

Fernsehunterhaltung

Verbreitung des Sendeformats "Wer wird Millionär", 2006

▪ Fakten

Wie alle Massenmedien hat auch das Fernsehen eine unverkennbare Wirkung auf seine Konsumenten. Da es leicht zu konsumieren und in allen Bevölkerungsgruppen sehr beliebt ist, besitzt das Fernsehen jedoch eine besonders meinungsbildende und sozialisierende Wirkung.

Als besonders populär und massenwirksam gelten mittlerweile Unterhaltungssendungen: Sie erzielen regelmäßig hohe Einschaltquoten. Innerhalb der Unterhaltungssparte hat der internationale Handel mit spezifischen Sendeformaten in den letzten Jahren stark zugenommen. Unter Sendeformaten versteht man dabei ein feststehendes Sendungskonzept mit einheitlich geregelten Formen der Präsentation. Das führt dazu, dass sich die Fernsehprogramme weltweit immer weiter angleichen. Waren es ehemals überwiegend (US-amerikanische) Spielfilme und Serien, die im Ausland gezeigt wurden, so ist heute darüber hinaus eine hohe Anzahl an Formaten zu finden, die zwar im Ausstrahlungsland produziert werden, sich jedoch einer ausländischen Vorlage bedienen und weltweit erfolgreich lizenziert wurden. Die Formate reichen von Talentwettbewerben und Castings wie "Pop Idol" (internationale Version von "Deutschland sucht den Superstar") über Reality Soaps wie "Big Brother" bis hin zu Quizsendungen wie "Wer wird Millionär?".

Die auch in Deutschland ausgestrahlte Gameshow „Wer wird Millionär?“ hat ihren Ursprung in Großbritannien und gehört zum geistigen Eigentum der Firma Celador. Mittlerweile ist die Sendung auf allen Kontinenten der Erde zu sehen und die Lizenzierungs- und Ausstrah-

lungsrechte wurden an Fernsehanstalten in über 100 Ländern verkauft.

Das Erscheinungsbild der Sendung ist vertraglich streng geregelt und stark an das britische Ursprungsformat angepasst, was etwa die Aufmachung des Studios, Kameraeinstellungen, sowie Licht- und Soundeffekte betrifft.

Da trotz eines umfangreichen Regelwerks seitens des Lizenzgebers gewisse Abweichungen in den nationalen Ausstrahlungen erlaubt sind, lassen sich in den jeweiligen Versionen regionale Unterschiede und kulturelle Einfärbungen erkennen, die sich nicht nur auf die Inhalte der gestellten Fragen beziehen. Während die Atmosphäre in einigen Ländern eher heiter ist und viel gelacht wird, geht es in anderen Ländern ernster und verstärkt gewinnorientiert zu. In diesem Sinne handelt es sich auch bei den von den Produzenten gewählten Moderatoren um vollkommen unterschiedliche Charaktere.

Darüber hinaus kommt es regional zu formalen und kulturell geprägten Unterschieden. Aufgrund gesetzlicher Bestimmungen ist die Gewinnhöhe in der japanischen Version deutlich niedriger als anderswo, und in Georgien und Island ist die Anzahl der Kandidaten geringer, da sich nicht genügend Interessenten bewerben. Auffallend ist auch, dass sich in der Türkei unter den Kandidaten fast ausschließlich männliche Bewerber finden oder sich etwa in Russland die Eigenheit herausgebildet hat, dass das Publikum Gefallen daran findet, mit vorsätzlich falschen Antworten aktiv ins Geschehen einzugreifen.