

### Voll im Trend

Das Fernsehen – zumal Marktführer RTL – hat die Familie wieder entdeckt. Also werden morgens Babys gekriegt, dann wird das Zuhause schön gemacht, es wird gekocht, geheiratet, Standardtänze eingeübt, Kinder werden erzogen, Konflikte durchgezogen, man geht in den Zoo und probiert verschiedene Berufe aus, am Tag und immer häufiger auch am Abend.

„Mein Baby“



„Umzug in ein neues Leben“



„Unsere erste gemeinsame Wohnung“

## Die neue „Reality“

Bei „Reality“ hat es eine Explosion an Formaten gegeben, für die immer neue Begriffe erfunden werden: von Coaching-TV bis Servicetainment. Die Produzentin Iris Bettray gehört mit zu den Pionieren in Deutschland, die diese Entwicklung, die bereits Mitte der 90er Jahre von der BBC ausging, mit angeschoben haben. Zum Beispiel mit dem Doku-Soap-Format „Mein Baby“, wo man im Fernsehen bei einer Geburt zuschauen kann.

Die Doku-Soap steht für ein Format, bei dem die Grenzen zwischen Fiction und Dokumentation fließend sind. Anstatt bezahlter Schauspieler stehen aber normale Menschen im Mittelpunkt, die ihr Leben offen-

bar gerne im Fernsehen zur Schau stellen wollen. Doku-Soaps sind noch preiswerter als die industriell gefertigten Telenovelas und Soaps, die zum Fiction-Genre gehören. Also sind sie bei den Sendern sehr beliebt – wenn sie ihr Quotenziel erreichen.

Das gelingt Iris Bettray immer wieder. Seit gut einem Jahr ist sie Chefin der Kölner Produktionsfirma sagamedia, die allein drei langlaufende Soaps im Akordtempo für RTL fertig stellt. Im Gespräch mit MEDIEN BULLETIN lüftet Iris Bettray ihr persönliches Erfolgsgeheimnis und warum ihr die Dokusoaps so sehr am Herzen liegen. Es geht, wie sie sagt, um „Realität, die wir selber sind“, obwohl, wie sie gleichzeitig einräumt, die Soaps le-

diglich positive Formatausschnitte aus dem wahren Leben bieten.

**Sie haben zusammen mit Jutta Pinzler Ihre Produktionsfirma sagamedia erst im Februar 2005 gegründet und waren schon wenig später mit drei erfolgreichen Doku-Soaps allein bei RTL auf dem Schirm. Wie konnte sich das so schnell entwickeln? Haben Sie die Produktionen einfach von der Produktionsfirma AZ Media AG mitgenommen, wo Sie erst Chefredakteurin und dann Geschäftsführerin und Vorstand waren?**

Ich habe sieben Jahre mit Andre Zalbertus von AZ Media AG zusammen gearbeitet, das war eine tolle Zeit! Andre Zalbertus hat sich dann aber entschieden, den Schwerpunkt

seines Unternehmens auf den Regionalfernsehbereich zu setzen und in diesem Prozess die Abteilung, die für Doku-Soaps zuständig war, so drastisch zu verändern, dass auch einige Mitarbeiter entlassen werden sollten. Im Zuge dieser neuen Entwicklungen ist bei mir zunächst die Idee gekeimt, zusammen mit Jutta Pinzler ein kleines Autorenbüro zu gründen, um weiter bei den Doku-Soaps, die mir sehr am Herzen liegen, am Ball zu bleiben. Ich wollte auch unabhängig von übergeordneten Konzernstrukturen sein, zumal ich von meinem Naturell her eine Unternehmerin bin, gerne Akquise mache, gerne neue Formate entwickle und verkaufe – und gerne mein eigener Herr bin. Die Gründung von sagamedia hat sich dann letztendlich als ein



Heimspiel erwiesen, weil ich von Anfang an tolle Mitarbeiter hatte, die Reality verstehen und journalistisch neugierig sind. So waren die Ingredienzien, um mit Liebe erfolgreiche Doku-Soap-Formate zu produzieren, von Anfang an da.

#### Wie viele Mitarbeiter hat sagamedia?

Wir haben zehn fest angestellte Mitarbeiter, die bei den Produktionen auf ein Team von 50 Mitarbeitern anwachsen, zu denen viele Freie gehören, mit denen wir auch schon seit Jahren zusammenarbeiten.

Nachdem der Hype um die schrillen Ekel-Reality-Shows von Dschungel-Show bis „Die Burg“ im vorletzten Jahr zu Tode geritten worden war, positioniert sich das Genre Reality offenbar mittlerweile neu. Die vielen Begriffe rund um Reality, etwa Real Life People, Coaching- und Casting TV, Doku-Soaps, Doku-Event, Swap, History-Doku, TV-Romanze, Deko-Soap bis hin zu klassischen journalistischen Reportagen, sind allerdings ziemlich unübersichtlich. Wo und wie ordnen Sie

sich da – zum Beispiel mit den drei RTL-Formaten „Mein Baby“, „Unsere erste gemeinsame Wohnung“ und „Umzug in ein neues Leben“ – ein?

Für die Doku-Soap gibt es tatsächlich keine einheitliche Definition. Jedes Reality-Format hat seinen eigenen Reiz. Ich engagiere mich für solche Reality-Formate, die Geschichten erzählen, deren Plot es ist, dass sich Menschen aufgrund einer neuen Situation verändern. Nach diesen Geschichten suche ich. Ich habe mittlerweile sozusagen schon 250 Babys zur Welt gebracht und jede neue Folge von „Mein Baby“ ist anders. Genauso ist es bei „Unsere erste gemeinsame Wohnung“, wo wir auch schon 150 Paare beim Einzug begleitet haben. Die Kölner sagen „Jeder Jeck ist anders“ – das stimmt. Die Geschichten, die ich suche, müssen in jeder einzelnen Folge ihren individuellen Plot haben. Wenn man sich die Mühe macht, die Menschen, die man portraitiert, wie unsere Frauen, die vor der Geburt stehen, auch wirklich kennen zu lernen, das jeweils Besondere an ihren Charakteren und Situationen herauszufiltern, das jeweils Besondere zu identifizieren, wird auch jede einzelne Geschichte individuell. Das ist für mich der Reiz. Ich bin kein Freund von Reality, die in ein Inszenierungskorsett gepresst wird. Ich glaube dass Reality nur eine Chance hat, wenn sie authentisch, unterhaltsam und ehrlich ist.

#### Wollen Sie behaupten, Sie kämen bei Ihren Doku-Soaps ohne Inszenierung aus?

Ich bin gegen eine künstliche Inszenierung, die nichts mit der Lebenswelt meiner Protagonisten zu tun hat. Eine solche künstliche Inszenierung ist einem Reality-Show-Format besser aufgehoben. Aber natürlich: Wenn ich die Geschichte von einer werdenden Mutter, die Drillinge erwartet, erzählen will, kann passieren, dass sie ihren Drillingswagen schon gekauft hat. Ich will aber noch einmal zeigen, wie die Suche und der Kauf war, dann stellen wir die Geschichte noch mal nach. Manche würden das schon als Inszenierung und Eingriff in die Wirklichkeit verstehen. Wir nicht, weil es ja keine künstlich oktroyierte Handlung ist.

Was ist das Erfolgsgeheimnis für eine Doku-Soap wie „Mein Baby“, so dass sie für die Zuschauer auch nach der hundertsten Folge noch nicht langweilig wird?

Das Wesentliche ist das Konzept, die Formatidee! Wenn beides nicht stimmt, dann

## Broadcast-Headsets für professionelle Ansprüche



Flexibler Mikrofonarm, 270° schwenkbar - links oder rechts tragbar

Mikrofon-Mute-Funktion beim Hochklappen des Mikrofonarms

Kopfhörer-Abschaltautomatik (HSC/HSD 271)

Erhältlich mit dynamischer und Kondensator-Mikrofonkapsel

Einseitig geführtes, steckbares Kabel mit Mini-XLR-Stecker



audio|pro heilbronn  
ELEKTROAKUSTIK GMBH

www.audio-pro.de - info@audio-pro.de  
www.akg-pro.at - info@akg-pro.at  
www.akg-pro.ch - info@akg-pro.ch





„Unsere erste gemeinsame Wohnung“

kann ich ein Reality-Format auch nicht über eine gute Inszenierung und gute Autoren erfolgreich machen. Wir haben Erfolg, weil wir von vornherein nach Plots gesucht haben, die uns ganz klar vor Augen führen, dass ein Mensch in eine Situation hineinkommt, wo er sich entwickeln muss, wie eben in der Zeit von der Schwangerschaft bis zur Geburt des Babys.

#### Aber Sie beschäftigen auch Autoren und entwickeln ein Drehbuch?

Natürlich. Das brauchen wir. Wir verfügen nur über eine eingeschränkte Zahl von Drehtagen. Bei Doku Soaps, die mit nur weniger Drehtagen entstehen, muss der Autor die Protagonisten vorher sehr gut kennen gelernt haben, viel recherchieren, um dann im Drehbuch festzulegen, was tatsächlich gefilmt werden soll. Die Situation muss überschaubar sein. Der Erfolg bei einem Reality-Format ist, dass man die Leute kennt, auf die man sich einlässt, und dass die auch so interessant sind, dass man aus ihnen herauskitzeln kann, was sie wirklich sind. Wichtig sind ein guter Cast, Charaktere, Individuen.

Und diese Individuen – ganz normale Bürger – werden dann in Szene gesetzt, als handele es sich um Filmstars? Zum Beispiel der „Bierbauch“-Träger aus der Soap „Umzug in ein neues Leben“, der nach Griechenland auswanderte, wo er eine Kneipe namens „Bierbauch“ zusammen mit seinen Freunden aufgemacht hat. Der wurde ja ein bisschen wie ein moderner alternder Cowboy

#### ausgeleuchtet, der noch einmal neue Wege geht – und bescherte RTL prächtige Quoten.

Der kam uns schon wie ein echter Grieche vor. Er liebt Griechenland, er hat seinem Sohn einen griechischen Namen gegeben, und er will den Rest seines Lebens in Griechenland leben. Wir haben versucht, unseren Eindruck auch mit der Kamera zu charakterisieren. Die Kamera dient ja nicht dazu, alles einzufangen, was einem vor die Flinte läuft, sondern natürlich ist auch der Kameramann gut vorbereitet, wenn er zum Dreh geht. Die schlechteste Form von Reality wäre, wenn

„Je später Sendungen am Tag laufen, desto mehr Fallhöhe, mehr Plots brauchen sie“.

Iris Bettray, sagamedia

das Team beim Dreh nicht auf das Potenzial vorbereitet wäre, das in einem Menschen steckt.

Warum haben Sie Ihrem Protagonisten bei der Vorbereitung des Umzugs nach Griechenland nicht den Tipp gegeben, dass er ohne Reisepass mit dem Auto nicht über die mazedonische Grenze kommt?

(lacht) ... soll ich Ihnen etwas verraten: Auch unser Tonmann hatte seinen Pass vergessen. Wir haben schlicht unterschätzt, welche Schwierigkeiten es an der Grenze zu Mazedonien geben kann. Es war aber nicht inszeniert nach dem Motto: „Nimm mal keinen Reisepass mit“.

Einige Wissenschaftler, die sich mit der Doku-Soap auseinandersetzen, behaupten, die sei als Reality-Format nur aufgrund der neuen technologischen Entwicklungen möglich geworden, die die kleinen, kompakten, unsichtbaren Digikameras böten. Stimmen Sie dem zu?

Nein! Wir drehen sehr viel mit der dicken, fetten, großen Digi-Beta! Auch weil wir von unserem Auftraggeber aus den Anspruch haben, dass ein High-Production-Value herauskommt. Wobei natürlich die Ansprüche von Auftraggeber zu Auftraggeber sehr unterschiedlich sein können. RTL will, dass es wertig, glamourös rüber kommt, dass es keine Wackler gibt. Da vertrauen wir auf die große schwere Schulterkamera, da die über die Schulter gedreht wesentlich ruhigere Schwengs, ruhige Aufzieher ermöglicht.

In der Postproduktion setzen Sie dann bei der Inszenierung auch stark auf die Emotionalisierung durch Musik?

Musik halte ich für sehr wichtig – vielleicht, weil ich selbst Musik sehr liebe und selber Instrumente spiele. Dafür gibt es zwei Ansätze. Nach der konservativen Auffassung, sollte man in Dokus Musik erst einsetzen, nachdem bereits deutlich geworden ist, in welcher Situation sich der Protagonist befindet, um diese zu untermalen. Der progressive Ansatz, manche halten ihn für falsch, geht von der Situation der Zuschauer aus. Die haben nicht mehr soviel Geduld, weil sie heute mit vielen Programmangeboten konfrontiert sind, durch die sie sich tüchtig durchzappen müssen. Deshalb versuche ich durchaus mit der Musik immer schon ein bisschen die Situation vorzugeben, die der Zuschauer zu erwarten hat. Ob es traurig, melancholisch, fröhlich oder lustig wird. Wir

unterstützen das. Wissenschaftlich kann man sich darüber prima streiten. Ich denke, das muss jeder Produzent für sich entscheiden. Wir mögen das.

Bei Ihren Doku-Soaps für RTL handelt es sich immer um positive Geschichten. Am Anfang steht die Vorfreude auf ein Baby, den Umzug in eine erste gemeinsame Wohnung oder sogar „ins neue Leben“, dann kommen ein paar kleine Irritationen, zum Schluss das Happy End. Vorhang zu. Richtig?

Ja. Das versuchen wir schon. Sollte zum Beispiel meine Drillingsgeschichte, in der ich aktuell involviert bin, traurig enden, weil eine

## DIE SAGAMEDIA FILM- UND FERNSEH- PRODUKTION GMBH

Seit sechs Jahren produzieren Iris Bettray und Jutta Pinzler zusammen Reportagen, Dokumentationen und non-fiktionale Serien. Im Februar 2005 haben sie zusammen mit einer erfahrenen Mannschaft von Filmemachern und Journalisten die sagamedia Film- und Fernsehproduktion GmbH gegründet. Motto: „Wir erzählen Geschichten von Menschen, die uns mitfiebern, mitleiden oder mitlachen lassen und uns einfach durch ihre Authentizität mitreißen.“

dem Volksmund, sondern hat eine Geschichte. Das eine Mädchen hat miterlebt, wie ihre Schwester überfahren worden ist, das zweite hat den Krebs besiegt, das dritte hat geschiedene Eltern. Wir haben gezeigt,

wie sie versuchen, ihre Gewichtsprobleme wieder in den Griff zu bekommen. Daneben läuft aber gleichzeitig eine intensive psychologische und psychosomatische Behandlung. Im Film geht es darum zu verstehen, warum es so dicke Menschen gibt und einen liebevolleren, verständnisvollen Blick jenseits von Vorurteilen und Klischees dazu zu gewinnen.

**Kritiker vermissen beim Format Reality eine politische Einbettung und reden von „Entpolitisierung“. Was sagen Sie?**

Es gibt unpolitische Formate und es gibt politische Formate.

**Ihre Doku-Soaps „Mein Baby“ und „Unsere erste gemeinsam Wohnung“ sind speziell für den Morgen und Vormittag bei RTL konzipiert, „Umzug in ein neues Leben“ für den Vorabend. Was ist der große konzeptionelle Unterschied zum Vorabend?**

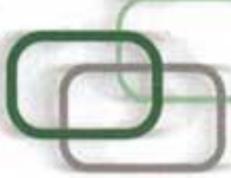
Je später Sendungen am Tag laufen, desto mehr Fallhöhe, mehr Plots brauchen sie. Es

# Stets für Sie am Ball



Hans-Böckler-Strasse 163  
50354 Hürth  
tel: 02233 51808 0  
fax: 02233 51808 9

email: hire@prestaigne.de

 **prestaigne**  
GmbH

www.prestaigne.de

muss mehr Dramatik im Format stecken und von den Protagonisten ausgefüllt werden. „Unsere erste gemeinsame Wohnung“ läuft ab September am Nachmittag um 17.00 Uhr. RTL hat gesehen, dass das Format Potential hat. Wenn zwei Menschen zusammen ziehen, steckt da sehr viel unterhaltsames Konfliktpotenzial drin. Es ist nicht alles schön, sondern die Paare rangeln sich, lernen sich zum Teil auch neu kennen und überraschen uns oft genug beim Dreh – und erst



„Ich glaube dass Reality nur eine Chance hat, wenn sie authentisch, unterhaltsam und ehrlich ist.“

Iris Bettray, sagamedia

recht den Zuschauer. Im Vergleich dazu ist bei „Umzug in ein

neues Leben“ die erzählerische Fallhöhe, sind die existentiellen Konflikte noch viel größer. Die Menschen, die ins Ausland auswandern, wissen wirklich nicht, was sie dort erwartet. Sie sind mit Überraschungen, echtem Abenteuer und existenziellen Problemen konfrontiert – das rechtfertigt eine Ausstrahlung am Vorabend. Die Serie erzählt von Menschen, die sich einen Lebenstraum erfüllen, den viele schon geträumt haben. Aber der Preis dafür ist hoch.

**Aber auch hier gehen Sie nicht auf die aktuelle gesellschaftliche Situation – „Arbeitslosigkeit“, „Hartz IV“ – ein?**

Wir zeigen durchaus auch einmal, wie sich jemand fühlt, der über 50 ist und hier keine Perspektive für sich sieht. Das muss ich ja dann nicht gleich groß aufrollen, wie Christiansen ein Interview mit der Familienministerin führen. Das wäre wieder ein anderes Format.

**Was macht den Erfolg des Formates „Umzug in ein neues Leben“ aus?**

Bei „Umzug in ein neues Leben“ handelt sich um ein längeres, ein 45 Minuten-Format. Es ist viel komplexer und muss so auch von der Planung angegangen werden. Um die Geschichte optimal aufziehen zu können, braucht man schon eine lange Vorbereitungszeit. Hinzu kommt: Gerade aktuell haben die Leute ein großes Interesse an sol-

chen Auswanderergeschichten, nicht nur bei RTL, sondern bei allen Sendern. Es sind ja über 300.000 Menschen pro Jahr, die auswandern. NRW's Ministerpräsident Rüttgers ist ja schon ganz unglücklich, weil er Angst hat, dass zu viele Deutsche gehen. Aber wir reden hier nicht von den politischen Sachverhalten. Es gibt Menschen, die schlicht sagen, „ich habe keinen Bock mehr auf die Bürokratie“ oder „ich habe die Schnauze voll von Hartz IV“ oder „ich habe hier keine Per-

spektive“ oder „ich habe Politikerüberdruß“. Und dann sagen welche: „Mir geht es hier nicht gut, ich glaube, woanders wird es mir besser gehen“. Wie bereiten sich die Auswander-Willigen darauf vor? Das ist schon mal interessant. Jeden von uns interessiert es irgendwann einmal, ein neues Leben anfangen zu wollen. Den Gedanken hat jeder einmal im Kopf. So ein Format bietet also viele, viele Informationen. Es ist aber auch einfach unglaublich unterhaltsam – auch in der Produktion, weil so viel Unvorhersehbares passiert. Wenn jemand ins Ausland zieht, muss er viele Hürden nehmen. Wir zeigen aber auch, wie ahnungslos, ungeschickt, links die Leute manchmal ran gehen. Das ist die Realität, die uns auch begegnen könnte, die wir selber sind.

**Solche Geschichten lassen sich ja sicher auch prima für die Prime-Time ausbauen. Was meinen Sie, wird Reality in Zukunft verstärkt in der Prime-Time kommen?**

Ich denke, dass der Blick in die Familien noch weiter zunehmen wird. Das Betrachten des zutiefst Menschlichen. Da wird noch einiges kommen. Wodurch definieren wir Menschen uns? Durch die Partnerschaft, Kinder und Job. Und in all diesen Bereichen gibt es immer wieder neue Geschichten. Auch in den Bereichen Beruf und Schulbildung ist noch einiges zu bewegen.

**Bei Reality kommt ja noch für die Sender positiv hinzu, dass die Produktion noch preiswerter als die industrielle Fiction-Produktion ist?**

Die Fiction-Preise kenne ich nicht. Wir haben aber in der Reality mittlerweile ganz gute

## VITA IRIS BETTRAY

Iris Bettray wurde 1963 in Emmerich am Niederrhein geboren. Sie startete ihre journalistische Laufbahn schon als Gymnasialistin bei der NRZ. Studierte Geschichte, Literatur und Politik in Münster und München, arbeitete viele Jahre neben dem Studium beim Goethe-Institut in München und Manchester und in der Pressestelle von Intel. 1990 machte sie ihr Volontariat beim Presseverlag Schnitzler und übernahm im Anschluss als Redakteurin bei der PRIBAG Fernseh GmbH, die Moderation des Verbrauchermagazins „Wirtschaftsforum“ (SAT.1) und der Wirtschafts-Talk-Sendung „Top-Etage“ (SAT.1), die sie von 1993 bis 1996 als Chefredakteurin der PRIBAG Fernseh GmbH verantwortete. Nach der Geburt ihres Sohnes Justus wechselte sie als Redaktionsleiterin zu RTL, wo sie zunächst die Talk-Sendung „Kreuzfeuer“ betreute und seit 1997 auch die Sendungen „Greenpeace TV“ und die „Reportage“ im RTL Nachtjournal. 1998 nach der Geburt ihrer Tochter Felicitas, wechselte sie als Redaktionsleiterin zu center tv. In den folgenden Jahren wurde sie Chefredakteurin, Geschäftsführerin und Vorstand der Produktionsfirma, die zu AZ Media AG umfirmierte. In dieser Zeit entwickelte sie die ersten erfolgreichen täglichen Dokusoap-Serien („Mein Baby“, „Meine Hochzeit“ für RTL) und baute die AZ Media TV zu einer der bedeutenden Fernsehproduktionsfirma mit erfolgreichen Reportagen, Dokumentationen, Dokusoaps, Serien, Magazinen, Talk-Sendungen und Event-Programmen auf.

Preise. Ich bin als Produzentin nicht in der Situation, auf die Sender schimpfen zu müssen, weil sie mich im Preis drücken. Der Verhandlungsansatz ist eher zu sagen, ich habe hier eine gute Geschichte. Wenn ich die optimal realisiere, kostet es so und so viel. Das muss ich natürlich auch gut begründen können und das Geld wirklich in der Produktion ausgeben. Wenn das gelingt, das ist meine Erfahrung, werden auch heute noch Produktionsbudgets gezahlt, mit denen man gut auskommen kann.

■ Erika Butzek