

# Aggressiver Humor in den Medien – am Beispiel der Fernseh-Comedy-Show „TV total“<sup>\*</sup>

Axel Schmidt

*Stefan Raabs Comedy-Show „TV total“ gilt als prototypisches Beispiel neuerer Entwicklungen in der deutschen Fernsehunterhaltung. Die Sendung avancierte zum Sinnbild respektloser Provokationen und einzigartiger Konfrontationen zwischen dem Moderator und seinen Gästen. Während sie Kritiker als niveaulosen, zotigen und krampfhaft um Komik bemühten Klamauk abtun, loben Befürworter ihren tabulosen Umgang mit der Fernsehrealität und deren Protagonisten. Der vorliegende Beitrag versucht auf der Basis einer analytischen Betrachtung einzelner Sendungselemente, typische Merkmale herauszuarbeiten, um das spezifische Format der Sendung zu bestimmen. In einer folgenden mikroanalytisch-gesprächslinguistischen Analyse des Umgangs Raabs mit seinen Gästen werden zentrale Strategien der Generierung von Komik aufgezeigt. Es wird argumentiert, dass die Sendung „TV total“ vor allem auf die künstliche Erzeugung unfreiwilliger Komik als Attraktionsstrategie setzt.*

**Keywords:** Humor, TV-Comedy, Fernsehunterhaltung, Scherzkommunikation, qualitative Medienforschung, Interaktionsforschung, Gesprächsanalyse, TV total, Genreanalyse

## 1. Einleitung

Obwohl Unterhaltungssendungen den größten Programmanteil ausmachen und zu den am häufigsten und längsten rezipierten Formaten des Fernsehens gehören (vgl. Gerhards et al. 2000, Paukens 2000), erfuhr das Phänomen erst seit den 1990er Jahren eine systematische wissenschaftliche Betrachtung (vgl. Bosshart/Hoffmann-Riem 1994; Roters et al. 2000). Versuche, sich dem Unterhaltungsphänomen empirisch-analytisch zu nähern, betonen, dass Unterhaltung zumindest als zweiseitiges Phänomen begriffen werden muss (vgl. etwa Kübler 2000). Unterschieden werden Studien, die

- nach dem Produkt (Form und Inhalt von Unterhaltungssendungen) bzw.
- nach Nutzung und Rezeption (hier v. a. medienpsychologische Studien zur Unterhaltsamkeit aus Rezipientensicht; vgl. Gleich 1997; Kepplinger/Tullius 1995; zsf. s. Winterhoff-Spurk 2000 und Vorderer 1996) fragen.

Rezeptionsorientierte Studien kranken häufig daran, dass sie lediglich auf Genreniveau messen. Berghaus/Staab (1995) geben mit Recht zu bedenken, dass die Beurteilung der Unterhaltsamkeit einer gesamten Sendung schwierig ist, und fordern: „Was tatsächlich favorisiert wird bzw. unterhält, sollte daher inhaltlich genauer beschrieben werden“ (ibid., 106). Sollen qualitative Veränderungen innerhalb einzelner Genres festgestellt werden, so „können allein akribische inhaltsanalytische Vergleiche von früheren und heutigen Medieninhalten diese Vermutungen empirisch verifizieren“ (Kübler 2000, 5).

---

\* Der Autor dankt Denise Haddad, Evangelia Rademacher, Stefanie Wehr, Eva Wittenmeier sowie Steffen Zwiener für ihre Mitwirkung an Durchführung und Auswertung dieser Untersuchung sowie Prof. Dr. Klaus Neumann-Braun und Dr. Arnulf Deppermann für wertvolle Hinweise.

*Humorsendungen* sind Genres, deren Ziel darin besteht, den Rezipienten vornehmlich mit Hilfe von Humor zu unterhalten. Vielerorts wird ein Boom von Comedy-Sendungen (vgl. Hillenbach 1996; Kübler 2000; Lambernd 1998, 81 ff.; Pätzold/Röper 1999; Strasser/Graf 2000) und eine verstärkte Verwendung humoristischer Elemente in anderen medialen Genres (in der Werbung: Erbdinger/Kochhan 1998; im Film: Goldstein 1994) konstatiert. Qualitativ wird bemerkt, dass Humorkommunikation penetranter, aggressiver und respektloser geworden sei: „Kaum ein Tabu bleibt unversohnt, sei es religiöser, politischer, moralischer oder erotischer Natur. Eben dieser Tabubruch hat sich gewissermaßen zu einem Kriterium entwickelt, durch das sich die aktuelle Comedy zum Beispiel vom Kabarett abgrenzt“ (Schumacher/Hammer 2000, 562; s. a. Albert et al. 1998; Kübler 2000)<sup>1</sup>. Einen besonderen Aufschwung verzeichneten Formate, die aggressive, unfreiwillige Komik mit „echten“ Menschen in nicht gescipteten Kommunikationssituationen zu erzeugen versuchen. Prominentestes Beispiel hierfür ist die im vorliegenden Beitrag näher zu betrachtende Comedy-Show „TV total“.

Obwohl vielfach festgehalten wird, dass Humor ein klassischer und zunehmender Bestandteil von Unterhaltungssendungen ist, liegen kaum detaillierte Untersuchungen von Fernsehhumor vor. Existierende Untersuchungen widmen sich vornehmlich den sozialen Funktionen und Gütekriterien von Humorsendungen aus Zuschauersicht (Gehrau 1996; Grabosch 1996; Lambernd 1998; Schumacher/Hammer 2000; zu *sitcoms*: Holzer 1994), fragen auf der Basis medienpsychologisch-experimenteller Studien nach Rezeptionsmotivationen (zur amerikanischen Unterhaltungs- und Humorforschung: Goldstein 1994; Zillmann 1994) oder legen mesotheoretisch ausgerichtete Formatanalysen (vgl. Neale/Krutnik 1990; Lambernd 1998) vor. Detaillierte (text-)linguistische und konstitutionslogische Analysen komischer Strategien und Genres sowie insbesondere Untersuchungen von nicht-fiktionaler, live vor einem Publikum dargebotener, dialogischer Komik im Fernsehen sind jedoch bisher nicht durchgeführt worden.<sup>2</sup>

Diesem Desiderat versucht sich der vorliegende Beitrag, am Beispiel der Comedy-Show „TV total“ exemplarisch zu widmen. Der Moderator der Sendung, Stefan Raab, und seine Show „TV total“ können als einschlägigstes Beispiel der oben skizzierten Entwicklungen der deutschen TV-Comedy gelten: Nicht nur die hohe Zuschauerresonanz in der begehrten Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen<sup>3</sup>, sondern das Erringen des deutschen TV-Comedy-Preises sowie die große Beachtung im einschlägigen Feuilleton (vgl. bspw. Brinkbäumer/Rabsch 2000) sind Indizien für den wegweisenden und kontrovers diskutierten Charakter der Sendung. Anknüpfend an das oben formulierte Erkenntnisinteresse, eine gerade wegen ihrer spezifischen Verwendung von Komik umstrittene Sendung konstitutionsanalytisch zu betrachten, sollen im Folgenden zentrale Strategien der Humorgenerierung zunächst auf *Formatebene* herausgearbeitet werden. Hierzu wurden auf der Basis eines Samples von ca. 30 „TV-total“-Sendungen des Jah-

1 Dass auch Hass als humorgenerierendes Verfahren eingesetzt wird, konnte Neumann-Braun (i. Dr.) an so genannten *Hatepages* im Internet zeigen.

2 Fernsehgenres, die den Anspruch erheben, echtes, authentisches Leben zu zeigen, erfuhren im Zuge der Etablierung so genannter *real-people*-Formate (vgl. Keppler 1994, 1995; Müller 1995) wachsende wissenschaftliche Behandlung (vgl. Bente/Fromm 1997 zu Talkshows; Holly/Schwitalla 1995 zu *confrontation-shows*; Müller 1999 zu Beziehungsshows; Reichertz 2000 zu Heiratsshows; Wegener 1994 zu Reality-TV-Formaten; Mikos et al. 2000 und Neumann-Braun/Schmidt 2000 zu „Big Brother“). Entsprechende Untersuchungen stehen für Comedy-Formate noch aus.

3 Insgesamt durchschnittlich 3,2 Mio. Zuschauer im Jahr 2000 (vgl. Schumacher/Hammer 2000).

res 2000 charakteristische Elemente der Sendung und ihre typische Abfolge bestimmt (Kap. 2).

Die sich anschließenden *mikroanalytischen* Betrachtungen (Kap. 3) basieren auf einem integrativen Konzept von Gesprächsanalyse (vgl. Deppermann 1999). Innerhalb gesprächslinguistischer Ansätze wird Humor als interaktives und konversationell hervorbrachtes Phänomen begriffen. Im Zentrum stehen damit Rekonstruktionen konversationeller Strategien der Humorgenerierung, in denen Konzepte wie Beteiligungskonstellation, Rahmung sowie Beziehungs- und Identitätsaushandlung eine tragende Rolle spielen (vgl. Kotthoff 1996, 1998; Schütte 1987). Auf der Basis funktionaler Ausdeutungen der Analyseergebnisse soll darüber hinaus exemplarisch gezeigt werden, dass und wie in der Sendung „TV total“ aggressiver Humor sowohl gegenüber abwesenden als auch vor allem gegenüber anwesenden Personen zum tragenden Konzept der Sendung wird.

Als Grundlage für die Charakterisierung von Humor als Aggression kann das Face-Konzept<sup>4</sup> gelten. Demzufolge greift ein Aggressor das Image (das *Face*) eines Opfers dadurch an, dass er diese Person vor anderen (Zeugen) lächerlich macht<sup>5</sup>. Konstitutiv für das „Lächerlich-Machen“ ist dabei eine durch den Akt des Aggressors exponierte Diskrepanz zwischen der angestrebten und der tatsächlichen Selbstdarstellung des Opfers, wobei letztere prinzipiell negativ, d. h. gesichtsverletzende bzw. imagezerstörende Züge trägt, also Imageaspekte situationell offenbart, die das Opfer zu verdecken trachtete. Entgegen einer für den Alltag charakteristischen Normalform, nämlich dass Interaktanten zunächst davon ausgehen, dass das Image des Gegenübers sowie das eigene geschützt bzw. die rituelle Ordnung gemeinsam aufrechterhalten wird, erscheinen aggressive Formen des Humors als Abweichung<sup>6</sup>. Ihnen wohnt demzufolge prinzipiell das Potenzial inne, die Geordnetheit und Erwartbarkeit sozialer Situationen zu irritieren, ohne indes vollends „auf Konfrontationskurs zu gehen“. Wie dies geschieht und im Rahmen der Comedy-Show „TV total“ systematisch zur Generierung von Humor eingesetzt wird, soll im Folgenden an empirischem Material aufgezeigt werden.

4 Goffman betrachtete Interaktionen v.a. hinsichtlich identitärer Aushandlungsprozesse und der Aufeinanderbezogenheit von Selbstpräsentationen. Das *Face* kann dabei wie folgt verstanden werden: „Von einer Person wird gesagt, sie habe ein ‚Gesicht‘, wenn ihre Verhaltensstrategie (‚line‘) den Interaktionspartnern ein konsistentes Bild vermittelt“ (Lenz 1991, S. 46 f.) (vgl. weiterführend Goffman 1971; Holly 1979).

5 Ein am Face-Konzept orientiertes Komik-Modell legt bspw. Brock (1998) seinen Analysen von Fernsehkomödien zugrunde.

6 Erving Goffman zeigte in seinen Alltagsbeobachtungen an mikroskopischen Details, wie Interaktanten fortwährend bemüht sind, sich bei der Aufrechterhaltung der jeweiligen Selbstpräsentationen („face work“) wechselseitig zu unterstützen, um peinliche Situationen zu vermeiden. Solche Situationen werden durch in Interaktionen eingebaute Vorsichts- und Vermeidungsmaßnahmen minimiert (vgl. Goffman 1971, S. 21 ff.) oder – wenn sich ein Regelverstoß nicht mehr vermeiden oder ignorieren lässt – durch die Einleitung eines „korrektiven Austauschs“ „geheilt“ (vgl. Goffman 1974, S. 138 ff.). An so genannten „*Response Cries*“ (insbes. „*Spill Cries*“ wie „hoppla“, vgl. Goffman 1981, S. 101 ff.) zeigt Goffman, dass das *Face* bereits bei kleinen Missgeschicken (etwa Stolpern) Schaden nehmen kann und dass für solche Fälle konventionalisierte Mittel zur Verfügung stehen (etwa „hoppla“ zu äußern), um die personale Integrität wieder herzustellen (d. h. Beobachtern zu verdeutlichen, dass es tatsächlich nur ein Missgeschick war und nicht etwa mangelnde Kompetenz o. ä.). Das Ausbeuten solcher „Sensibilitäten“ und das Spielen mit Interaktionsregeln und Kommunikationsidealisationen dienen der hier zu untersuchenden Fernsehkomik als ständige Quelle des Humors.

## 2. Die Sendung „TV total“: Rahmen, Ablauf und Charakteristika

### 2.1 Rahmen der Sendung

Seit März 1999 präsentiert der Sänger, Komponist und TV-Produzent Stefan Raab mit „TV total“ eine neue Comedy-Show auf Pro Sieben. Gesendet wurde zu diesem Zeitpunkt einmal wöchentlich montags von 22.15 Uhr bis 23.15 Uhr<sup>7</sup>. Abzüglich der Werbepausen beläuft sich die Netto-Sendezeit auf ca. 30 Minuten. Die Sendung „TV total“ wurde anfangs von der Brainpool TV AG produziert und spielte der Firma allein im Jahr 2000 zehn Millionen DM Umsatz ein. Hinzu kommen zusätzliche Umsätze durch Merchandising-Artikel (etwa Tonträger, Videospiele, Bücher und eine eigene „TV total“-Zeitschrift) und durch die Website<sup>8</sup> in Millionenhöhe. Heute wird die Sendung durch die Raab TV GmbH getragen, einem Joint Venture zwischen Stefan Raab und Brainpool (jeweils hälftige Anteilseigner), die einen Vertrag mit dem Fernsehsender Pro Sieben bis 2004 hält. Das Fundament der Raabschen „Gag-Fabrik“ bilden ca. 15 Studenten, die für 15 DM die Stunde Mitschnitte aus dem alltäglichen Fernsehalltag sichten und abstruse Ausschnitte auf Videokassetten festhalten, sowie Techniker und Texter, die dieses „Fernseh-Rohmaterial“ selektieren und zu präsentablen Gags weiterverarbeiten.

Bei „TV total“ handelt es sich um einen Genre-Mix, d.h. die Sendung kann nicht eindeutig einem konkreten Humor- oder Show-Genre zugeordnet werden. Die verschiedenen Genres und deren Elemente, die die Show verbinden, sollen im Weiteren aufgezeigt werden. Aufhänger und damit roter Faden der Sendung ist die Präsentation von „Pannen“ aus der aktuellen Fernsehwoche. Darüber hinaus präsentiert Stefan Raab Außenreportagen, lädt Gäste ins Studio ein und verleiht einen speziellen Fernsehpreis, den so genannten „Raab der Woche“. Seine Gäste sind i. d. R. durch ihr Verhalten im Fernsehen in irgendeiner Weise besonders aufgefallen: Jemand war in einer Talkshow besonders hitzig, gab die dümmste Antwort bei einer Gameshow oder spielte einen besonders lächerlichen Part in einem Werbespot. Wer von den eingeladenen Gästen den „Raab der Woche“ mit nach Hause nimmt, entscheidet das Studiopublikum. Die Show hat einen halb- und quasi-live Charakter, d.h. die Talks mit den Gästen finden live vor einem Studiopublikum statt, daneben gibt es jedoch auch vorproduzierte Teile, die während der Sendung eingespielt werden (MAZ-Aufzeichnungen). Darüber hinaus wird die Sendung am frühen Abend aufgezeichnet und abends gesendet. Die Kulisse der Show ist immer die Gleiche: Gesendet und aufgezeichnet wird im Kölner Studio, das aus einem Zuschauerraum (Platz für ca. 120 Personen), einer kleinen bühnenartigen Freifläche und einer Sitzecke mit Moderations-Tisch und Zweisitzercouch für die Gäste besteht. Das Publikum hat einen Abstand von ca. vier Metern zum Sitzplatz des Moderators<sup>9</sup>.

---

7 Seit Januar 2001 wird die Sendung – aufgrund ihres großen Erfolgs – viermal wöchentlich ausgestrahlt. Der Charakter der Sendung änderte sich seit dieser Umstellung (etwa werden nun auch häufiger Prominente in affirmativer Intention eingeladen (etwa Popstars wie „Pink“ oder Viva-Moderatoren und -moderatorinnen), was die Sendung in die Nähe zu Light-Night-Talks rückt; darüber hinaus wurde die Show um einige Elemente erweitert, etwa eine Live-Kapelle, Showpraktikant „Elton“ u.v.m.). Auf diese Phase der Entwicklung wird im vorliegenden Artikel jedoch nicht eingegangen.

8 Die „TV total-Website“ mit der URL [www.tvtotal.de](http://www.tvtotal.de) wurde preisgekrönt und konnte im Jahr 2000 im Monat durchschnittlich 12 Millionen „Page Impressions“ vorweisen.

9 Die Informationen zu den Produktionsbedingungen der Sendung stammen vornehmlich aus

- *Moderator der Sendung:* Stefan Raab moderiert die Sendung „TV total“ seit dem 8. März 1999. Er hat die Sendung selbst konzipiert. Bekannt ist er als Musiker, Entertainer, Produzent, Komponist und Komiker. Vor „TV total“ moderierte er die Sendung „Vivasion“, in der er launige Straßenumfragen machte und „schräge“ Interviews gab. Nach Beginn der Sendung „TV total“ steigerte er seinen Bekanntheitsgrad durch „Blödelongs“ wie „Ö la Palöma“ und „Maschendrahtzaun“, die er im Rahmen seiner Sendung entwickelte. Im Jahr 2000 nahm er am Grand Prix d’Eurovision de la Chanson mit seinem Song „Wadde hadde dudde da?“ teil.
- *Titel der Sendung:* Der Titel der Sendung („TV total“) korrespondiert mit Stil und Inhalt des Formats: Im Zentrum stehen TV-Ereignisse und ihre Protagonisten, mit denen Raab suggeriert, sich „total“ i. S. v. vollständig, restlos und gänzlich, aber auch i. S. v. „aufklärerisch“<sup>10</sup> und respektlos zu beschäftigen.
- *Sponsorentailer:* Die Firma Diebels (Biermarke) ist Sponsor der Sendung. Zu Beginn von „TV total“ wird ein Trailer gezeigt, in dem eine volle Kneipe biertrinkender Menschen zu sehen ist. Nach der Einblendung des Fernsehgerätes, das dort an der Decke angebracht ist und dem Erscheinen des „TV total“-Logos, bricht die rege Unterhaltung der Gäste abrupt ab und die nun beginnende Comedy-Show „TV total“ steht im Zentrum des Interesses. Damit wird auf die Zielgruppe der Sendung sowie auf eine – aus medienökonomischer Perspektive – ideale Rezeptionssituation verwiesen: Junge und erfolgreiche Menschen in geselliger, aufgelockerter Runde, die zu einer festgelegten Zeit „TV total“ als gemeinsamen Aufmerksamkeitsfokus etablieren. Darüber hinaus lässt sich in einer solchen Selbstpräsentation der Sendung als Interessensmittelpunkt unter jungen Leuten bereits eine Inszenierung als Kultsendung erahnen.
- *Titel-Vorspann:* Der Titeltrailer ermöglicht es, die Show zu identifizieren. Es werden zwei sich drehende Fernseher (computeranimierte Zeichnung) gezeigt, auf denen das Testbild verkleinert senkrecht und horizontal laufend erscheint. Im Hintergrund der ganzen Bildschirmgröße ist der lachende Moderator Stefan Raab erst in blauem Farbton, dann in gelb als Abgrenzung erkennbar. Währenddessen wird der Schriftzug: „TV total“, verschiedene Schriftgrößen durchlaufend, in der Mitte des Bildschirms eingeblendet. Es folgt nun die Großeinblendung eines Fernsehgerätes, aus dessen beiden oberen Ecken zwei Hörner wachsen und in dessen Bildschirm das „TV total“-

---

folgenden Quellen: Brors 2001, Brinkbäumer/Rabsch 2000, Genrich 2000, Lüke 2000, Nigge-meier 2001.

- <sup>10</sup> Der Gestus, in denen Raab seine Ausschnitte präsentiert, erfolgt häufig in Formeln von aufklärerischem oder kulturkritischem Journalismus. Mit Einleitungen wie „Meine Damen und Herren, schauen sie sich *das* bitte mal an“ im Verein mit dem Aufruf zur kollektiven Beurteilung (etwa durch die „Pfui-Kelle“; s.u.) inszeniert er sich spielerisch als Sitten- und Medienwächter (s. auch unten seine Einleitung im Gesprächsausschnitt „Bettina Stark“). Insgesamt versucht er dadurch, augenzwinkernd den Eindruck zu erwecken, er und seine Sendung seien bemüht, Qualitätsstandards im Fernsehen zu kontrollieren (besonders deutlich wird dies an der Auswahl der Ausschnitte: Häufig sind es Szenen aus den Billigproduktionen des Privatfernsehens (etwa Daily-Talks oder Real-People-Formate wie „GirlsCamp“), die als niveaulos und schlecht moderiert verunglimpft werden, oder aber Ausschnitte aus den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten, die wegen ihres biederen und hausbackenen Daherkommens lächerlich gemacht werden). Humor entsteht nicht zuletzt auch durch die erzeugte Inkongruenz – sprich durch die Vorstellung, dass gerade der „Blödelbarde“ Stefan Raab und seine „Klamauk-Sendung“ „TV total“ moralische und qualitative Ansprüche formulieren, wo es doch offensichtlich lediglich darum geht, etwas oder jemanden auszulachen.

Logo erscheint. Im Hintergrund ist eine computeranimierte Stimme zu hören, die einleitend „Herzlich Willkommen zu ‚TV total‘“ sagt. Eine weitere Stimme verweist auf das Kommende: „Und hier ist wieder ihr Gastgeber Stefan Raab“. Durch das „wieder“ wird die Sendung als seriell ausgewiesen. Das Sinnbild der „gehörnten“ Fernseher verweist nicht nur auf den satirischen Inhalt, sondern auch auf das Objekt der Satire: das Fernsehen. Diese Zentrierung auf das Medium Fernsehen steigert sich noch dadurch, dass nahezu alle zentralen Symbole dem Bedeutungsraum der Fernsehunterhaltung entlehnt sind (etwa das Testbild, ‚TV‘ im Titel der Sendung, der lachende Moderator, der Bildschirm als Pars pro toto etc.).

- *Eröffnung*: In genretypischer Manier eröffnet der Moderator die Show meist mit einem *Running-Gag*, etwa mit einem Purzelbaum oder einer ritualisierten Wendung wie: „Meine Damen und Herren, wir haben doch keine Zeit“, womit Kontinuität und ein Wiedererkennungseffekt hergestellt und der Einstieg in das Format der Comedy-Show geleistet wird. Im Anschluss leitet er zum zentralen Thema der Show über, indem er i. d. R. auf die letzte Fernsehwoche verweist, in der „wie immer viel passiert ist“.

## 2.2 Klassischer Show-Teil<sup>11</sup>

- *Stand-Up-Comedy*<sup>12</sup>: Es folgt der Stand-up-Comedy-Teil der Show, in dem Stefan Raab Ausschnitte aus der letzten Fernsehwoche zeigt und kommentiert. Inhaltlich handelt es sich um peinliche Ereignisse aus anderen Sendungen, die jedoch häufig erst durch Fokussierungen, Wiederholungen und Dekontextualisierungen komisches Potenzial entfalten. Raab verwendet an dieser Stelle eine Fülle von Strategien zur Erzeugung von Spektakulärem, so u. a. Äußerungen wie: „Wir wären nicht ‚TV total‘, wenn wir Ihnen das vorenthalten würden“ u. v. m. Mit solchen und ähnlichen Äußerungen und Rahmungsstrategien gibt sich Raab bzw. seiner Sendung spielerisch den Anstrich einer um Aufklärung und Aufdeckung von Skandalen bemühten Instanz. Dadurch verweist er immer wieder auf das Image der Sendung, alles, sei es noch so abstrus, peinlich und eklig, zu präsentieren (vorzuführen). Raab arbeitet damit an der Etablierung eines Markenzeichens: einem tabu- und respektlosen Umgang mit dem Medium Fernsehen und seinen Protagonisten<sup>13</sup>.
- *Performance am Schreibtisch*: Nach dem Stand-up-Comedy-Teil folgt die Performance am Schreibtisch. Hier referiert Raab das Wochengeschehen auf breiterer Ba-

11 Beide Teile erinnern formal an die Late-Night-Shows nach US-amerikanischem Vorbild (etwa Letterman, adaptiert durch Harald Schmidt in Deutschland; vgl. Neale/Krutnik 1990).

12 Hierunter ist eine in den frühen 1990er Jahren entstandene Form der live- oder Bühnen-Comedy zu verstehen, in der ein Alleinunterhalter (Stand-up-Comedian) scheinbar aus dem Stegreif und ohne Hilfsmittel über die Thematisierung alltäglicher Belange Komik erzeugt. Diese Form der Comedy erlebte in den 1990er Jahren einen Boom, wohl auch wegen ihrer Fernsehgängigkeit und dem rasanten, z. T. tabulosen und vulgären Stil. Typische Vertreter sind etwa Michael Mittermeier oder Ingo Appelt.

13 Prototypisch für diese Strategie sind die z. T. Wochen andauernden Versuche, traditionelle Fernsehgrößen wie Heiner Bremer, Karl Moik oder Rudi Carell live vor die Kamera oder sogar in die Sendung zu bekommen. Vorläufer dieser intensiven Beschäftigung mit dem Fernsehgeschehen waren Sendungen wie „Kalkofes Mattscheibe“ oder „RTL Samstag Nacht“, in denen die persiflierten Personen jedoch nie live in die Sendung eingeladen wurden und damit eine direkte Konfrontation mit den diskreditierten Opfern ausblieb.

sis (d. h. er bezieht sich nicht nur auf TV-Ereignisse). Es werden wie zuvor Patzer, Pannen und Abstruses vorgestellt, allerdings verwendet Raab hier sowohl vorproduzierte MAZ-Einblendungen als auch andere Medien (etwa Zeitschriften). Der Schreibtisch bietet vielfältige Möglichkeiten: Einblendungen laufen über einen im Schreibtisch integrierten Monitor (mit dem Raab auf vielfältige Weise „interagiert“), und fertige Kommentare können mit Hilfe von Knöpfen und Kellen (s. u.) erzeugt werden. Zwischendurch überrascht Raab durch das plötzliche Einbringen neuer Elemente, etwa „Stefan beantwortet Kinderfragen“ oder „Randgruppenwitze – an der Randgruppe selbst getestet“.

### 2.3 Feste Rubriken

- *Raab in Gefahr*: Nach Einspielung des Trailers von „Raab in Gefahr“, in dem Flugzeuge abstürzen und andere Katastrophen gezeigt werden, untermalt von reißerischer Musik, erscheint der Moderator, der Außenreportagen durchführt und dadurch in vermeintliche Gefahren gerät. Er wagt sich z. B. in einen traditionellen Damenklub, besucht eine Pudelausstellung oder spielt den Drive-In-Kunden bei McDonalds einen Streich. Die Funktion und Quelle der Komik ist, dass Leute im Alltag mit ungewöhnlichen Situationen konfrontiert werden.
- *Schocker der Woche*: Die Schocker der Woche bewegen sich meist im Referenzbereich von Tabu und Sexualität. Die Ausschnitte werden jeweils nach einem gesonderten Trailer (grüne, gallertartige Masse läuft den Bildschirm herunter, man hört eine Frau in thrillertypischer Manier aufschreien) auf dem Monitor am Schreibtisch eingeblendet. Es handelt sich auch hierbei um Einspielungen meist anderer TV-Sender. Die Reaktion des Moderators Raab und des Publikums erfolgt zum Teil über Kellen (s. u.). Die humoristische Qualität dieses Sendungselements liegt zum einen in der Abseitigkeit und dem Ekel hervorrufenden Inhalt der gezeigten Ausschnitte, womit zum anderen durch die Re-De-Kontextualisierung im Rahmen einer Comedy-Show ein absurdisierender Effekt erzielt wird. Spaß entsteht sowohl durch den Tabubruch als auch durch wohliges Schaudern und das Weiden am Elend anderer, was durch die jeweiligen Ausschnitte evoziert wird<sup>14</sup>.

### 2.4 Besondere Kommunikationsformen

- *Knöpfe*: Bei den Knöpfen handelt es sich um insgesamt zwei rote und acht weiße Knöpfe, die in den Tisch, an dem Stefan Raab die meiste Zeit der Sendung sitzt, integriert sind. Durch Drücken der einzelnen Knöpfe erfolgen kurze Einspielungen, die der Moderator zu einem vorherigen Zeitpunkt eingeführt hat. Meist handelt es sich um kurze Statements prominenter Personen, die auf eine bestimmte Art komisch wirken (häufig handelt es sich um Fehlritte Prominenter in der Öffentlichkeit, um Versprecher und Formulierungsunsicherheiten oder um unlogisch bis skurrile Aussagen). Die Einspielungen werden die ganze Sendung über als Running Gags und zur Kommentierung verschiedenster Kommunikationssituationen vom Moderator ge-

<sup>14</sup> Als typische Ausschnitte der Kategorie „Schocker der Woche“ fungieren bspw. explizite und/oder abweichende Darstellungen von Sexualität, Operationen und Körperfunktionen bei Menschen und Tieren, drastische Unfälle und Verletzungen sowie alle Arten von mangelnder Körperkontrolle und Hygiene.

nutzt. Sie dienen damit auch als formelhaftes Gag-Repertoire in der Interaktion zwischen Moderator und Studiopublikum bzw. zwischen ihm und seinen Gästen. Komik entsteht vor allem durch den kreativen Einsatz dieser immer wieder gleichen Versatzstücke in verschiedenen Situationen.

- *Kellen*: Die Kellen sind ebenfalls in den Tisch des Moderators eingebaut und können per Hebelfunktion betätigt werden. Auf der grünen Kelle steht „Respekt“ mit den möglichen Erweiterungen „Mein Lieber“ und „Herr Gesangsverein“. Es gibt eine weitere gelbe Kelle mit der Aufschrift „Pfui“ und den möglichen Erweiterungen „Extra“ und „Gold“. Mit jeder Steigerung verkleinert sich der Durchmesser der Kellen. Die Kellen dienen vornehmlich der Kommentierung und Beurteilung gezeigter MAZ-Einspielungen und werden auch vom Publikum mit in die Sendung gebracht. Auf diese Weise hat sich eine „TV total“-typische Form der Kommentierung entwickelt. Der Erfolg des Vertriebs der aufblasbaren Kellen als Merchandisingprodukte zeigt sich bei den Publikumseinblendungen. Neben dem Aspekt der Publikumbeteiligung trägt v. a. die Form der ironischen Bewertung („Respekt“ für besonders drastische Fehlritte) bzw. die augenzwinkernd moralisch-infantile Bewertung („Pfui“) zur Erzeugung von Humor bei.
- *Pulleralarm*: Der Pulleralarm fällt unter die Rubrik der Knöpfe, hat jedoch einen gesonderten Platz auf Stefan Raabs Tisch und fällt durch seine Größe auf. Bei Betätigung ertönt ein Alarmsignal, eine drehende rote Leuchte geht in Betrieb und das Studiolicht verdunkelt und erhellt sich abwechselnd. Die Wirkung wird durch anhaltendes Stampfen, Schreien und lautes Applaudieren des Publikums verstärkt. Der Pulleralarm wird i. d. R. als Reaktion auf sexuell ausgerichtete Bilder oder Äußerungen in den Einspielungen, Stefan Raabs aber auch der Gäste verwendet.

## 2.5 Raab der Woche

- *Hintergrund des Raabschen TV-Preises*: Beim „Raab der Woche“ handelt es sich um einen Fernsehpreis, vom Moderator auch als Sympathiepreis bezeichnet, der für besondere Leistungen im TV vergeben wird. Es handelt sich um einen goldfarbenen Pokal, der einen nackten, knienden Athleten, welcher einen Fernseher auf den Schultern trägt, zeigt. Er wird an einen der drei eingeladenen Studiogäste für den auffälligsten und komischsten Auftritt der Fernsehwoche verliehen. Der Gewinner des Preises wird vom Publikum per Knopfdruck ausgewählt.
- *„Raab der Woche“-MAZ*: Die „Raab der Woche“-Gäste werden eingeführt durch eine MAZ, in der der Nominierungsgrund gezeigt und erläutert wird. Der Moderator verwendet zur Einführung der Nominierungen meist hyperbolische Äußerungen wie: „Im Super-Nachrichtensender N24 gesehen“ oder „Spektakulärste Gesangsnummer, nie da gewesen“ etc. Hierbei zeigt sich, dass Raab durch die Verwendung eines hyperbolischen Stils mehrdeutige und ambivalente Bewertungen evoziert. Bei den Ausschnitten handelt es sich meist um Nichtigkeiten, die durch die Rahmung des Moderators als sehenswert und komisch im Sinne einer Blamage aufgewertet werden. Insofern kann der „Raab der Woche“ auch als *Negativ- oder Anti-Preis* bezeichnet werden. Raab betreibt hier eine spielerische Umdeutung eigentlicher Preisverleihungszeremonien.
- *Gäste-Talk*: In die Sendung werden i. d. R. drei Personen eingeladen, die vom Moderator in der jeweiligen Sendung für den „Raab der Woche“ nominiert werden. Es handelt sich hierbei entweder um prominente Personen aus dem Fernsehen oder um Personen aus dem Alltag, die beispielsweise in einer Talkshow aufgefallen sind, da sie



vom „Normalen“ oder Erwartbaren abweichen. Sie müssen keine besondere Leistung etwa sportlicher oder künstlerischer Art vollbracht haben, sondern als Protagonisten einer *unfreiwillig komischen Szene im Fernsehen* aufgefallen sein. Raab stilisiert die Auftritte seiner Gäste i. d. R. als etwas *Spektakuläres*. Er präsentiert sie zunächst im ursprünglichen Kontext (meist eine andere Fernsehsendung), bevor er sie live ins Studio bittet. Durch die Duplikation des Auftritts wird die Blamage und damit der Vorführcharakter intensiviert. Während der Unterhaltung, die nun folgt, stellen die Gäste entweder ihr „Können“ nochmals unter Beweis oder arbeiten sich an ihrem fokussierten Fehlverhalten mit dem Versuch ab, sich nicht noch lächerlicher zu machen. Häufig handelt es sich um *Milieupersiflagen* bzw. *Realsatiren*: Die Gäste werden in der Hoffnung eingeladen, sich aufgrund ihrer Verschrobenheit, Unerfahrenheit etc. *selbst zu diskreditieren*. Der Unterschied zwischen Prominenten- und „Alltags“-Gästen liegt in deren Wissen, wie mit einer solchen Situation umzugehen ist (s. Abschnitt 3.2.4).

## 2.6 Publikum

Im Studio des Theaters am Rudolfplatz in Köln ist Platz für insgesamt 120 Studiogäste. Die Zeitschrift „TV Movie“ hat nach Umfragen festgestellt, dass „TV total“ die teuersten Kartenpreise verlangt und die längsten Wartezeiten hat. Das Studiopublikum ist zum Teil sehr stark an der Sendung beteiligt. Während der Gespräche mit den Gästen reagiert das Publikum auffallend häufig mit Applaus und greift durch Zwischenrufe und -reaktionen unkonventionell in die Kommunikation zwischen den Gästen und dem Moderator ein. Auch der Moderator wird zum Teil durch Einzelne im Publikum direkt angesprochen oder zu etwas aufgefordert. Die Herstellung von „*Sehenswertem*“ wird so auch durch ein *interaktives* Publikum begünstigt.

## 2.7 Zwischenfazit: Charakteristika der Sendung „TV total“

Im Gegensatz zu anderen Comedy-Formaten<sup>15</sup> fällt auf, dass innerhalb der Sendung „TV total“ eine enorme Vielfalt an humoristischen Kommunikaten offeriert wird: Neben klassischen Stand-up-Comedy-Teilen gehören sketchartige Kurzreportagen, Gewinnspiele mit Zuschauern, an „Pleiten, Pech und Pannen“ angelehnte Einspielungen, scherzhafte Außenreportagen mit Live-Charakter und Prominenten gewidmete Ständchen (das „Rabigramm“) ebenso zum Repertoire der Sendung wie Live-Auftritte des Moderators oder seiner Gäste, Gespräche mit seinen Gästen sowie unzählige *Specials* (erinnert sei hier an Events wie den Boxkampf gegen Regina Halmich). Formal kann „TV total“ damit als *hybrides Show-Format* bezeichnet werden, das unterschiedlichste erfolgreiche Formen von TV-Unterhaltung und -Humor miteinander verbindet. Inhaltlich und stilistisch knüpft „TV total“ an Formate an, die den respektlosen Umgang mit dem Medium „Fernsehen“ in den Mittelpunkt der Sendung stellten. Während sich solche Sendungen (etwa „Kalkofes Mattscheibe“/Premiere oder „Switch“/Pro Sieben, z. T. auch „RTL-Samstag Nacht“/RTL sowie „Die Wochenshow“/Sat.1) bezüglich der

15 Zu nennen wären hier v.a. die rein fiktionalen *sitcoms* (etwa „Die Camper“), Sketch-, Stand-up- und Kabarett-Formate mit Live-Charakter (etwa „7 Tage, 7 Köpfe“, „Quatsch-Comedy-Club“ oder „Scheibenwischer“), vorproduzierte Sketch-Paraden (etwa „Switch“) sowie Comedy-Talk-Shows (etwa „Die Harald Schmidt Show“).

Thematisierungen des Fernsehens in Parodien erschöpften<sup>16</sup>, geht „TV total“ dahingehend über solche Formate hinaus, dass zum einen sehr heterogene Elemente in die Sendung integriert sind (s. o.) und zum anderen der Moderator sich live mit den Objekten seines Spotts konfrontiert. Insgesamt versteht es „TV total“, sich in einer unverwechselbaren Art und Weise zu präsentieren: schnell, bunt, überraschend und respektlos. Symptomatisch hierfür ist, dass ein Großteil der Sendung aus ankündigenden Trailern besteht, in denen der Zuschauer mit immer neuen und spektakulären Ereignissen in folgenden Sendungen konfrontiert wird. Die so betriebene Event-Inszenierung und das intensive Marketing, das Raab dadurch betreibt, haben einen doppelten synergetischen Effekt: Produkte und Sendung bewerben sich gegenseitig. Das Produkt wird in der Sendung eingeführt und der „Hype“ um das Produkt animiert, die Sendung einzuschalten<sup>17</sup>. Nicht zuletzt wegen Produkten wie „Maschendrahtzaun“, „Wadde hadde dudde da?“ „Hol mer noch ne Flasche Bier“ oder „Wir kiffen“<sup>18</sup> avancierte die Sendung zum „Kultformat“ (s. Resümee).

Dem intendierten Charakter der Sendung entsprechend, steht das Gespräch mit seinen Gästen im Mittelpunkt, bei dem es sich um nicht vorproduzierte und damit nicht fiktionale, in diesem Sinne also echte und kontingente Interaktionssituationen handelt. Wie solche auf nicht kalkulierbaren Reaktionen basierende und damit zukunfts offene Situationen durch den Moderator ausgenutzt werden, um „TV total“-typische Komik zu erzeugen, soll im Folgenden anhand zweier Gesprächsausschnitte aus einer „TV total“-Sendung nachgezeichnet werden.

### 3. Analyse zweier Gesprächspassagen

Bearbeitet werden zwei Ausschnitte aus einer „TV total“-Sendung vom Herbst 2000. Die Personen, die in dieser Sendung als Nominierte eingeladen wurden, traten in folgender Reihenfolge auf: Bettina Stark, Ali, Zlatko. Die folgende Betrachtung beschränkt sich auf die beiden ersten Gäste, wobei mit Ali begonnen wird. Der Materialselektion lagen dabei folgende Überlegungen zugrunde: Der umfangreiche Datenpool von „TV total“-Sendungen bzw. die dort regelmäßig stattfindenden Gästetalks wurden zunächst grob gesichtet. Auf der Basis dieser Sichtung wurden Arbeitshypothesen zur Art und Weise des verwendeten Humors gebildet, woraufhin die Sendungen erneut durchgeschaut wurden. Eine zentrale These, die sich heraus zu kristallisieren begann, nämlich dass Raab vornehmlich auf das „Lächerlich-Machen“ seiner Gäste als Prinzip der Humor erzeugung setzt, gab schließlich den Ausschlag für die endgültige Selektionsentscheidung: Die Ausschnitte „Bettina Stark“ und „Ali“ repräsentieren in prototypischer Weise die basale Humorkonzeption der Sendung und v.a. den Umgang mit den eingeladenen Gästen<sup>19</sup>. Hinzu kommt, dass Raabs Strategien insbesondere bei medienuner-

16 „Kalkofes Mattscheibe“ und „Switch“ sind inhaltlich reine TV-Parodien, wogegen „RTL-Samstag Nacht“ und „Die Wochenshow“ als Sketch-Paraden mit Stand-up-Comedy-Anteilen sowie einem hohen Anteil an TV-Parodien (erinnert sei an Anke Engelke's Ricky-Parodien („Rickys Pop-Sofa“) oder Esther Schweins' Verona Feldbusch-Parodien) gelten können.

17 Dieser Kreislauf ließe sich an der Vermarktung des Produktes „Maschendrahtzaun“ gut verdeutlichen.

18 Allesamt CD-Produktionen, die Stefan Raab selbst produzierte und erfolgreich vertrieb.

19 Der Einstieg in mikroanalytisches Arbeiten bringt es immer mit sich, Selektionsentscheidungen auf der Basis einer nur groben Kenntnis des Materials zu treffen. Da sich die vorliegende Arbeit in den Anfängen befindet, wurden Passagen ausgewählt, die in direktem Bezug zu den primären

fahrenen Gästen zum Tragen kommen (s. 3.2.4) und dort gewissermaßen in „Reinform“ erfasst werden können. Der Umgang mit Medienprofis und solchen, die sich auf dem Wege dorthin befinden (wie zu diesem Zeitpunkt etwa Zlatko), muss als abgeleitete und komplexere Strategie begriffen werden, weswegen solche Fälle zunächst ausgeblendet blieben<sup>20</sup>.

### 3.1 „Ali“

Der zweite Gast in der gewählten Sendung ist ein türkischer Junge namens Ali (ca. 15 Jahre alt). Der Rahmung von „TV total“ zufolge ist Ali „Titelverteidiger“ des Raabschen Preises der Vorwoche; er ist also bereits zum zweiten Mal Gast in der Sendung. Der Grund für Alis Nominierung in der letzten Sendung war sein Auftritt in der Nachmittags-Talkshow „Vera am Mittag“. Er wurde nominiert, weil er in dieser Talkshow der Moderatorin „Vera“ ein Liebeslied sang. Aufgrund der Publikumsreaktionen bei der Ankündigung Alis (frenetischer Applaus, Johlen, Lachen) ist davon auszugehen, dass er in der letzten Sendung einen bleibenden Eindruck hinterließ bzw. sein Auftritt besonders unterhaltend war.

#### 3.1.1 Formen der Humoretablierung/-initiierung

##### • Ankündigung des Gastes, Beispiel 1: „Herzlich willkommen Ali!“<sup>21</sup>

- 1 SR: DESwegen ist Ali auch HEUTE WIEDER bei uns um seinen  
 2 titel gegen HARte konkurrenz zu verteidigen; meine  
 3 damen und herren-(.)ALI-  
 4 XP: ((schreit, klatscht, jemand hält Al(d)i-Tüte hoch))  
 5 SR: HALLO ALI(-)herzlich willkommen-  
 6 XP: <<ff> AALI->  
 7 SR: nimm platz;

Einleitend erinnert der Moderator an den Gewinner des „Raabs der Woche“ der vorigen Sendung („letzte Woche hier sensationell gewonnen“) und weist mit ironischer Geste auf den Verdienst des Angekündigten hin („mit seinem perfekten Auftritt“). Das Publikum applaudiert und lacht, einige brüllen: „Ali“. Man weiß also bereits, was kommen wird.

---

Untersuchungsfragen standen (aggressiver Humor) bzw. besonders klare Fälle für das fokussierte Phänomen zu sein schienen (vgl. Deppermann 1999, S. 36). Auf der Basis der Auswahl und Analyse (vermeintlich) typischer Fälle sollten dann im Laufe der fortschreitenden Forschung weitere, v.a. kontrastive Fallbetrachtungen erfolgen, die die ersten Erkenntnisse modifizieren und differenzieren (vgl. Deppermann 1999, S. 94 ff.).

20 Die These, die sich dahinter verbirgt, lässt sich auf die Formel bringen: Je mediengewandter und der anvisierten Zielgruppe näher stehender die eingeladene Person ist, desto aufwändiger gestaltet es sich für den Moderator, mittels des „Lächerlich-Machens“ der Person, Humor zu erzeugen und desto komplexer und subtiler müssen die (Gesprächs-)Strategien sein, dieses Ziel zu erreichen.

21 Die Kürzel in den Transkripten sind wie folgt zu lesen: SR: Stefan Raab, XP: unbestimmte Menge an Personen im Publikum, XM/W: eine männliche oder weibliche Person im Publikum, AL: Ali, BS: Bettina Stark.

Marktschreierisch kündigt Raab an, dass Ali auch an diesem Abend wieder in der Sendung („bei uns“; Z1) ist, um den Titel gegen „harte Konkurrenz“ (Z2) zu verteidigen. Er spricht vom „Raab der Woche“ als handele es sich um einen schwer zu erringenden Sportpreis, den es gegen ernst zu nehmende Gegner zu verteidigen gelte. Insgesamt bewegt er sich durch solch übertrieben positive Bewertungen in einer unernsten, ironischen Modalität.

- *Auftritt des Gastes, Beispiel 2: „Was ist nach der letzten Sendung bei dir passiert?“*

8 SR: Ou da hast du ja auch schon einen eeh einen  
 9 GROßen haufen von fans,  
 10 AL: ganz genau,  
 11 SR: was ist [nach der sen was ist nach der letzten]  
 12 XP: [ahahahahaha huhuhahaha]  
 13 SR: [sendung nach der letzten sendung]  
 14 XP: [hahaha hahahahahahahahahahaha]  
 15 SR: bei dir passiert? viele briefe bekommen?  
 16 AL: viele tele em ANrufer ham angerufen-  
 17 XP: [<<schreit, klatscht, lacht>>]  
 18 SR: [ja:]

Bereits das Betreten der Bühne durch Ali quittiert das Publikum mit ungewöhnlich expressiven Reaktionen. Der angekündigte Gast „Ali“ geriert sich als Star: Er läuft beschwingt und lachend herein, winkt, dreht sich mehrmals zum Publikum um, verbeugt sich zwei Mal mit ausgebreiteten Armen und wirft dabei Kuschhände ins Publikum. Die Handküsse und Verbeugungen erinnern an Zirkus- oder Varietekünstler und sind als Gesten des Dankes und der Ehrerbietung an ein ihn verehrendes Publikum interpretierbar. In seiner Situation offensichtlich unangebracht, was das Publikum zum Anlass nimmt, sich noch mehr über Ali zu erheitern. Einzelne Leute im Publikum werden einblendet, die Aldi-Tüten hochhalten, auf denen das „d“ fehlt („Ali-Tüten“).

Raab ruft in seiner ersten Äußerung, die eine offene Feststellung ist und eine Antwort erfordert, die klassische Star-Fan-Beziehung auf: „ou, da hast du ja schon einen großen Haufen von Fans“ (Z8/9). Man könnte erwarten, dass sich Ali angesichts der zumindest ambivalenten Situation bescheiden gibt und sein ihm angetragenes Star-Dasein abwiegelt. Stattdessen reagiert Ali tabubrecherisch mit einem Selbstlob: „ganz genau“ (Z10). Ali bestätigt diese Feststellung wie selbstverständlich. Diese „Starallüren“ behält Ali während des Gesprächs bei, was Raab über die gesamte Unterhaltung hinweg als ständige Quelle von Komik auszunutzen weiß.

Während das Publikum Alis Reaktion in Z10 mit lautem Lachen quittiert, setzt Raab zu seiner nächsten Frage an: „Was ist nach der letzten Sendung bei dir passiert? Viele Briefe bekommen?“ (Z11/13/15). Die Frage ist relativ offen und lässt damit viele Antwortmöglichkeiten zu. Alis Reaktion ist auf der rein formalsprachlichen Ebene in zweierlei Hinsicht unfreiwillig komisch. Zunächst verspricht er sich: „viele tele em anrufer haben angerufen“ (Z16); er verbessert sich zwar im Folgenden, aber auch die verbesserte Version („anrufer haben angerufen“; Z16) klingt unbeholfen und trägt zur Komik der Situation bei. Bereits an dieser Stelle wird deutlich, dass Ali keine Bühnenerfahrung hat, sich schlecht artikulieren und infolgedessen wenig schlagfertig auf Raabs Fragen reagieren kann. Das Publikum lacht erneut (Z17) und es wird deutlich, dass das Publikum nicht Alis vermeintliche Fähigkeiten als Sänger oder Entertainer goutiert, sondern seine

unbeholfenen Anstalten, sich als Star zu gerieren. Quelle des Humors ist also die unfreiwillige Komik, die Ali unintentional durch sein Ausdrucksverhalten (mit)produziert. Ali grinst auf die erneut Begeisterung heuchelnde Reaktion des Publikums verschämt mit vorsichtigem Seitenblick ins Publikum und lacht dann lautlos und verhalten mit. Die Stimmung im Publikum bleibt ausgelassen und beeinflusst das folgende Gespräch maßgeblich.

### 3.1.2 Zentrale Strategien der Raabschen Gesprächsführung

Bereits beim Einstieg ins Gespräch wird Raabs Strategie deutlich: Er behandelt Ali, als sei dieser ein (angehender) Star und erzeugt dadurch eine ambivalente, komische Situation. Des Weiteren versucht Raab, seinem Gast Selbstinszenierungen zu entlocken, in denen er sich selbstständig als Star geriert. Von Beginn an ist nichts anderes als der „Star-rummel“ um Ali Thema des Gesprächs.

Zentral für Raabs Gesprächstechnik sind die folgenden vier Strategien, die jeweils an typischen Beispielstellen im Ausschnitt verdeutlicht werden sollen.

- *Permanentes Insistieren auf und Ausbau von peinlichkeits- und humorträchtigen Themen, Beispiel 3: „Fanpost“*

Durch das Insistieren auf bestimmten Themen fokussiert Raab Peinlichkeiten und Schwächen des Gastes. In diesem Fall v. a. die Starallüren Alis sowie dessen Formulierungsunsicherheiten. Im folgenden Abschnitt beharrt er auf dem Thema Fanpost.

12 SR: was ist [nach der sen was ist nach der letzten]  
 13 XP: [ahahahahaha huhuhahaha]  
 14 SR: [sendung nach der letzten sendung]  
 15 XP: [hahaha hahahahahahahahahahaha]  
 16 SR: bei dir passiert? viele briefe bekommen?  
 17 AL: viele tele em ANrufer ham angerufen-  
 18 XP: [<<schreit, klatscht, lacht>>]  
 19 SR: [ja:]  
 20 SR: was war was war da dabei? freunde oder auch leute  
 21 die gesacht haben- (.)  
 22 AL: sagen wir mal welche die ich überhaupt nicht kannte,  
 23 SR: ja,  
 24 AL: und [eh die warn (-)] die warn alle? [((japst)) die]  
 25 XP: [heheahahahahaha] [hahahahahahaha]  
 26 AL: [war]  
 27 XP: [UAH]  
 28 SR: besoffen?  
 29 AL: <<F> DAT FIND ICH GUT;> [((japst nach luft))]  
 30 XP: [hahahahahahahahhahaha]  
 31 AL: ja die warn also alle sehr überrascht die ham das  
 32 nicht geglaubt dass=isch bei Stefan Raab bin weil das  
 33 ist was ganz besonderes mal hautnah neben Stefan  
 34 Raan=zu (.) [neben Stefan Raab zu (-) sein]  
 35 SR: [hautnah? moment- hahahaha]  
 36 XP: [((schreit, johlt, lacht))]

37 AL: <<f> also NEBEN ihm->  
 38 SR: hautnah?  
 39 AL: also NEBEN dir. (.) also gast bei ihm zu sein;  
 40 SR: hast=du=denn äh hast=du=denn ääh auch auch von damen  
 41 zuneigung bekomm,  
 42 (1.5)  
 43 SR: briefe haste briefe bekomm,  
 44 AL: briefe bis jetzt noch nIscht; aa[bah-]  
 45 SR: [ja,]  
 46 SR: keine briefe,  
 47 AL: man kann sisch ja mal überraschn; [(.....)]  
 48 XP: [ooooooooohhh]  
 49 AL: nein(.)[noch nIscht ]  
 50 XP: [ooooooooohhh]  
 51 AL: vielleicht sind sie auf dem weg wegn der post  
 52 XP: <<schrill lachend> hehehehehehe>  
 53 SR: ja das kann sein  
 54 (1,5)  
 55 SR: versaute briefe so kleine du weißt so mädls die dann  
 56 sagen Ali  
 57 AL: [nein.]  
 58 XP: sau fick mit [mir.]  
 59 XP: <<schrill lachend> hehehehe>  
 60 SR: nichts gekommen,

Zunächst stellt Raab eine Doppelfrage: „Was ist nach der letzten Sendung bei dir passiert? Viele Briefe bekommen?“ (Z12/14/16). Die Frage ist offen, wenig konkret und lässt damit mehrere Antwortmöglichkeiten zu. Ali ist dadurch gezwungen, offen und ausgebafter zu antworten, zudem muss er sich entscheiden, auf welche Frage er eingeht. Die Situation scheint ihn zu überfordern, er verhaspelt sich und wird vom Publikum ausgelacht. Raab macht in der Folge den Versuch, die Art der Fan-Briefe von Ali spezifizieren zu lassen (Z20ff.), was in der Frage nach Briefen von „Damen“ (Z40/41;43) kulminiert. Raab imitiert hier Alis Versuche, in hochsprachlichem Register zu sprechen. Diese Frage hat mehrere Funktionen: Zum einen versucht Raab mit dieser Frage abermals Alis Selbstüberschätzung vorzuführen. Er spekuliert auf Alis Unerfahrenheit im Umgang mit Publikumszuspruch. Alis Antwort „briefe bis jetzt noch nicht“ (Z44) löst diese Erwartung ein. Zum anderen zielt sie darauf ab, Ali verlegen zu machen, da er ihn direkt auf Briefe von weiblichen Fans und deren Zuneigung anspricht. Alis lang gezogene Antwort klingt entsprechend verlegen: „Briefe bis jetzt noch nicht, aber man kann sich ja mal überraschen“ (Z44/47). Die Auslassung des Wortes „lassen“ am Ende seines Beitrags zeugt wiederholt von Alis Formulierungsunsicherheiten, die abermals für Komik sorgen. Raab insistiert weiter: Er fragt mit bedauerndem Tonfall nach: „keine Briefe?“ (Z46). Ali verneint abermals und grinst verlegen ins Publikum: „Nein, noch nicht, vielleicht sind sie ja unterwegs, wegen der Post“ (Z51). Alis Äußerungen erzeugen sowohl inhaltlich (er scheint der Überzeugung, dass er bestimmt noch Briefe bekommt), als auch formal (Versprecher, syntaktisch falsche Sätze) und stilistisch (die Begründung mit Bezug auf die Post wirkt ebenso unbeholfen wie altklug, kindlich und naiv) komische Effekte. Deutlich wird, dass Raab kaum etwas zu sagen braucht, da seine Andeutungen und kurzen Nachfragen genügen, um Ali die nötigen Äußerungen zu entlocken.

Dieser scheint das „Forum“, das Raab ihm bietet, dankend anzunehmen: Er hat einen großen Redeanteil und lässt keine Möglichkeit ungenutzt sich zu präsentieren. Raabs Reaktionen bleiben ambivalent: Auf der wörtlichen Ebene scheinen sie affirmativ (z. B. „Ja, das kann sein“ in Z53). Zieht man die Gesamtsituation allerdings in Betracht, wirken sie ironisch. Obwohl Ali eindeutig klargestellt hat, dass er keine Briefe erhalten hat, reizt Raab das Thema noch weiter aus. Er fragt wiederholt nach, indem er die Art der Briefe weiter spezifiziert wissen möchte („versaut“) und damit noch weiter in einen sexualisierten Tabubereich eindringt: „Versaute Briefe, so weißt du, so Mädels die dann sagen: ‚ali‘...“ (Z55/56). Diese erneute Frage nach Fanpost hat offensichtlich bloß noch provokative Funktion, da die grundsätzliche Frage nach Fanpost bereits beantwortet ist: Komik entsteht v. a. durch die Penetranz der Raabschen Gesprächsführung sowie durch die Darstellung Alis als Objekt heimlicher Verehrerinnen oder Groupies – angesichts seines Auftretens eine lächerliche Vorstellung. Raab versteht es in dieser Situation, Alis Starallüren gegen ihn zu wenden: Er nimmt ihn spielerisch ernst und unterstellt ihm Erlebnisse, die man sonst nur mit weltbekanntem Superstars (etwa Madonna oder Michael Jackson) in Verbindung bringen würde. Das Publikum reagiert überschwänglich auf diese Face-Verletzung<sup>22</sup> und greift seinerseits – Ali noch stärker diskreditierend – in das Geschehen ein („Sau fick mit mir“; Z58). Die zurückhaltende Reaktion Alis (ein leises „Nein“; Z57) scheint Raab dazu zu bewegen, das Thema – da ausgereizt – fallen zu lassen.

- *Die Rede des Gastes wird systematisch gegen ihn verwendet, Beispiel 4: „hautnah“, Beispiel 5: „Pokale“*

Ein zweites Mittel Raabs zur Erzeugung von Komik ist das Aufdecken von Inkonsistenzen. Er verwendet Äußerungen seiner Gäste gegen sie, indem er sie absichtlich missversteht bzw. fehlinterpretiert oder verdreht. Häufig stellt er sexuelle Zweideutigkeiten – wie auch in Alis Fall (s. u.) – her.

In Beispiel 4 betont Ali, dass es für ihn eine große Ehre sei, bei Raab als Gast auftreten zu können. Hierzu verwendet er die metaphorische Formulierung „hautnah“ (siehe Beispiel 3 Zeilen 31–39): Er zeigt mit einer gönnerhaften Geste auf Raab und sagt im Stil eines Reporters, der live vor Ort ist, dass es schon etwas Besonderes sei, einmal „hautnah“ neben Stefan Raab zu sitzen (Z31–33). Raab wendet diese Aussage gegen ihn, indem er die körperliche Semantik des Ausdrucks ausnutzt, um sie als sexualisierte Offerte auszulegen (Z35). Damit diskreditiert er Ali, da er ihm sexuelle Ambitionen unterstellt. Ali bemerkt die Anzüglichkeit seiner Äußerung anfangs nicht, da er noch damit beschäftigt ist, den Namen von Raab richtig auszusprechen (Z34). Noch während seines Ringens um eine korrekte Formulierung bricht das Publikum in schallendes Gelächter aus (Z36). Ali bleibt nur noch die Möglichkeit mitzulachen und seine Formulierung im Nachhinein zu korrigieren, um die ungewollte Wendung seiner Äußerung zu „heilen“ (Z37; 39). Auch während der unbeholfenen Versuche Alis, die Fehlinterpretationen seiner Formulierung richtig zu stellen, fokussiert Raab ein weiteres Mal das anstoßerregende Element („hautnah?“; Z38).

Ein weiteres Beispiel, in dem Raab Äußerungen Alis gegen ihn verwendet, ist die folgende Passage, in der Ali über seine bisherigen Erfolge spricht (Beispiel 5 „Pokale“):

22 Vgl. Goffman 1971.

65 AL: weil derm der raab der woche is was gans  
 66 besonders [der hat sogar(.)bei mir den]  
 67 SR: <<all>[was=is=denn was=ham ]>  
 68 XP: <<kichernd> hihihihi  
 69 AL: <<ff>[EHRENPLATZ BEKOMMEN]>  
 70 SR: [ham=ich=schon=gesacht] ja(.)  
 71 XP: [hahahahehehe ]  
 72 SR: neben den andern preis-  
 73 AL: <<erstaunt> ja[AAh?]>  
 74 XP: [hahah]ahaha  
 75 AL: aber deiner is bis jets der gans (.)besondere;  
 76 SR: <<erstaunt>> hach=du=has=noch tatsächlich noch andre  
 77 andre preise,> [wes]  
 78 AL: ja pokale [von]  
 79 klein auftritrn in alssdorf  
 80 SR: <<erstaunt> für auftritte  
 81 AL: di=ich bis jets gesung habe? unnd äähm-  
 82 SR: gibts pokale?>  
 83 AL: jah(.) <<all> bei uns in ALsdorf gab es  
 84 mal einen>(.) unt äh da warn einen wunderschön  
 85 XP: ((Gelächter im Publikum))  
 86 AL: auftritt.(.) (unt)  
 87 SR: [unt]

Raab nimmt Alis Äußerung in Z66/67;70 („Der ‚Raab der Woche‘ ist was ganz besonderes, der hat sogar bei mir den Ehrenplatz bekommen“) zum Anlass, das Mitgemeinte, nämlich dass Ali noch andere Preise besitzt, zu explizieren („neben den anderen Preisen“ (Z73)). Wiederum schafft es Raab, seinen Gast als Aufschneider/Angeber darzustellen, indem er genau jene Präsupposition offen legt, die eine solche Inferenz nährt. Ob Ali diese ihm zur Ratifikation angebotene Feststellung nun berichtigt oder rechtfertigend erklärt, spielt für seine Gesichtswahrung schon fast keine Rolle mehr. Im einen Fall zeugt es erneut von seiner Unfähigkeit, sich zu artikulieren, im anderen Fall strickt er weiter mit am Aufbau seines Negativ-Images als „Möchte-Gern-Star“ (was er im Folgenden auch tut; Z76ff.).

Ähnliches gilt für die Passage in Z81/83, wo Raab gespielt verwundert nachfragt, ob es für Auftritte Pokale gibt. Auch hier fokussiert Raab durch seine ironische Nachfrage exakt den Schwachpunkt in Alis Beitrag, nämlich die Wahl des falschen Registers (Pokale werden für sportliche und nicht für künstlerische Leistungen verliehen). Damit fokussiert er nicht nur wiederholt Alis Schwäche sich auszudrücken, sondern auch seine unbeholfenen Bemühungen, sich als erfahrener Sänger, der schon einige Erfolge vorzuweisen hat, zu präsentieren.

Raab attackiert Ali in dieser Sequenz nicht offen oder überführt ihn mit „journalistischen“ Mitteln der Aufschneiderei, indem er ihn zum Beispiel offen fragen würde, was er denn noch für Preise habe, bzw. Einwände bringt, die Alis Glaubwürdigkeit bezüglich seiner bisherigen Karriere als Sänger untergraben würden. Vielmehr expliziert und fokussiert er die Inferenzen, die in Alis Beiträgen implizit angelegt sind, was den so „Entlarvten“ der Lächerlichkeit preis gibt und beim Publikum Schadenfreude erzeugt.



- *Falscher Ernst, Beispiel 6: „tatsächlich noch andere Preise“ (s. Beispiel 5, Zeilen 76–80)*

Eine dritte Komikquelle, auf die Raab häufig zurückgreift, ist das Heucheln von Ernsthaftigkeit und echtem Interesse an der Person und ihren Geschichten. Trotz durchgehendem Lachen und Johlen des Publikums – also einer eindeutig unernsten Modalität – bleibt Raab streckenweise – wie bspw. in der obigen Passage – bezüglich Alis Äußerungen ernst, fragt interessiert nach oder gibt bestätigende Rückmeldungen. Auch im Beispiel „Pokale“ fragt er scheinbar interessiert nach: „Ach, du hast tatsächlich noch andere Preise?“ (Z77/78). Mit diesem „So-Tun-Als-Ob“ konstituiert Raab eine doppelbödi-ge Kommunikationssituation: Auf einer ersten Ebene findet ein Star-Interview mit den üblichen Fragen rund um den Star statt; auf einer zweiten Ebene jedoch entsteht Komik dadurch, dass es sich bei dem Interviewten um gar keinen Star handelt, sondern um einen 15-jährigen Jungen, der sich für einen solchen hält bzw. die Kommunikationsstrategie Raabs, ihn genau durch diese Festlegung auf ein Starimage lächerlich zu machen, nicht durchschaut. Konstitutiv für diese Art des Humors ist eine Form der komplizierten Interaktion, in der Raab und das Publikum kooperieren und der Gast – aufgrund medialer Unerfahrenheit – nicht eingeweiht wird.

- *Ausschlachten unfreiwilliger Komik*

In der gesamten Passage ist ersichtlich, dass Raab die unfreiwillige Komik, die sich aus Alis Bemühungen ergeben, sich selbst darstellen, zur Belustigung seines Publikums ausschachtet. Unfreiwillig komisch sind besonders die Stellen, an denen Ali nicht bemerkt, dass er Opfer seiner eigenen Selbstinszenierungsaktivitäten wird. Durch Andeutungskommunikation, z.B. unklare und nicht abgeschlossene Fragen wie in Z20/21 („Was war da dabei? Freunde oder auch Leute die gesagt haben ...“) gibt Raab Ali Vorlagen und spekuliert auf Alis „Fähigkeit“, sich ohne Zutun seinerseits lächerlich zu machen. Raab zeigt in seinen Sendungen ein Gespür für solche Situationen: Sobald ein Gast durch seine Art aufzutreten (Sprache, Stimme, Bewegungen etc.) oder durch das, was er sagt, aus sich heraus komisches Potenzial zu entfalten verspricht, beschränkt sich Raab auf Rahmungs- und Elizierungsaktivitäten. Ihm geht es weniger um die wörtliche Ebene des Gesagten, als vielmehr um das Mitgemeinte und die unintentional produzierten Ausdrucksinformationen. Dass er den Fokus auf solche unabsichtlich hervorgebrachten Phänomene legt, zeigt, dass sein Ziel i. d. R. darin besteht, seine Gäste als ganze Personen der Lächerlichkeit preis zu geben.

### 3.1.3 Rolle des Publikums

Das Publikum nimmt während Alis Auftritt eine besondere Rolle ein. Es fungiert nicht nur als Zeugenschaft, sondern beteiligt sich aktiv am Gespräch, woraus sich eine kommunikative Dreierkonstellation ergibt. Deutlich wird dies daran, dass das Publikum weit über die Reaktionen eines „normalen“ Fernsehpublikums, das lediglich Beiträge durch Klatschen/Lachen (bzw. dessen Ausbleiben) bewertet, hinausgeht. Bereits zu Anfang der Szene zeigt das Publikum ungewöhnliche Ausgelassenheit: Es wird laut und expressiv gelacht und Einzelne schreien oder johlen. Die Kamera schwenkt, während Ali hereinfläuft, ins Publikum und zeigt einzelne Zuschauer, die stehend „Ali, Ali“ skandieren und „Ali-Tüten“ hochhalten. Darüber hinaus rufen während des Gesprächs zwischen Raab und Ali einzelne Zuschauer etwas dazwischen, worauf Raab bzw. Ali explizit eingehen. In Z29 reagiert Ali auf den Kommentar eines Zuschauers und ruft ins Pu-

blikum („Das find ich gut“). Raab wendet sich ebenfalls während des Gesprächs mit Ali explizit an das Publikum und bezieht seine Äußerung auf das Geschehen im Publikum („besoffen?“ in Z28). Während des gesamten Gesprächs mit Ali lacht bzw. reagiert das Publikum. Kaum eine Äußerung Alis bleibt unkommentiert (vgl. Z4/13/15/18/25 etc.) Ali interagiert ständig sowohl mit Raab als auch mit dem Publikum: Er schaut fortwährend ins Publikum, lacht mit dem Publikum oder vollführt beschwichtigende Gesten in Richtung Publikum. Am Schluss der Passage richtet er sich mit seinem Beitrag direkt an die Zuschauer (Z89ff.). Gerade in dieser Schwierigkeit, wer wann zu adressieren ist bzw. auf wen man wann reagieren sollte, offenbart sich Alis mediale Unerfahrenheit – ein wesentlicher Aspekt der in dieser Situation entstehenden Komik.

Darüber hinaus ist gerade die von Raab spielerisch betriebene Star-Inszenierung Alis prädestiniert für überschwängliche Publikumsreaktionen: Der Star entsteht und wird bestätigt durch ein Publikum; in diesem Falle spielen die Zuschauer das von Raab forcierte und Ali mitgetragene Spiel mit, sie füllen ihre Rolle – z. T. äußerst expressiv – aus.

### 3.1.4 Fazit: Vorführ-Humor – Raabs Konzept geht auf, Beispiel 7: „es macht sehr Spaß, die Leute zum Lachen zu bringen“

Die Analyse konnte zeigen, dass Raabs Konzept, seinen Gast vorzuführen, griff. Er nutzte dessen Tendenz, sich als Star zu inszenieren, dergestalt aus, dass er ihn in seinen Bemühungen scheinbar unterstützte, ihn jedoch gleichzeitig durch kurze, z.T. ironische Nachfragen in Verlegenheit und Erklärungsschwierigkeiten brachte. Ali ist weder der einen noch der anderen Strategie gewachsen, denn er ist weder schlagfertig genug, um sich gegen Raabs versteckte Frotzeleien zu wehren, noch mediengewandt genug, um den unwertenden Rahmen des Anti-Preises, den er errang, in der aktuellen Interaktion in Rechnung zu stellen. Letzteres ist sicherlich konstitutiv für die Art des Humors, die Raab und das Publikum in dieser Passage herstellen. Dass Raab und das Publikum auf einer zweiten Ebene konspirieren – wie oben argumentiert wurde –, und diese Konspiration darin besteht, dass sie nicht mit, sondern über Ali lachen, wird besonders an folgender Stelle deutlich:

89 AL: ähm und es macht sehr spass ähn  
 90 SR: jahehehehaha ha  
 91 AL: die leute zum lachen zu briNGen  
 92 SR: hehehaha  
 93 XP: huuuuuuuh huuu ((Johlen und Applaus im Publikum))  
 94 AL: weil-  
 95 (2,0)  
 96 AL: weil ein sängA, oder stA, ist ohne publikum  
 97 eine flasche;  
 98 XP: hahahahahahahahah  
 99 XP: huuuuuhuuuu  
 100 AL: uhnd ein mEEensch; wenn er berühmt  
 101 werden möchte geht das nur mit Nettn zuschauern;  
 102 XP: oooohhhhh  
 103 SR: <<all> Meine damen=un=herren dasis ein wort>  
 104 XP: oooooaaahh  
 105 ((Applaus))  
 106 SR: odah,

107 (1,5)  
 108 SR: das=is mah'n wort (.) Alih, viel glück heute noch  
 109 XP: buuuuhhhh  
 110 SR: mah(.)meine=dam=un=herrn(.)Alih  
 111 ((Pfiffe und Applaus aus dem Publikum))

Dass Raabs Konzept darauf angelegt ist, Skurriles im Verhalten seiner Gäste zur Belustigung des Publikums hervorzulocken und er das durch die Etablierung einer doppelbödigen Kommunikationssituation im Verein mit dem Publikum zu erreichen versucht, wird selten so deutlich, wie an dieser Passage aus dem Gespräch mit Ali: Während Ali sich weiterhin als Star und Entertainer geriert und seine Einschätzung der Situation unverblümt expliziert (Z89/91), nehmen Raab und sein Publikum exakt diese Haltung Alis zum Anlass, ihn auszulachen. Der wesentliche Beitrag zur Komik in dieser Situation besteht in Alis Naivität, den Tatbestand seiner Blamage auch noch selbst zu benennen und damit allen vor Augen zu führen, dass er einer eklatanten Fehleinschätzung der Situation aufsitzt und nicht in der Lage ist, die Selbst- und Fremdperspektiven auf seine Person abzugleichen. Raab kommentiert Alis selbstdiskreditierende Selbstoffenbarung mit einem schadenfrohen, meckernden und lachenden „Ja“ (Z90/92), wodurch er ihn erneut in ambivalenter Weise bestätigt und gleichzeitig die konspirative Kooperation mit seinem Publikum fortsetzt, das die Komik der etablierten Situation in expressiver Weise goutiert (Z93). Alis folgende Ausführungen über die Abhängigkeit eines Stars von seinem Publikum tun ihr übriges (Z87ff.).

### 3.2 „Bettina Stark“

Bettina Stark ist der erste Gast in dieser „TV total“-Folge. Es handelt sich in ihrem Fall um die erste Nominierung für den „Raab der Woche“. Bettina Stark ist eine sehr korpolente Alleinunterhalterin, die in der Lage ist, singend und Posaune spielend einen Spagat zu vollführen. Stefan Raab leitet die Ankündigung ihres Auftritts mit der üblichen Floskel „Ich hab was Tolles gesehen ...“(Z1) ein und nennt auch den Sender, der Bettinas Auftritt gezeigt hat (Z5). Er spielt den Anfang der MAZ ein und bricht vor dem Höhepunkt ab, um mit Hilfe dieses Cliffhangers Spannung zu erzeugen. Auch an diesem Beispiel wird deutlich, dass Raab seine Gäste wie Stars ankündigt, auch oder gerade wenn die Nominierten keine Prominenten sind. Bettina Stark versucht dieser Starankündigung gerecht zu werden und tritt selbstbewusst und sicher auf. Beide begrüßen sich wie zwei alte Bekannte: Raab geht ihr entgegen, lacht freudig und schüttelt ihr überschwänglich die Hand. Solche Inszenierungen von Nähe und Vertrautheit unterstreichen den informellen, lockeren und potenziell übergriffigen (s. u.) Stil der Sendung.

Komische Phänomene können künstlich hergestellt werden oder ohne Beeinflussung einfach geschehen (natürliche Komik, „Realsatire“). Künstliche Komik kann durch verschiedene Instrumente wie Ironie, Parodie und Satire erzeugt werden. Komik ist somit das Resultat einer Handlung eines mehr oder weniger professionellen Komikers. Raab jedoch versucht – wie das Beispiel Ali gezeigt hat (s.o.) – *natürliche Komik künstlich zu erzeugen*. Ob und wie ihm das auch im Falle Bettina Starks gelingt, soll im Folgenden an ausgewählten Gesprächspassagen aufgezeigt werden.

### 3.2.1 Formen der Humoretablierung/-initiierung

- *Einführung des Gastes, Beispiel 8: „was tolles gesehen“*

Stefan Raab interagiert häufig mit den Zuschauern, indem er sie direkt und in betont mündlichsprachlicher Diktion anspricht. Sein flapsiger Stil schafft Nähe und lässt häufig den Eindruck entstehen, Raab interagiere in alltäglichen, informellen Face-to-Face-Beziehungen. Dies verstärkt sich noch durch die häufige Metakommunikation und damit Brechung des Medienrahmens (hier beispielsweise durch das Reden mit dem Kameramann in Zeile 2/3).

```
01 SR: ich hab was tolles geseh:n äh:::m sender hab ich
02 schon wieder vergessen(.)wo war das denn(.)weiß
03 es einer,
04 XM: <p> we=de=er->
05 SR: we de er we de er wEst deutscher rundfunk dafür
06 zahlen sie gebührn meine damen und herren(.)ähm(.)
07 schauen sie sich mal kurz diesen ausschnitt an;
```

Die erste Zeile erinnert stilistisch an Alltagsgespräche mit Freunden, da Raab auf ein Alltagserlebnis referiert, das es in der Realität nie gab (Z1-3: „Ich hab was tolles gesehen. ...“)<sup>23</sup>. Er sorgt auf diese Art für einen Spannungsaufbau und durch die Nähekommunikation entsteht ein kumpelhaftes Verhältnis zum Publikum. Die Kritik am Sender WDR (Zeile 5/6) kokettiert zum einen mit dem selbstgesetzten Anspruch, aufklärerisch tätig zu sein („Wir wären nicht ‚TV total‘, wenn wir nicht ...“). Zum anderen nimmt die ironische Anspielung auf ein Preis-Leistungs-Verhältnis (Gebühren – Sehenswertes) eine Bewertung des Kommenden vor. Indem er mittels eines Kontextualisierungshinweises das Kommende in einen komischen Zusammenhang stellt („... dafür zahlen sie Gebühren ...“)<sup>24</sup>, etabliert er bei den Zuschauern eine bestimmte Erwartungshaltung.

Die nun eingespielte MAZ zeigt Bettina Stark während einer ihrer Auftritte, bei dem sie singend und eine Posaune in der Hand haltend zu einem Spagat ansetzt. Der Zuschauer wird im Unsicheren gelassen, ob Bettina den Spagat vollendet, da Raab den Ausschnitt genau an dieser Stelle unterbricht und ein Standbild auf dem Monitor stehen bleibt. Er schafft mit diesem Cliffhanger eine ideale Situation, seinen Gast vorzustellen. Indem er den Ausschnitt abbricht, verlagert er den eigentlichen Höhepunkt von Bettinas Auftritt in die laufende Sendung. Ob die sehr korpulente Frau den Spagat tatsächlich

<sup>23</sup> Natürlich hat er den Ausschnitt weder original (also im program-flow des Fernsehens) gesehen noch selektiert. Durch diese Gesprächstechnik wird jedoch eine jedem Zuschauer vertraute Alltagssituation evoziert (postmediale Kommunikation) sowie dadurch eine private und symmetrische Kommunikationssituation suggeriert.

<sup>24</sup> Für den unbedarften Zuschauer entsteht an dieser Stelle eine Diskrepanz: Ein TV-Auftritt wird durch den Moderator in seiner eigenen Sendung angekündigt und gleichzeitig vorgehend diskreditiert. Warum tut er das? Einen Sinn bekommt das Handeln Raabs an dieser Stelle, wenn man den spezifischen Genre-Rahmen (Comedy) und die besondere Ausrichtung der Sendung in Rechnung stellt: Der „Raab der Woche“ ist ein Anti-Preis und die Personen, die ihn bekommen, werden eingeladen, weil sie auf irgendeine Weise komisch oder abweichend sind bzw. sich so verhalten haben.

schafft, soll live – vor einem gespannten Studiopublikum – aufgelöst werden. Dadurch wird eine Doppelung der Vorführung vermieden bzw. erscheint der Live-Auftritt als Fortführung der Einspielung.

- *Begrüßung und Vorstellung des Gastes, Beispiel 9: Parallelsprechen*

Ein weiteres Mittel von Raab zur Erzeugung von Komik ist das Parallelsprechen. Er „plappert“ minimal versetzt die Worte der Gesprächspartner/innen mit. Zusätzlich gestikuliert er in der gleichen Weise wie sein Gegenüber. Er versucht seine Gäste auf diese Weise zu verunsichern, um sie zu Fehlern zu provozieren. Eigentlich deutet gemeinsames/chorisches Sprechen auf Bestätigung hin<sup>25</sup>. Die übertriebene Form jedoch, in der es Raab betreibt, lässt es degradierend wirken und es weist eine gewisse Nähe zum Nachäffen auf. Man hat den Eindruck, dass er seine Gäste, in diesem Fall Bettina Stark, nicht ernst nimmt. Das Oszillieren zwischen Bestätigung, Zuspruch und Ermunterung auf der einen und Nachäffen, Degradierung und Respektlosigkeit auf der anderen Seite erzeugt Komik, gerade auch weil der Gast nun unter Handlungsdruck gerät, eine angemessene Form des Umgangs mit einer solch ambivalenten Situation zu entwickeln.

29 SR: sie sind(.)ähm(.)ja was sacht man,  
 30 (2.0)  
 31 BS: pauerfrau-  
 32 SR: bidde,  
 33 BS: pauerfrau-  
 34 SR: =sie sind pauerfrau richtich(.)genau;  
 35 (-)alleInunterhalterin,  
 36 BS: richtig-  
 37 SR: und pOsaunistin;  
 38 BS: n=unter anderm ich spiel über zehn blasinschtrumende;  
 39 SR: =sie spielen über zEhn blAs[ins]trumente  
 40 BS: [ja]  
 41 SR: welche gibtsn da noch, trompete; posaune-  
 42 BS: =posaune; tub[a-]  
 43 SR: [tu]ba-  
 44 BS: öh melaf[on-]  
 45 SR: [öh] melafon-  
 46 BS: tenor[horn bariton-]  
 47 SR: [enorhorn bari]ton-  
 48 BS: pan[flöte und] viele viele an[dre inschtrumende];  
 49 SR: [puanflöte] [und viele andere]mehr;  
 50 ((während dieser Aufzählung imitiert Raab Frau Starks  
 51 auffälliges Gestikulieren mit der rechten Hand))  
 52 SR: sie sIngen auch dazu,  
 53 BS: ja ich sing [auch](.)und ich pfeif auch;  
 54 SR: [und-]

---

25 Vgl. Schwitalla 1992.

55 und sie pfeifen auch[da]zu wau;  
 56 BS: [ja]  
 57 BS: soll ich dir maln marsch blasen(.)eh pfeifen,  
 58 SR: <<meckernd, lachend> jahahaha- >  
 59 ((beide lachen))  
 60 SR: olala(↑-)olala↑  
 61 XP: ((klatschen, lachen johlen))

In den Zeilen 29–60 wird deutlich, wie Stefan Raab durch Parallelsprechen versucht, Komik zu erzeugen. Er spricht nicht nur gleichzeitig mit seinem Gast dessen Äußerungen mit, sondern gestikuliert wie Bettina mit der rechten Hand und verstärkt so den Effekt des verbalen Nachahmens. Nach dem Parallelsprechen geht Raab erneut auf Bettinas Fähigkeiten ein und forciert so den vermeintlichen Sensationscharakter der Situation. Er fragt Bettina, ob sie während ihres Auftritts auch singt, diese bejaht, woraufhin Raab Anerkennung zeigt, die zwischen Ernst und Ironie changiert (Z52–56). Syntaktisch ähneln diese Zeilen der vorangegangenen Aufzählung der Blasinstrumente (Z41ff.) und wirken durch die Übernahme bzw. Fortsetzung dieses Konstruktionsformates komisch. In Z55 lässt sich eine weitere Strategie Raabs zur Erzeugung von Komik erkennen: Das Heucheln von Begeisterung („wau“) wird häufig eingesetzt, um Gäste vorzuführen. Doch Bettina lässt sich auf Raabs Versuche, sie in eine doppelbödige Kommunikationssituation hineinzuziehen (wie ihm das etwa bei Ali gelang), nicht ein und sichert sich mit dem Wortspiel „Marsch blasen“ (Z57) die Lacher des Publikums. Sie „schlägt“ zurück und versucht ihrerseits intentional komisch zu sein, wodurch sie einen Schlagabtausch mit dem Moderator initiiert.

### 3.2.2 Auftritt des Gastes, Beispiel 10: „Machen sie bitte noch mal diesen Spagat“

Stefan Raab stellt immer wieder durch bestimmte Aufforderungen wie „Achtung“ und „passen Sie auf“ Aufmerksamkeit her und versucht mit dieser Fokussierungstechnik Spektakuläres und Komisches herzustellen – so auch mehrfach im Falle von Frau Stark (u.a. in Z1, 14, 65 etc.). Die darin enthaltene Bewertung bleibt jedoch – wie mehrfach betont – ambivalent. Dies zeigt sich auf der Mikroebene v.a. dadurch, dass er seinen Gästen nicht nur ständig ins Wort fällt, sondern auch ihre zuvor als sehenswerte Einmaligkeiten gewürdigte Vorführungen abrupt unterbricht (Z86/87). Er zeigt auf diese Weise Dominanz und sorgt durch solche Respektlosigkeiten für den einen oder anderen Lacher. Umgekehrt vermittelt er seinen Gästen damit implizit, wo sie „hingehören“: Sie sind keine großen Stars, sondern Lachnummern, die man jederzeit unterbrechen bzw. herundirigieren kann (s. etwa Z91;93).

80 SR: meine damen und herrn(.)bettina stAk(-)seien sie  
 81 gefasst(-)auf was spEktakuläres(.)passen sie auf  
 82 (- - -)achtung,  
 83((Fr. Stark führt ihr Kunststück vor: sie bläst Posaune und  
 84 geht anschließend singend in einen Spagat; Dauer: 1 Min.))  
 85 ((Publikum und Raab klatschen mit, pfeifen und johlen))  
 86 SR: <<in die Vorführung hineinsprechend> meine damen  
 87 und herrn(- -)bettina stAk ↑(-)bettinastAk,>  
 88 BS: ((führt weiter vor))  
 89 SR: also(-)wie,

90 BS: <<p> dankeschön->  
 91 SR: wie machen(- -)könn sie das nochmal zeigen;  
 92 BS: soll ichs nochma zeigen,  
 93 SR: machen sie bitte nochmal diesen spa[gat-]  
 94 BS: [okaly hier,  
 95 SR: [acht]ung-  
 96 BS: [komm-]  
 97 ((wiederholt Spagat))  
 98 SR: uuahh  
 99 BS: okay,  
 100 ((Publikum tobt, Bettina lacht))  
 101 (2.0)  
 102 BS: okay;  
 103 SR: soll ich ihn helfen,  
 104 BS: nee-  
 105 ((Raab versucht Bettina beim Aufstehen zu helfen))  
 106 SR: arrg  
 107 (2.0)  
 108 SR: ah  
 109 (2.0)  
 110 SR: sUpa-  
 111 BS: pass auf(.)is überhaupt kein [pro]blem(.)machen mer  
 112 SR: [ja]  
 113 BS: das so;  
 114 ((Bettina hebt Raab hoch, Publikum tobt, alle  
 115 lachen))

Raabs Unhöflichkeiten sorgen immer wieder für Komik. Er wirkt über weite Strecken des Gesprächs unkonzentriert, hört z. T. nicht zu bzw. „plappert“ dazwischen und benimmt sich streckenweise infantil, indem er etwa in gespielt kindlicher Freude, etwas kaum glauben kann („wie machen-[sie das]“; Z91) und noch mal sehen möchte („können sie das noch mal zeigen“; Z91), um dann in expressiver Weise mit paraverbalen Lauten sein Erstaunen kund zu tun (etwa „uuahh“ in Z98). Der Zuschauer hat das Gefühl, es käme etwas ganz Besonderes, da Raab das Gefühl vermittelt, als könne auch er es gar nicht mehr abwarten, Bettinas Vorführung zu sehen. Die Taktlosigkeit und implizite Geringschätzung des Gastes und seines Auftritts zeigt sich insbesondere am Schluss: Raab leitet noch während Frau Starks Vorführung in die Abmoderation ein (Zeile 86/87) und beginnt sie etwas zu fragen (Z89), noch bevor sie ihre Vorführung beenden und sich beim Publikum bedanken konnte (Z90).

Nachdem Bettina auf Nachfrage von Raab und zur Freude aller den Spagat wiederholt hat (Z97), bietet Raab ihr Hilfe beim Aufstehen an (Z103). Obwohl sie ablehnt (Z104), greift er ihr unter die Arme und versucht sie unter lautem Stöhnen hochzuheben (Z105ff.). Die Face-Verletzung, die in Raabs nonverbalen Anspielungen auf Bettina Starks Körperfülle besteht, stellen eine komische Situation her: Dem Publikum wird nochmals vor Augen geführt, wie korpulent und schwer jene Frau ist, die ihnen gerade noch einen Spagat vorführte (Zeile 103-108). Bettina Stark sorgt ihrerseits für Komik, indem sie Raab zeitweise versucht „die Show zu stehlen“. Ein Beispiel hierfür ist der Moment, indem sie Stefan Raab hochhebt (ab Z111) und sich auf diese Weise für die vorangegangene Face-Verletzung revanchiert. Dadurch, dass sie „den Spieß umdreht“, si-

chert sie sich die Kontrolle, lässt das Publikum über Raab lachen und nimmt die Herausforderung zum Schlagabtausch ein zweites Mal an. Diese gegenseitigen Face-Verletzungen sorgen für Unterhaltung<sup>26</sup> (s. Resümee).

### 3.2.3 *Fazit: Geht Stefan Raabs Konzept immer auf? Beispiel 11: „Marsch blasen“, Beispiel 12: Hochheben*

Stefan Raabs Konzept beruht auf der Rahmung eigentlich unspektakulärer Personen/Situationen/Ereignisse als etwas extrem Außergewöhnlichem. I. d. R. verfügen die eingeladenen Personen über keine besonderen Fertigkeiten in einem kulturell anerkannten Sinne. Sie werden trotzdem bzw. gerade deswegen eingeladen. Immer spekuliert Raab auch darauf, dass seine Gäste die Einladung zum Anlass nehmen, sich und ihr vermeintliches Können in ernsthafter Absicht zu präsentieren. Die verschiedenen Rahmungen der gleichen Situation entfalten natürliche Komik und führen idealiter dazu, dass sich Raabs Gäste freiwillig und ohne sein Zutun selbst diskreditieren (s. insbes. den Ausschnitt „Ali“).

Die Situation im besprochenen Ausschnitt hat einen von Anfang an festgelegten Rahmen: Bettina Stark ist eingeladen, weil sowohl ihre Vorführung als auch ihre Erscheinung abstrus und damit komisch wirken (sollen). Darüber hinaus besteht bei ihr die Chance, dass sie ihre Nominierung ernst nimmt und sich selbst darstellen möchte. Dies böte die Möglichkeit, sie dazu zu animieren, sich selbst vorzuführen und ihre Bemühungen dann zu karikieren. Die im Ausschnitt nominierte Person „Bettina Stark“ ist Alleinunterhalterin und bezeichnet sich selbst als Powerfrau (Z31–35). Sie ist den Umgang mit Publikum gewöhnt und tritt deshalb sehr selbstbewusst und sicher auf. Dadurch fällt es Raab schwer, sie vorzuführen. Bettina schafft es immer wieder, seinen Blamage-Attacken auszuweichen und das Publikum auf ihre Seite zu ziehen, indem sie ihrerseits Stefan Raab zum Objekt der Komik macht. Dies zeigt sich besonders an den Passagen „Marsch blasen“ und „Hochheben“ (Bsp. 12):

Nachdem Raab vergeblich versucht hat, Bettina durch sein Nachäffen aus dem Konzept zu bringen, um so für durch Blamage entstehende Unterhaltung zu sorgen, geht Bettina ihrerseits in die Offensive. Sie attackiert den Moderator mit einer kessen Bemerkung, woraufhin dieser zunächst eine Verlegenheitsäußerung von sich gibt (Z58) und erst einen Moment später die Situation mit „olala“ (Z60) wieder in den Griff zu bekommen versucht. Im zweiten Fall revanchiert sich die Alleinunterhalterin für Stefan Raabs Unhöflichkeit, sie hochzuheben, obwohl sie dies abgelehnt hatte, indem sie ihn ihrerseits zur Freude der Zuschauer hochhebt. Diese Dreistigkeit wird vom Publikum durch tobenden Applaus goutiert.

Abschließend lässt sich feststellen, dass Raabs Konzept im Falle von Bettina Stark nicht in der gleichen Weise aufgeht, wie das etwa bei Ali (s. o.) der Fall war, d. h. der Gast ist schlagfertiger, wehrt sich und begehrt nicht den Fehler, die Nominierung bloß als Selbstbestätigung der eigenen Person und Leistung zu begreifen (wie das Ali tut), und infolgedessen „wackelt“ Raabs Konzept der Selbstdiskreditierung. Zu Beginn des Auftritts schien es zu funktionieren: Das Publikum freute sich auf eine enorm korpulente Frau, die zum Erstaunen – und zum Ekel! – aller einen Spagat vorführt. Doch im Ver-

<sup>26</sup> Hier sind Übereinstimmungen mit Gesprächsphänomenen, -stilen und -strukturen in der Peer-Group-Kommunikation zu konstatieren (vgl. Neumann-Braun/Deppermann/Schmidt i.Dr.; Deppermann/Schmidt 2001).



lauf des Gastauftritts gewinnt Bettina durch ihre Schlagfertigkeit und Ruhe die Sympathie der Zuschauer und mindert so den Blamage-Effekt, jedoch nicht den Grad der Unterhaltsamkeit. Festzuhalten bleibt, dass die Unterhaltsamkeit solcher Szenen nicht unbedingt an die Selbstdiskreditierung des Gastes geknüpft ist, sondern auch an den Schlagabtausch zwischen Raab und seinen Gästen, wobei es der Unterhaltsamkeit nicht abträglich ist, wenn auch Raab mal „etwas abbekommt“.

### 3.2.4 *Mediengewandtheit der Gäste*

Relevant ist weiterhin die Frage, ob mediengewandte Leute „TV total“ besser einschätzen können und wissen, was sie erwartet bzw. wie sie sich am Besten „aus der Affäre zu ziehen haben“. Im Fall von Bettina Stark lässt sich vermuten, dass sie wusste, was auf sie zukommt, und sich deshalb Entsprechendes zurechtlegte. Ihre Tätigkeit als Alleinunterhalterin befähigt sie, mit Menschen umzugehen, und auch das Agieren vor einem Publikum bzw. der Umgang mit Moderatoren fällt ihr deshalb leichter als Raabs sonstigen Gästen. Wer sich hingegen vor seinem Gastauftritt bei „TV total“ nicht mit dem Format der Sendung befasst hat und sich des Nominierungsrahmens nicht bewusst ist, wird mit der Art, wie der Moderator mit seinen Gästen umgeht, nicht zurechtkommen. Raab kann bei diesen Personen sein oben vorgestelltes Konzept voll ausspielen und das Image seiner Sendung schärfen und ausbauen.

Grob lassen sich vier Arten von Gästen nach dem Kriterium der Mediengewandtheit unterscheiden:

1. professionelle Komiker (etwa Ingolf Lück),
2. sonstige Medien-Profis (etwa Karl Moik),
3. Personen aus dem amateurhaften Unterhaltungsbereich (etwa Bettina Stark),
4. Personen aus dem Alltag, die keinerlei Erfahrung mit Medien- und Bühnenauftritten haben (etwa Ali).

Ein weiteres, quer dazu liegendes Kriterium ist die Milieu- oder Zielgruppenspezifität der eingeladenen Personen. Da die Sendung „TV total“ ein bestimmtes Publikum anspricht, sind die Gäste bzw. ihre Aktivitäten in den Medien mehr oder weniger weit vom Geschmack des durchschnittlichen Raab-Publikums entfernt. So ist es bspw. ein Unterschied, ob der Comedy-Star Bastian Pastewka aus der stilistisch ähnlichen Wochenshow oder etwa Rudi Carell, ein für das „TV total“-Publikum abgehalfterter Possenreißer, auf Raabs Couch Platz nehmen. Diese Einordnung lässt sich prinzipiell auf alle Bereiche übertragen (etwa im musikalischen Bereich: Karl Moik im Gegensatz zu Fettes Brot). Dass Stefan Raab Gäste aus allen stilistischen Bereichen einlädt, gerade auch – aus der Perspektive der „TV total“-Anhänger – eher negativ zu bewertende Personen, zeigt, wie bedeutsam die Herstellung von Erwartungshaltungen beim Publikum für die Erzeugung komischer Situationen ist. Gleichzeitig scheint die stilistische Grundausrichtung der Gäste den Stil des anschließenden Talks in der Tendenz vorauszubestimmen (so begegnet Raab Comedy-Stars wie Lück eher affirmativ, nutzt also ihre Fähigkeiten als professionelle Komiker komisch zu sein, ohne ironische Brechungen, während er eher negativ bewertete Personen wie Carell oder Moik zu provozieren und Komik dadurch zu erzeugen versucht, dass diese sich durch ihr unangemessenes Verhalten selbst diskreditieren bzw. sich auf einen unterhaltsamen Schlagabtausch mit Raab einlassen). Generell wird Spannung und damit Unterhaltsamkeit durch die latente Aggressivität, die solchen Situationen inhärent ist, erzeugt. Studio- und Fernsehpublikum sind gespannt, wie sich Gäste, die Raab zuvor – z. T. schwerstens – diskreditiert hatte, in seiner Sendung „schlagen“. Raab setzt somit auf die Unterhaltsamkeit von wechselseitigen Face-Verletzungen

sowie Identitätswettkämpfen und arbeitet ganz gezielt auf solche Situationen hin<sup>27</sup>, indem er von den vermeintlichen Vorlieben seines Publikums besonders abweichende Personen (wie etwa Patrick Lindner oder Ingo Dubinski) Wochen vorher, z. T. unterstützt durch allein zu diesem Zweck produzierte Trailer, ankündigt. Im Zentrum des Interesses steht dann nicht die eingeladene Person, ihre Biografie oder momentanen Pläne (wie das in anderen Talk-Runden vornehmlich der Fall ist), sondern einzig und allein die Frage, wie sie auf Stefan Raab reagieren und sich in der Sendung behaupten wird.

#### 4. Resümee

Abschließend lassen sich folgende allgemeine Merkmale des Formats „TV total“ sowie der Gesprächsstrategie Raabs bezüglich seiner Gäste festhalten:

- *„Jahrmarktsprinzip“*<sup>28</sup>: Selektionskriterium für Medienzitate und Gäste (Nominierungen) ist die Abweichung von Gewohntem oder Erwartetem. Eingang in die Sendung finden Ereignisse, die in irgendeiner Hinsicht abstrus, skurril oder lächerlich sind.
- *Umdeutungen und -wertungen*: Raab kündigt in seinen Sendungen ständig etwas „Tolles“, „Spektakuläres“ oder „Sensationelles“ an. Die Einlösung solcher Ankündigungen erfolgt zumeist in Form von TV-Ausschnitten, die einer an traditionellen Maßstäben gemessenen positiven Bewertung widersprechen. Raab verwendet durchgehend hyperbolische Wendungen, die dann in scharfen Kontrast zum Gezeigten treten, so dass seine Lobeshymnen ironisch interpretierbar werden. Gleichzeitig etabliert und prozessiert er damit sein Sendekonzept: „Toll“ ist nicht das, was andere intentional als sehenswert hervorbrachten, sondern eben gerade das, was sie an unangemessenem Verhalten nebenbei, unintentional (mit)produzierten. Fokussiert und systematisch gesucht werden Situationen, in denen Menschen sich blamieren, Dinge tun,

---

<sup>27</sup> Mit „solchen Situationen“ sind offene und kontingente Face-to-Face-Interaktionen gemeint, die durch Raabs Verhalten in der Vergangenheit stark vorbelastet sind, gewissermaßen also von einer öffentlichen Interaktionsgeschichte begleitet werden. Die Tatsache, dass sich Raab über jemanden lustig macht oder schlecht über jemanden redet, ist nicht entscheidend (das wird in fast jeder Comedy-Serie/-Show getan). Der ausschlaggebende Unterschied – gerade auch für die Unterhaltsamkeit solcher Angriffe – besteht darin, dass Raab erklärte Gegner einlädt bzw. solchen Personen seine schlechte Meinung über sie „direkt ins Gesicht sagt“. Dieses „Hahnenkampfprinzip“ als Attraktionsstrategie verwenden im übrigen Daily Talks ebenso wie herkömmliche Talkshows (etwa konnte „Die Johannes B. Kerner-Show“ (ZDF) selten so hohe Einschaltquoten verzeichnen, wie in der Sendung, in der Alice Schwarzer und Verona Feldbusch „gegeneinander antraten“).

<sup>28</sup> Dem Vergleich mit einem Jahrmarkt liegt folgende Überlegung zu Grunde: Ähnlich wie auf einem Jahrmarkt preist Stefan Raab (gewissermaßen als Marktschreier) ohne Unterlass Sensationen an (der Ausspruch: „sensationell“ avancierte zu einem Markenzeichen der Raabschen Moderation). Konstitutiv für solche Sensationen ist ein Hang zum Abseitigen gepaart mit der Schaulust des Publikums (hierin den typischen Jahrmarkts-Sensationen, etwa „Der stärkste Mann der Welt“ oder „Die Frau ohne Unterleib“, ähnlich). So hat alles, was in irgendeiner Form vom Normalen abweicht, eine Chance, Eingang in die Sendung zu finden: Menschen mit deformierten Körperteilen, Sprachfehlern und sonstigen Defekten, Personen, die unsinnige und abstruse Erfindungen präsentieren, sich in penetranter Weise selbst darstellen oder denen drastische Missgeschicke wiederfahren. Von der aus heutiger Sicht oft tragischen Komik von Jahrmarktssensationen weit entfernt präsentiert Raab seine Sensationen im Minutentakt und wohlwissend, dass darüber eher gelacht als gestaunt wird.

über die andere lachen, ohne dass sie selbst es darauf angelegt hätten, andere auf diese Weise zum Lachen zu bringen – kurz: zentrale Quelle von Humor ist unfreiwillige Komik (dieses Prinzip setzt sich im Gäste-Talk in radikalierter Form fort; s. u.).

- *Aggression, Tabubrüche und Diskreditierungen*: Wesentliches Merkmal der Sendung ist es, dass Tabuthemen aufgegriffen und andere Personen/Sendungen/Institutionen mit Face-Angriffen bedacht oder direkt konfrontiert werden. Quelle des Humors ist zunächst die Aggression als solche und weiterhin die Reaktionen angegriffener Personen (s.u.). In dieses Schema passen auch die Außenreportagen im Stile von Krisenexperimenten.
- *Live-Publikum*: Die Form der Unterhaltung in „TV total“ offenbart sich u. a. auch am Verhalten und der Einbeziehung des Studio-Publikums: Zunächst ist das Publikum der primäre Ansprechpartner des Moderators in der Sendung. Die Präsentation von Fundstücken, pseudoaufklärerischen Berichten und sensationellen Ereignissen ist unmittelbar an die Präsenz und die direkte Reaktion eines Publikums gebunden. Auch die Kommunikation mit Medienversatzstücken und sonstigen fest etablierten kommunikativen Elementen (Knöpfe, Kellen, Pulleralarm) ist auf die Interaktion mit einem Studiopublikum angewiesen. Darüber hinaus fungiert das Publikum als Zeugsenschaft und Resonanzkörper für die anvisierten Face-Verletzungen, teilweise konspiriert es mit dem Moderator bei der Herstellung spielerischer Als-Ob-Situationen (vgl. die Analyse „Ali“).
- *Kontextmanagement*: Raab verwendet eine Fülle von Medienzitaten in dekontextualisierender Weise. Besonders absurde Ausschnitte aus der Fernsehrealität werden zunächst erläuternd eingeführt, durch die Knöpfe technisch reproduzierbar gemacht, durch häufiges Verwenden etabliert, damit aus ihrem ursprünglichen Zusammenhang herausgelöst und in der Folge in kreativer Weise in verschiedensten Situationen wiederverwendet. Mit dieser Technik erzeugt Raab Running Gags und schafft sich somit die Möglichkeit, auf Publikums- und Gäste(re)aktionen spontan und witzig zu reagieren. Eine ähnliche Funktion haben die Respekt- und Pfui-Kellen.
- *Generierung von Komik durch Neurahmung und Redundanz*: Ein Großteil der Sendung besteht aus dem Aufgreifen bereits gesendeter TV-Szenen, deren komisches Potenzial zumindest zweifelhaft ist. Erst durch den Eingang in die Comedy-Show „TV total“ erhalten solche Szenen eine komische Rahmung, vor allem durch eine klare Rezeptionssteuerung von Seiten des Moderators („Ich hab was Tolles gesehen ...“, „Gucken Sie sich das bitte mal an“ etc.). Häufig werden Ausschnitte mehrmals gezeigt, durch den Moderator aufwändig erklärt und gerahmt und z. T. am Monitor durch den Moderator akribisch „zerpflückt“ (mit Techniken wie Standbild, Vor- und Zurück-Laufen-Lassen, Slow-Motion etc.). Typisch für „TV total“ ist es, dass der Begriff des Komischen sehr weit auslegt wird, zum Teil so weit, dass die Komik darin besteht, dass etwas als komisch gerahmt wird, was im Original alles andere als komisch ist, und durch den Moderator solange darauf beharrt wird, dass es komisch ist (Redundanz), bis die penetranten Versuche und die absurde Situation, die durch solch iteratives Versuchen entsteht, das eigentlich Komische ist<sup>29</sup>.

---

<sup>29</sup> Prototypische Beispiele wären hier der verschossene Elfmeter von Uli Hoeneß bei der Weltmeisterschaft 1974 oder der kurze Auftritt von Berti Vogts in einer Tatortfolge. Beide TV-Ausschnitte erzeugten bei einmaligen Zeigen in der Sendung nur wenig Erheiterung beim Publikum. Erst durch das penetrante Wiederholen, die infantile Freude des Moderators und die ständigen Neu-Rahmungen des Gezeigten konnten die Ausschnitte Komik hervorbringen.

- *Prinzip der Albernheit und Lieblosigkeit*: Typisches Element Raabscher Komik ist darüber hinaus ein alberner bis respekt- bzw. liebloser Kommunikations- und Moderationsstil, wodurch zum einen eine durchgehend unernte Modalität etabliert wird und zum anderen die auf diese Weise eingeführten und behandelten Objekte (Personen, Ereignisse) per se eine Abwertung erfahren. Typisch hierfür sind die schnoddrigen, z. T. vulgärsprachlich gehaltenen „Reportagen“ über aktuelle Themen (MAZ-Einblendungen) oder die Gewinn-Spiele, in denen lieblos vorgestellte Personen ein Treppengeländer möglichst schnell herunterrutschen müssen oder „Schnick-Schnack-Schnuck“ um hohe Geldsummen spielen.
- *Die Herstellung von „Kultigem“ am Fließband*: Wenn etwas zum Kult geworden ist, so sind das üblicherweise Objekte, die im Laufe der Zeit durch Rezeptionsprozesse einen Status in der populären Kultur erlangt haben, den sie intentional oder auch in ihrer Zeit nie erreicht hätten (bes. augenfällig an Revivals). Raab versteht es, Objekten in kürzester Zeit einen solchen Status zu verleihen, indem er seine Sendung dazu verwendet, solche Objekte „aufzubauen“. Sie werden dort eingeführt, es entstehen Songs, Gerüchte, Web-Pages und eine „Story“, die kontinuierlich gepflegt wird (herausragendstes Beispiel: „Maschendrahtzaun“).
- *Vorab-Diskreditierung der Gäste durch Anti-Preis-Rahmung*: In der TV-total-Rhetorik sind Gäste eingeladen, weil sie für einen Fernsehpreis, den „Raab der Woche“ nominiert wurden. Ihnen wird auf diese Weise eine besondere Leistung bescheinigt, die eine Würdigung durch einen Preis verdient. Aber aufgrund des für die Sendung konstitutiven Rahmens des Unernstes handelt es sich eben um einen Anti-Preis. Honoriert wird demzufolge – augenzwinkernd – ein ungemessenes und lächerliches Verhalten, das – spielerisch – mit einem Preis ausgezeichnet wird. Wer für einen „Raab der Woche“ nominiert ist, weiß in der Regel, dass andere über unfreiwillig komische Aspekte seiner Person gelacht haben und durch seinen neuerlichen Auftritt im Fernsehen, der eben durch diesen Fauxpas motiviert ist, erneut lachen werden bzw. sollen.
- *Natürliche Komik und Vorführ-Humor*: Wer unter solchen Vorzeichen in eine Sendung eingeladen wird, soll der Lächerlichkeit preisgegeben werden – das wissen zumindest die Zuschauer und Raab, aber auch ein Großteil seiner Gäste. Nicht besondere Fertig- oder Fähigkeiten des Gastes, sondern unintentional hervorgebrachte, komische Aspekte der Person stehen im Vordergrund, die in der Sendung – womöglich – reinszeniert werden sollen. Aus diesen Voreinstellungen bezüglich des Gastauftritts resultiert eine besondere Kommunikationssituation, die sich dadurch auszeichnet, dass der Gast von vornherein unter immensem Handlungs- und Selbstdarstellungsdruck steht: Spannung und Rezeptionsvergnügen entsteht durch den auf diese Weise unweigerlich entstehenden Versuch des Gastes, sein Gesicht zu wahren. Wie geht er mit dieser gesichtsverletzenden Situation um, wie zieht er sich aus der Affäre und hat er Raab etwas entgegenzusetzen? Das sind die Fragen, die in der Raabschen Sendung im Vordergrund stehen und als Markenzeichen der Sendung gelten.
- *Spielen mit kommunikativen Regeln und Höflichkeitsstandards*<sup>30</sup>: Die Hauptquelle der Komikgenerierung während des Gästetalks liegt demzufolge auch in der Kontingenz/Offenheit der initiierten Kommunikationssituation als identitärer Wettbewerb: In den Analysen konnte gezeigt werden, dass Stefan Raab seine Gäste systematisch durch das Brechen kommunikativer Idealisierungen zu verunsichern ver-

---

30 Vgl. Brown/Levinson 1987.

sucht. Dies zeigt sich darin, dass er seine Gäste absichtlich missversteht, Interesse ironisch gebrochen heuchelt, nebensächliche Details penetrant fokussiert und ständig versucht, Inkonsistenzen und Fehlerhaftes in der Rede seines Gegenübers aufzudecken, um ihn auf diesem Wege zu diskreditieren. Er bricht darüber hinaus ständig die in Alltagsgesprächen gebräuchlichen Höflichkeitsstandards und konversationellen Regeln: Er fällt dem Gast fortwährend ins Wort, hört demonstrativ nicht zu, steht unvermittelt auf, fasst seinen Gast plötzlich an, produziert offensichtlich unwahre, inkohärente und irrelevante (Themen-) Beiträge, befiehlt unverblümt etwas oder beendet die Unterhaltung oder die Vorführung des Gastes in barscher Art und Weise. Durch solches als Respektlosigkeit und Face-Verletzung zu interpretierendes Kommunikationsverhalten entstehen häufig verbale Duelle. Raab bewegt sich damit ständig auf der Kippe zwischen kumpelhaftem Humor und verletzender Provokation. Gerade diese Gradwanderung und die Spannung, wie sich eine Situation entwickelt, bringen jene Unterhaltsamkeit hervor, die typisch für „TV total“ geworden ist.

Abschließend bleibt festzuhalten, dass die immanente Veränderung unterhaltender TV-Genres format- und detailanalytischer Betrachtungen bedarf, die darüber hinaus die Generierung von Humor nicht an schematischen Produktionsprinzipien (wie etwa Inkongruenz) festmachen, sondern kontextsensitive Konzepte wie Beteiligungskonstellation, Rahmung und Face-Work stärker mit einbeziehen.<sup>31</sup>

## 5. Literaturverzeichnis

- Albert, Reinhold, Anschlag, Dieter und Brüggem, Jürgen (1999): Tyrannie der öffentlichen Intimität und Tabubrüche im Fernsehen. Tagungsdokumentation. Berlin: Vistas.
- Bente, Gary und Fromm, Bettina (1997): Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen. Opladen: Leske + Budrich.
- Berghaus, Margot und Staab, Joachim F. (1995): Fernsehshows auf deutschen Bildschirmen. Eine Inhaltsanalyse aus Zuschauersicht. München: Fischer.
- Bosshart, Louis und Hoffmann-Riem, Wolfgang (Hg.) (1994): Mediennutz und Medienlust. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation. München: Ölschläger.
- Brinkbäumer, Klaus und Rabsch, Thomas (2000): Des Teufels Moderator. Raab, Deutschlands modernster Entertainer. In: Spiegel reporter, 5, 22 – 34.
- Brock, Alexander (1998): Ein integratives Modell der Humorrezeption. In: Brock, A. und Hartung, M. (Hg.): Neuere Entwicklungen der Gesprächsforschung. Tübingen: Narr. S. 69 – 84.
- Brors, Peter (2001): Risiko total. In: Handelsblatt, 25.01.01.
- Brown, Penelope und Levinson, Stephen C. (1987): Politeness. Some universals in language usage. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Deppermann, Arnulf (1999): Gespräche analysieren. Opladen: Leske + Budrich.
- Deppermann, Arnulf und Schmidt, Axel (2001): „Hauptsache Spaß“. Zur Eigenart der Unterhaltungskultur Jugendlicher. In: Der Deutschunterricht, 6, 27 – 37.
- Erbeldinger, Harald und Kochhan, Christoph (1998): Humor in der Werbung. Chancen und Risiken. In: Jäckel, M. (Hg.): Die umworbene Gesellschaft. Analysen zur Entwicklung der Werbekommunikation. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 141 – 177.
- Gehrau, Volker (1996): Rezeption von Fernsehunterhaltung. Eine experimentelle Studie zu dem Einfluss persönlich relevanter Zeitbezüge auf das Unterhaltungsgefühl. In: Medienpsychologie, 2, 117 – 127.

<sup>31</sup> Zu einem solchen Versuch vgl. Brock 1998.

- Genrich, Stefan (2000): „Bitte nicht verklagen, war nur Spaß“. Der Komiker Stefan Raab darf künftig viermal die Woche über die Bildschirme blödeln. In: Frankfurter Rundschau, 18.12.00.
- Gerhards, Maria, Grajczyk, Andreas und Klingler, Walter (2000): Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption im Fernsehen. Ein Beitrag zur Rollendefinition des Mediums. In: Roters, G., Klingler, W. und Gerhards, M. (Hg.): Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption. Baden-Baden: Nomos. S. 99 – 118.
- Gleich, Uli (1997): Unterhaltungsangebote im Fernsehen und ihre Rezeption durch die Zuschauer. In: Media Perspektiven, 2, 103 – 107.
- Goffman, Erving (1971): Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation. Frankfurt/M: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1974): Das Individuum im öffentlichen Austausch. Mikrostudien zur öffentlichen Ordnung. Frankfurt/M: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1981): Forms of Talk. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Goldstein, Jeffrey H. (1994): Humor and comedy in mass media. In: Bosshart, L. und Hoffmann-Riem, W. (Hg.): Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation. München: Ölschläger. S. 321 – 332.
- Grabosch, Jörg (1996): Spaß am Fernsehen. Ein gutes Format bietet ein temporäres Zuhause. In: Agenda, 24, 14.
- Hillnbach, Peter Erik (1996): Is' doch albern! Comedy-Boom und Trash-Revival der Mitneunziger. In: Deese, U. u. a. (Hg.): Jugend und Jugendmacher. Das wahre Leben in den Szenen der 90er. Düsseldorf, München: Metropolitan. S. 132 – 142.
- Holly, Werner (1979): Imagearbeit in Gesprächen. Zur linguistischen Beschreibung des Beziehungsaspektes. Tübingen: Niemeyer.
- Holly, Werner und Schwitalla, Johannes (1995): Explosiv – Der heiße Stuhl. Streitkultur im kommerziellen Fernsehen. In: Müller-Doohm, S. und Neumann-Braun, K. (Hg.): Kulturinszenierungen. Frankfurt/M: Suhrkamp. S. 59 – 88.
- Holzer, Daniela (1999): Die deutsche Sitcom. Format, Konzeption, Drehbuch, Umsetzung. Bergisch Gladbach: Bastei-Lübbe.
- Keppler, Angela (1994): Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Prinzip der Fernsehunterhaltung. Frankfurt/M: Fischer.
- Keppler, Angela (1995): Die Kommunion des Dabeiseins. Formen des Sakralen in der Fernsehunterhaltung. In: Rundfunk und Fernsehen, 3, 301 – 311.
- Keppler, Hans M. und Tullius, Christiane (1995): Fernsehunterhaltung als Brücke zur Realität. Wie die Zuschauer mit der Lindenstraße und dem Alten umgehen. In: Rundfunk und Fernsehen, 2, 139 – 157.
- Kotthoff, Helga (1996): Scherzkommunikation. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kotthoff, Helga (1998): Spaß Verstehen. Zur Pragmatik von konversationellem Humor. Tübingen: Niemeyer.
- Kübler, Hans-Dieter (2000): Alles Gaga oder: die pure Lust am Banalen? In: medien praktisch, 4, 4 – 10.
- Lambernd, Jochen (1998): Scherz ist Trumpf. Humor im Fernsehen. Eine empirische Analyse am Beispiel der Comedy-Serie „RTL-Samstag-Nacht“. Aachen: Shaker.
- Lenz, Karl (1991): Erving Goffman – Werk und Rezeption. In: Hettlage, R. und Lenz, K. (Hg.): Erving Goffman – ein soziologischer Klassiker der zweiten Generation. Bern, Stuttgart: Haupt. S. 25 – 93.
- Lüke, Reinhard (2000): Von der Gag-Schmiede zum Gemischtwarenladen: „Brainpool“ produziert längst mehr als lustige Fernsehsendungen. In: Kölner Rundschau, 11.10.00.
- Mikos, Lothar et al. (2000): Im Auge der Kamera. Das Fernsehereignis Big Brother. Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft, Bd. 55. Berlin: Vistas.
- Müller, Eggo (1995): Television goes Reality. Familienserien, Individualisierung, Fernsehen des Verhaltens. In: Montage/av, 1, 85 – 106.
- Müller, Eggo (1999): Paarungsspiele. Beziehungsshow in der Wirklichkeit des neuen Fernsehens. Berlin: Edition Sigma.
- Neale, Steve und Krutnik, Frank (1990): Popular film and television comedy. London: Routledge.

- Neumann-Braun, Klaus (i. Dr.): Hass, der integriert? Form und Funktion der Hate-Pages im Internet. In: Imhof, K. und Jarren, O. (Hg.): *Integration und Medien*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Neumann-Braun, Klaus und Schmidt, Axel (2000): Nichts ist authentischer als die Suche nach Authentizität – Real-People-Formate in Fernsehen (Big Brother) und Internet (Webcam). In: *Psychosozial*, Heft IV, 65 – 80.
- Neumann-Braun, Klaus, Deppermann, Arnulf und Schmidt, Axel (i. Dr.): Identitätswettbewerbe und unernte Konflikte: Interaktionspraktiken in Peer-Groups. In: Merckens, H. und Zinnecker, J. (Hg.): *Jahrbuch Jugend*. Bd. 2. Opladen: Leske + Budrich.
- Niggemeier, Stefan (2001): Der rasende Raab. In: *TV Today*, 2, 16 – 18.
- Paukens, Hans (2000): Show im Fernsehen – eine besondere Sparte. In: Roters, G., Klingler, W. und Gerhards, M. (Hg.): *Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption*. Baden-Baden: Nomos. S. 167 – 172.
- Pätzold, Ulrich und Röper, Horst (1999): Fernsehproduktionsvolumen in Deutschland 1998. FORMATT-Studie über Konzentration und regionale Schwerpunkte der Auftragsproduktionsbranche. In: *Media Perspektiven*, 9, 447 – 468.
- Reichertz, Jo (2000): Die frohe Botschaft des Fernsehens. Kulturwissenschaftliche Untersuchung medialer Diesseitsreligion. Konstanz: UVK.
- Roters, Gunnar, Klingler, Walter und Gerhards, Maria (Hg.) (2000): *Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption*. Baden-Baden: Nomos.
- Schumacher, Gerlinde und Hammer, Daniela (2000): Humorsendungen im Fernsehen: Angebot, Nutzung, Anforderungen. In: *Media Perspektiven*, 12, 562 – 573.
- Schütte, Wilfried (1987): Muster und Funktionen von Kommunikationsspielen in latenten Konflikten. Pflaumereien und andere aggressive Späße. In: Schank, G. und Schwitalla, J. (Hg.): *Konflikte in Gesprächen*. Tübingen: Narr. S. 239 – 277.
- Schwitalla, Johannes (1992): Über einige Weisen des gemeinsamen Sprechens. Ein Beitrag zur Theorie der Beteiligungsrollen im Gespräch. In: *Zeitschrift für Sprachwissenschaft*, 11 (1), 68 – 98.
- Selting, Magret et al. (1998): Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem (GAT). In: *Linguistische Berichte*, 173, 91 – 122.
- Strasser, Hermann und Graf, Achim (2000): Schmidteinander ins 21. Jahrhundert. Auf dem Weg in die Spaß- und Spottgesellschaft. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 12, 7 – 16.
- Vorderer, Peter (1996): Rezeptionsmotivation: Warum nutzen Rezipienten mediale Unterhaltungsangebote? In: *Publizistik*, 3, 310 – 326.
- Wegener, Claudia (1994): *Reality-TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information*. Opladen: Leske + Budrich.
- Winterhoff-Spurk, Peter (2000): Der Ekel vor dem Leichten. Unterhaltungsrezeption aus medienpsychologischer Perspektive. In: Roters, G., Klingler, W. und Gerhards, M. (Hg.): *Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption*. Baden-Baden: Nomos. S. 77 – 98.
- Zillmann, Dolf (1994): Über behagende Unterhaltung in unbehagender Medienkultur. In: Bosshart, L. und Hoffmann-Riem, W. (Hg.): *Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation*. München: Ölschläger. S. 41 – 57.

## 6. Transkriptionskonventionen GAT (nach Selting et al. 1998)

[ ]	Parallel gesprochene Passagen mehrerer Sprecher
(.)	Mikropause
(-)	kurze Pause
(—)	Pause bis eine Sekunde
(1,0)	Pause in Sekunden
un=äh	Kontraktion innerhalb/zwischen Einheiten, schneller Anschluss
:	Dehnung
akZENT	Hauptakzent

↑	Intonationssprung nach oben
↓	Intonationssprung nach unten
?	hoch steigende Intonation am Einheitenende
,	mittel steigende Intonation am Einheitenende
-	gleich bleibende Intonation am Einheitenende
;	mittel fallende Intonation am Einheitenende
.	tief fallende Intonation am Einheitenende
(solche)	vermuteter Wortlaut
<<lachend> >	Kommentar zu einer Redepassage
<<f> >	forte, laut
<<p> >	piano, leise
((lacht))	Beschreibung nonverbaler Aktivitäten