Öffentlichkeit. Vormalige Tabu-Themen bzw. rein private Themen werden durch die Sendung dem Fernsehzuschauer gezeigt und verlassen somit den privaten Bereich. Wie bei den Merkmalen der Doku-Soap schon erläutert, zielt auch hier das Merkmal der Emotionalisierung größtenteils auf die Gestaltungsweise der jeweiligen Sendung ab und hat trotz dokumentarischen Stilmitteln nichts mit einer Reportage gemeinsam, da die Sachaspekte hinter die persönlichen und emotionalen Befinden der Alltagspersonen gestellt werden. Wie in den Folgenden Kapiteln anhand von Beispielszenen verdeutlicht wird, unterstützt vor allem die jeweilige Kameraeinstellung den emotionalen Charakter der Formate des Affektfernsehens.

5. Standardmäßiger Ablauf der Sendung

5.1. Verankerung in der vorhergehenden Sendung

Der Ablauf der Sendung Raus aus den Schulden ist von einer festen Struktur geprägt, die sich völlig unabhängig vom jeweiligen Fall in der einzelnen Folge finden lässt. Einzige Ausnahmen hierzu sind die jeweiligen Pilotsendungen zu Beginn der einzelnen Staffeln. In diesen Sendungen werden allerdings auch keine konkreten Fälle behandelt, sondern es werden allgemeine Finanztipps und Informationen zu diversen Hilfsangeboten für Schuldner gegeben. Hierbei tritt Peter Zwega zumeist auch nicht alleine auf, sondern bekommt noch einen zweiten Experten oder einen fragenden Gesprächspartner zur Seite gestellt.

Der ritualisierte Ablauf der normalen Serienfolge von Raus aus den Schulden beginnt schon am Ende des letzten Werbeblocks der Sendung, die vor Raus aus den Schulden ausgestrahlt wird. Hier wird ein kurzer, etwa 80 Sekunden dauernder Abriss über die heute kommende Folge geliefert. In dieser Kurz-

zusammenfassung erhält der Zuschauer schon viele zentrale Informationen über den konkreten Fall. So wird der ungefähre Schuldenstand genannt, die betroffenen Personen werden vorgestellt, Peter Zwegats Handlungen werden skizziert und der Flip-Chart ist kurz zu sehen. Darüber hinaus kommen auch alle betroffenen Personen kurz zu Wort. Nur das Ende des Falles bzw. die Lösungswege, die der Schuldnerberater am Ende aufzeigt, werden dem Zuschauer noch nicht gezeigt. Dieser Kurzüberblick hat die Funktion beim Zuschauer der vorangehenden Sendung Interesse zu wecken und ihn dazu zu bewegen nicht umzuschalten, sondern sich auch die nachfolgende Sendung auf RTL anzusehen. Dabei wird besonders mit den Techniken der Personalisierung und der Emotionalisierung gearbeitet. Beispiele hierfür sind die konkrete Nennung der Familiennamen und Wohnorte sowie die Auswahl von Szenen, die besonders betroffen machen, im Falle unserer Folge die verzweifelte, weinende Frau und Mutter.

5.2. Einstiegssequenz in die Sendung

Zu Beginn der eigentlichen Folge werden dann die betroffenen Akteure von einem Kommentator nochmals detaillierter vorgestellt und dem Zuschauer wird die Entstehungsgeschichte des Schuldenbergs von den Beteiligten geschildert. Auch hierbei hakt der Kommentator immer wieder ein und fasst Sachverhalte zusammen. Weiter werden in dieser Phase der Folge auch die Auswirkungen geschildert, die die Schuldensumme auf das Leben, insbesondere das Familienleben, der Betroffenen hat. Dies hat eine starke Intimisierung verknüpft mit einer Emotionalisierung zur Folge. Dieser Sendungsabschnitt dauert ca. 5-7 Minuten. Anschließend erfolgt in nur 20 Sekunden die Vorstellung von Peter Zwegat. Die hierbei verwendeten Aufnahmen sind immer dieselben und auch die Beschreibungen des Kommentators verändern sich nicht. Hierauf wird ausführlich die Ankunft des Schuldnerberaters bei der Familie bzw. den Betroffenen gezeigt. Der Zuschauer erhält dabei einen ersten Überblick über die Lebensumstände der Schuldner und sieht weiterhin in jeder Folge, wie Peter Zwegat die Klingel betätigt. Dabei ist auch immer das Namensschild der betroffenen zu lesen, was Authentizität vermitteln soll. Insgesamt dauert diese Szene ca. 30 Sekunden und ist gefolgt von einem Schnitt. Nach diesem Schnitt sieht der Zuschauer zuerst Peter Zwegat, der fragt, was er tun kann, und anschließend die Betroffenen, die ihren Erwartungen und Hoffnungen Ausdruck verleihen. In diesem Rahmen schildern die Betroffenen dem Schuldnerberater auch nochmals die gesamte Schuldengeschichte und machen dabei die Verknüpfungen und Zusammenhänge mit ihrer aktuellen Lebenssituation deutlich. Diese Phase dauert ca. 4-6 Minuten und ist gefolgt von der Ankündigung einer Werbepause, einem weiteren kurzen Ausblick und dann dem tatsächlichen Werbeblock. Nach diesem erkundet der Schuldnerberater die Wohnung und die Arbeitsstätte der Schuldner und verschafft sich selbst und dem Zuschauer einen genaueren Überblick. Anschließend lässt sich Peter Zwegat die gesamten Finanzunterlagen aushändigen und verabschiedet sich fürs Erste wieder in sein

Büro nach Berlin. Von dort aus wird dann auch meist das weitere Vorgehen geplant. Dazu erklärt Zwegat den Zuschauern nochmals die Situation und verkündet dann seine Absichten und Pläne.

5.3. Die Mittelphase

Daraufhin kehrt er wieder zu den Schuldnern zurück und führt diesen den aktuellen Stand schriftlich vor Augen. Dies geschieht immer mit Hilfe der Flip-Chart, auf der zum einen alle monatlichen Einnahmen und Ausgaben aufgeführt werden zum anderen aber auch alle aktuellen Schulden notiert werden. Somit wird dem Zuschauer eine genaue Schuldenzahl präsentiert und ihm gleichzeitig ein genauer Einblick in alle privaten Ein- und Ausgaben der Schuldnerfamilie gewährt. Dies führt zu einer starken Intimisierung der Situation. In jeder Sendung nimmt diese Präsentation der Finanzverhältnisse auf dem Flip-Chart 4-5 Minuten Sendezeit ein. Weiter befindet sich diese Szene immer in der Mitte der Sendung, man kann somit durchaus sagen, dass diese stark ritualisierte Szene wie das zentrale Herzstück der Sendung ist.

Hierauf wird die Sendung etwas offener. Je nach Lagerung des Falles werden weitere Experten, in diesem Fall Immobilienmakler, zu Hilfe gerufen, Gespräche mit Finanz-, Arbeits- oder Sozialamt geführt oder Verbindungen mit Banken geknüpft um über die Höhe der monatlichen Kreditraten zu verhandeln. Insgesamt kann man sagen, dass hier ganz konkret an der Lösung der Probleme gearbeitet wird. Dabei spielt Peter Zwegat die Hauptrolle, da er alle Verhandlungen führt bzw. leitet und auch dem Zuschauer anschließend immer direkt eine Bewertung der Ergebnisse aus seiner Sicht liefert. In Bezug auf die Sendezeit nimmt diese Phase in der Regel den größten Raum ein. Die Länge variiert dabei zwischen 10 und 15 Minuten.

5.4. Ein Lösungsansatz

Die Phase der aktiven Problemlösung mündet fließend in den Abschnitt der Sendung, in dem ein möglicher Ausweg aus der Schuldenfalle für die betroffenen Personen und auch für den Zuschauer deutlich wird. Ob dieser nun in einem neuen Job, in einer Insolvenz oder eine Hausverkauf liegt, hängt vom konkreten Fall ab, doch lässt sich generell sagen, dass der Schuldnerberater den Beteiligten immer einen Weg aufzeigen kann, den man gehen könnte um die Schulden abzubauen. Natürlich müssen die Schuldner dabei auch einiges leisten und auf bestimmte Dinge zukünftig verzichten. Dies wird in der Sendung an dieser Stelle auch immer sehr deutlich gemacht und führt in einigen Folgen auch zu Konflikten zwischen Schuldnerberater und Schuldner. Am Ende jedoch schafft es Peter Zwegat fast immer Einsicht bei den Schuldnern zu wecken und diese so auf den richtigen Weg zu lenken. Dies wird dadurch besonders hervorgehoben, dass nun nochmal graphische Einblendungen erfolgen, in denen der Schuldenstand zu Beginn und der jetzige Schuldenstand miteinander verglichen werden bzw. die Einnahmen-Ausgaben Situation von zu Beginn mit der nun herrschenden gegenübergestellt wird. Am Ende jeder Folge wird die Verabschiedung von Peter Zwegat und den

Schuldnern gezeigt. Dabei wünscht der Schuldnerberater den Betroffenen für die Zukunft alles Gute während sich die Schuldner bei Peter Zwegat herzlich bedanken. Der Kommentator merkt hierbei immer an, dass sich der Schuldnerberater nun neuen Fällen widmet und macht dem Zuschauer somit deutlich, dass es weitere Folgen der Serie geben wird.

5.6. Zwischensequenzen

In allen Folgen finden sich immer wieder kurze Zwischensequenzen in denen der Schuldnerberater bestimmte rechtliche oder finanztechnische Sachverhalte des jeweiligen Falles allgemein erklärt. Hierbei sollen die Zuschauer etwas vom Experten für ihren eigenen Umgang mit Geld oder Schulden lernen. Ebenso finden sich immer wieder kurze Abschnitte in denen der Kommentator die konkrete Situation der Betroffenen erklärt oder einen Zusammenhang zwischen den einzelnen Wortbeiträgen der Betroffenen herstellt. Der Kommentator ist für den Zuschauer eine neutrale, verlässliche, übergeordnete Instanz, die ihm hilft den roten Faden der Folge zu erkennen.

6. Beispielanalysen zentraler Stellen

Im Folgenden werden einige ausgewählte Stellen aus der ersten Episode der vierten Staffel analysiert, die als Beispielhaft für die gesamte Serie gelten kann. Dabei geht es um den Fall der Familie Kapahnke aus Moers, die durch einen Lampenladen Schulden in Höhe von ca. 500.000 Euro angesammelt hat. Die angegebenen Zeiten beziehen sich dabei immer auf die reine Nettospielzeit.

6.1. Die Vorstellung von Peter Zwegat

Die Vorstellung des Schuldnerberaters, beginnend nach 7:27 Minuten, dauert in Gänze nur 20 Sekunden. Allerdings reicht diese kurze Zeitspanne aus um dem Zuschauer deutlich zu machen, welche Eigenschaften mit der Person Peter Zwegat verknüpft werden sollen. So ist die Vorstellungssequenz auf dem Vorplatz des Deutschen Bundestages in Berlin gedreht und zeigt zu Beginn den Eingang mit dem Schriftzug „Dem Deutschen Volke“ bevor die Kamera überhaupt auf den Schuldnerberater geschwenkt wird. Dies erzeugt das Gefühl von Authentizität, da der Drehort nicht in einem Studio liegt, sondern an einem Ort, den jeder sofort erkennt und mit dem auch Macht, Einfluss und Entscheidungsgewalt verbunden werden. Gefolgt wird diese erste Einstellung von einer kurzen Großeinstellung, die durch einen Schnitt beendet wird und in eine komplette Profilansicht des Schuldnerberaters wechselt. Allerdings steht Zwegat dabei nicht auf der Stelle, sondern ist immer in Bewegung, was eine hohe Dynamik in der gesamten Sequenz bewirkt. Diese Dynamik wird anschließend durch eine annähernd 360° Kamerabewegung aufrechterhalten. Dabei wird Peter Zwegat aus der Froschperspektive gezeigt, während dieser die Hände hinter dem Rücken verschränkt hält bzw. mit der

Hand an seinem Kinn in nachdenklicher Haltung erstarrt ist. Anschließend wechselt die Einstellung wieder in die Profilansicht des sich bewegenden Schuldnerberaters bis dann zum Abschluss der Vorstellungssequenz nochmals ein Zoom auf eine Großeinstellung und eine kleine Serie von Detail Einstellungen folgt. Dies dient vor allen Dingen der Personalisierung und Fokussierung auf den Schuldnerberater. Der dazu vorgetragene Text des Kommentators hebt die lange Erfahrung und die staatliche Anerkennung Zwegats hervor und betont, dass dieser nicht für seinen eigenen Gewinn arbeitet. Der Text vermittelt hier also Authentizität und unterstützt die Personalisierung in Hinblick auf Peter Zwegat.

6.2. Die Ankunft bei den Schuldnern

Die Ankunft von Peter Zwegat bei den Schuldnern folgt direkt anschließend ab 7:47 Minuten und wird immer gezeigt, obwohl inhaltlich dabei eigentlich nichts passiert. Man sieht den Schuldnerberater mit seiner Aktentasche die Straße entlanggehen, hin zur Haustür der Schuldnerfamilie. Dabei wird immer eine Totale verwendet, die neben Peter Zwegat auch viel von der Umgebung zeigt. Dies hebt wieder hervor, dass es sich nicht um ein Fernsehstudio, sondern um einen normalen Ort in der bürgerlichen Welt handelt. Die damit verbundene Authentizität wird verknüpft mit einer Personalisierung, da beim Klingeln an der Haustür das Klingelschild in Großaufnahme gezeigt wird und so für die Zuschauer das Namensschild zu lesen ist. Weiter wird der Realitätsanspruch der Sendung dadurch zum Ausdruck gebracht, dass die Begegnung an der Haustüre so dargestellt wird, als ob die Personen sich nicht kennen würden und wie bei einem Termin zusammentreffen würden. Sie stellen sich gegenseitig vor und Peter Zwegat fragt, was er für sie tun kann.

Das gesamte Bild des Ankommens und des Eintretens in das Haus dient auch zur Intimisierung des Ganzen. Der Zuschauer wird von draußen nach drinnen geführt und bekommt im weiteren Verlauf der Sendung einen Blick hinter die Kulissen.

6.3. Die Insolvenz der GmbH

Zu Beginn dieser Szene, die nach 18:21 Minuten beginnt, sieht man den Schuldnerberater in seinem Büro am Arbeiten. Dabei schildert der Kommentator die Lage, während Zwegat immerzu beschäftigt ist, mal in den Akten blättert und mal Notizen macht. Die Kamera springt dabei ständig von einer Großaufnahme zur nächsten, hat aber immer einen Teil des Schuldnerberaters mit im Bild und sei es nur eine Detailaufnahme seiner Hand, die gerade einen Kugelschreiber festhält. Dies soll zeigen, dass der Schuldnerberater diese Arbeiten wirklich selbst macht und personalisiert weiter stark auf Zwegat selbst, da man ganz automatisch damit einen Überblick über sein Büro und seine Arbeit erhält.

Es folgt eine Phase in der der Schuldnerberater selbst eine fachliche Erklärung für die aktuelle Situation der Familie abgibt. Dies zeugt von Kompetenz und Fachwissen, was durch die Darstellung mittels einer Nahaufnahme noch unterstützt wird. Besonders ist hier anzumerken, dass solche Hinweisphasen des Schuldnerberaters die einzigen Abschnitte in der Serie sind, in der sowohl die Kamera als auch die aufgenommene Person über längere Zeit unbewegt bleibt. An allen anderen Stellen wird zumindest durch Schnitte sowie durch Überblendungen eine gewisse Dynamik aufrecht erhalten. Insgesamt wird hierdurch glaubhaft dargestellt, dass Peter Zwegat tatsächlich ein seriöser Schuldnerberater ist und fachlich versiert ist. Am Ende dieser Sequenz verwendet Zwegat gleich eine ganze Reihe von alten Volksweisheiten bzw. Aussprüchen und bietet sich somit dem Publikum als Identifikationsfigur an.

Bei der darauffolgenden Besprechung der Lage mit dem Schuldner wird wieder Dynamik erzeugt und zwar dadurch, dass die Personen immer bei Handlungen gezeigt werden - beim Abnehmen des Telefonhörers, beim Umdrehen des Ladenschildes, beim Herunterlassen des Gitters. Die Dramatik dieses Momentes und die damit verbundene hohe Emotionalität werden durch die dargestellten symbolischen Handlungen wie Umdrehen des Ladenschildes von offen zu geschlossen besonders betont. Zusätzlich wird dies durch die Wahl einer sehr bekannten, traurigen und dramatischen Musik unterstützt, die sonst an nur wenigen Stellen der Sendung eine Rolle spielt.

6.4. Ergebnis der Analyse auf der Flip-Chart

Nach 24:28 Minuten Nettospielzeit stehen in der ausgewählten Folge alle Schulden der Familie Kapahnke auf dem Flip-Chart und Peter Zwegat notiert die Gesamtschuldensumme mit dem roten Filzstift. Dies ist ein Moment in dem der Zuschauer sehr stark in die Intimsphäre der Betroffenen eindringt. Dramatisiert wird das ganze weiterhin dadurch, dass der Schuldnerberater die Summe den Schuldnern vorliest und gleichzeitig die Kamera die auf dem Flip-Chart notierte Zahl in Großaufnahme zeigt. Anschließend erfolgt ein Schnitt auf die beiden Schuldner und die Gesamtschuldensumme wird per Graphikanimation direkt vor sie eingeblendet. Die Schuldner werden somit quasi mit ihrem eigenen Schuldenstand gebrandmarkt. Dies ist eindeutig ein Element der Personalisierung. Die direkt folgenden Reaktionen der sichtlich geschockten Schuldner zeigen eine Phase, indem die Emotionen eine große Rolle spielen. Gerade der weiblichen Betroffenen sieht man deutlich an, dass sie fassungslos ist und am liebsten anfangen würde zu weinen. Damit bildet diese Szene nicht nur ein inhaltliches Herzstück der Sendung, sondern vereint auch viele der grundlegenden Eigenschaften, die das performative Realitätsfernsehen auszeichnen.

7. Rezeption der Sendung

Zweifelsohne hat der Erfolg von der Coaching-Sendung „Raus aus den Schulden“ auch Peter Zwegat als Schuldnerberater bekannt und damit für die Öffentlichkeit und andere Medien interessant gemacht. Dies hat zur Folge, dass inzwischen auch mehrere Zeitungsinterviews mit ihm u.a. in der SZ¹² und der TAZ¹³ erschienen sind in denen er berichtet, wie er zu seinem Beruf gekommen ist, was er mit dem Geld, welches er bei RTL verdient, macht und was er für die Hauptgründe hält, dass so viele Menschen in die Schuldenfalle geraten. Weiter war er auch bereits als Gast in einigen Talkshows.

Auch in der Internetgemeinde hat der Schuldnerberater Einzug gefunden. So existiert auf www.peter-zwegat-schuldnerberater.de ein Fanblog über den Mann aus Berlin, auf dem auch der offizielle Twitter-Account¹⁴ von Peter Zwegat verlinkt ist. In vielen sozialen Netzwerken wie Facebook sind zudem im Rahmen der Finanzkrise und der drohenden Staatspleite von Griechenland Gruppen mit Namen wie „Wir schicken Peter Zwegat nach Griechenland“ entstanden.

Aber auch in der Satire findet man den Schuldnerberater wieder. So veröffentlichte Spiegel Spam am 3.4.2009 unter dem Titel „NPD: Rein in die Schulden“: Peter Zwegat überfordert?“¹⁵ eine Fotostrecke zur Finanznot der NPD. In der Satire-Sendung „Switch Reloaded“ auf Pro7 findet sich „Raus aus den Schulden“ ebenfalls wieder. Dort wird regelmäßig eine Parodie der Sendung von RTL gezeigt, welche viele Eigenschaften der ursprünglichen Sendung, auch einige der im Rahmen des Seminars betrachteten Eigenschaften des Factual-Entertainments, überspitzt darstellt und diese so dem Zuschauer besonders deutlich macht.

¹² Süddeutsche: <<http://www.sueddeutsche.de/geld/reden-wir-ueber-geld-peter-zwegat-ich-habe-mich-fuer-eine-fototapete-verschuldet-1.701512>>

¹³ die Tageszeitung: <<http://www.taz.de/1/leben/koepfe/artikel/1/ich-der-letzte-rest-des-sozialstaates/?src=sZ&cHash=3ff67e2bcb>>

¹⁴ Twitter: <<http://twitter.com/peterzwegatrtl>>

¹⁵ Der Spiegel: <<http://www.spiegel.de/fotostrecke/fotostrecke-41223-9.html>>

8. Fazit

Abschließend bleibt festzuhalten, dass „Raus aus den Schulden“ jenseits aller Schwierigkeiten bei der Zuordnung zu einem bestimmten Fernsehformat eine erfolgreiche Sendung ist, die allem Anschein nach die Bedürfnisse vieler Zuschauer vor dem Fernseher erfüllt. Ob dafür hauptsächlich die Wahl des Themas – Schulden besitzen in der heutigen Zeit bei vielen Menschen einen festen Platz in ihrer Lebenswelt – die performativen Elemente Personalisierung, Authentizität, Intimisierung und Emotionalisierung oder andere Effekte wie zum Beispiel der sympathische Schuldnerberater verantwortlich ist, lässt sich an dieser Stelle nicht klären. Dazu wären weitere umfangreichere Untersuchungen zu speziell dieser Sendung notwendig. Auf jeden Fall ist aber festzuhalten, dass RTL mit „Raus aus den Schulden“ ein Quotenhit gelungen ist, der auch immer wieder in anderen Medien auftaucht, wenn es um das Thema Schulden geht. Und die guten Einschaltquoten machen Diskussionen über Darstellungsformen, Intimitätsverletzungen und Formatzuordnungen bei der Sendung zumindest aus Sicht des Senders weitgehend überflüssig.

Quellen- und Literaturverzeichnis

Literatur:

- Bente, Gary; Fromm, Bettina: Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen, Opladen 1997.
- Hill, Annette: Reality TV. Audiences and popular factual television, Abingdon 2005.
- Krüger, Udo Michael: Factual Entertainment – Fernsehunterhaltung im Wandel, Media Perspektiven 04/2010:
<http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/MP_4-2010_Artikel_Krueger_KORR.pdf>

Internet:

- RTL Pressezentrum:
<http://kommunikation.rtl.de/de/pub/season200910/i17005_1.cfm>
- SCHUFA Kredit-Kompass 2010. Empirische Indikatoren der privaten Kreditaufnahme in Deutschland:
< http://www.schufa-kredit-kompass.de/media/download/downloadsgesamt2010/schufakreditkompass_2010.pdf>
- RTL Kommunikation:
<http://kommunikation.rtl.de/de/pub/season200910/i17005_1.cfm>
- Produktionsfirma Probono:
<<http://www.probono.tv/sendungen/sendung.php?sendung=39&subnav=aktuelle>>
- Süddeutsche:
<<http://www.sueddeutsche.de/geld/reden-wir-ueber-geld-peter-zwegat-ich-habe-mich-fuer-eine-fototapete-verschuldet-1.701512>>
- die Tageszeitung:
<<http://www.taz.de/1/leben/koepfe/artikel/1/ich-der-letzte-rest-des-sozialstaates/?src=sz&cHash=3ff67e2bcb>>
- Twitter:
<<http://twitter.com/peterzwegatrtl>>
- Der Spiegel:
<<http://www.spiegel.de/fotostrecke/fotostrecke-41223-9.html>>