



derStandard.at | Etat | Medien | TV | Castingshows und Container-TV

22.10.2002 19:01 MEZ **"Stadt der Träume" statt "Big Brother"**



Big Brother färbt auf Artern ab

Das Konzept ist ganz simpel: Die Produktionsfirma Endemol steckt einfach 7069 Einwohner in einen Container

DER STANDARD berichtete bereits über entsprechende Pläne. Ihre Bürger werden Stars einer Doku-Soap in ihrer "Stadt der Träume". Vorbild: der Kinofilm "Truman-Show".

Die Realität sieht ungleich trister aus in dieser ostdeutschen Kleinstadt. Die Stadt, die immerhin den Dichter Novalis und Goethes Vorfahren einst zu ihren Bewohnern zählte, wird heute assoziiert mit Industrieruinen und hoher Arbeitslosigkeit. Im Winter klettert die Arbeitslosenquote auf offiziell 25 Prozent. Endemol warb vor den Stadträten insbesondere damit, die Arbeitslosigkeit binnen zwölf Monaten unter die 10-Prozent-Marke zu senken. Mit "Geschichten aus dem echten Leben" à la "Big Brother" will man Investoren anlocken, die sich aufgrund dieser Soap - und des Werbeeffekts - unbedingt hier ansiedeln wollen.

### **"Eine echte Lindenstraße"**

Zumindest den Stadtrat hat Endemol überzeugt. Alle Fraktionen inklusive der postkommunistischen PDS, die den Bürgermeister stellt, stimmten für das Projekt. Endemol verhandelt nun mit der öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalt MDR, die zweimal wöchentlich die 30-Minuten-Show ausstrahlen soll. Auch RTL und Sat.1 haben Demobänder vorliegen,

Zuschauer bekommen "eine echte Lindenstraße mit vielen Geschichten, Liebe und Emotionen", schwärmt Endemol-Geschäftsführer Boris Brandt in einem Interview mit der Zeitung Welt. Außerdem können die Zuschauer Vorschläge zur besseren Entwicklung der Stadt machen, die nach Prüfung durch Wirtschaftsexperten in die Realität umgesetzt werden sollen.

### **"Socialtainment, Unterhaltung für schwere Zeiten"**

Für Brandt ist die "Stadt der Träume" eine "tolle idealistische Idee, eine Fernseh-Vision". Er kreiert dafür bereits einen eigenen Begriff: "Socialtainment, Unterhaltung für schwere Zeiten." Für das Projekt sind nach Brandts Darstellung bereits "viel Zeit und Geld geflossen". Ein Jahr lang wurden zwölf Städte gecastet, in Artern habe es "Spannendes und Skurilles" gegeben, etwa wie Dackel zur Jagd ausgebildet werden. "Das ist wirklich zum Brüllen komisch", versicherte Brandt.

Die örtlichen Gewerbetreibenden hoffen auf einen "Stadt der Träume"-Boom, der tunlichst die Registrierkassen von Sechs-Betten-Pensionen, Eckkneipen und Billigstboutiquen überquellen lässt. Brandt hat aber noch ganz andere Ideen für Verkaufsschlager: So könnten Wurstwaren mit einem Smiley und der Aufschrift "aus dem glücklichen Artern" deutschlandweit vertrieben werden. (Alexandra Förderl-Schmid/DER STANDARD, Printausgabe vom 22.10.2002)

---

©2002 derStandard.at - Alle Rechte vorbehalten.  
Nutzung ausschließlich für den privaten Eigenbedarf. Eine Weiterverwendung und Reproduktion über den persönlichen Gebrauch hinaus ist nicht gestattet.