

Hochschule Merseburg  
Fachbereich Soziale Arbeit, Medien, Kultur  
Master Angewandte Medien- und Kulturwissenschaft

# **Lesbische\* Sichtbarkeit im deutschen Reality TV**

-

**Betrachtung der medialen Berichterstattung über die Reality TV-  
Show *Princess Charming*. Eine diskursanalytisch orientierte  
Analyse von deutschen Tageszeitungen und der Communitypresse**

## **MASTERARBEIT**

Vorgelegt zur Erlangung des Grades

Master of Arts (M.A.)

1. Gutachten: Prof. Dr. Heinz-Jürgen Voß
2. Gutachten: Prof. Dr. Nana Eger

Vorgelegt von:

Greta Drefs

Merseburg, den 15.09.2022

## **Abstract**

Mit der Ausstrahlung von *Princess Charming* im Sommer 2021 wird lesbischer\* Sichtbarkeit eine eigene TV Show gewidmet, die zunächst online per Mediathek, später im Privatfernsehen gesendet wurde. Der Show wird im Rahmen dieser Arbeit eine zentrale Rolle für die Repräsentation von Lesben\* zugeschrieben, da die Darstellung lesbischer\* Lebenswelten in den Medien bis heute unterrepräsentiert ist. Gleichzeitig ist die Show dem Genre Reality TV zuzuordnen, welches von seinem gesellschaftlich problematischen Ruf geprägt ist. Durch die Analyse von drei Tageszeitungen (*Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* und *taz. die tageszeitung*) und drei Magazinen der lesbisch\*/queer/feministischen Communitypresse (*L.MAG*, *SIEGESSÄULE* und *MISSY MAGAZINE*) wird im Rahmen dieser Arbeit die Berichterstattung über *Princess Charming* einer diskursanalytisch orientierten Analyse unterzogen, wobei die Repräsentations- und Darstellungsformen lesbischer\* Sichtbarkeit, das vermittelte, gesellschaftliche Wissen über Reality TV und anschließend die Bewertung der Show durch die Pressetexte untersucht werden. Dabei zeigt die Untersuchung, dass die Show als Chance für lesbische\* Sichtbarkeit betrachtet wird, obwohl es sich bei *Princess Charming* um ein Format handelt, das dem negativ behafteten Genre Reality TV zugeordnet wird. Die Dating-Show wird wegen ihres Unterhaltungsfaktors als positiv passend für eine lesbische\* Repräsentation angesehen, weil sie aus Sicht der Presseautor\*innen heteronormative und patriarchale Erzählstrukturen des Genres durchbricht.

## **Schlagwörter**

Princess Charming

Lesbische\* Sichtbarkeit

Lesbische\* Repräsentationsmuster

Diskursforschung

Reality TV

Dating-Shows

Trash-TV

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Reality TV – Der Grenzgänger unter den Genres?</b> .....	<b>6</b>
2.1	Die Anfänge des Genres.....	7
2.2	Das Untergenre: Dating-Show .....	7
2.2.1	Das Prinzip von Dating-Shows.....	7
2.2.2	Princess Charming (2021): Lesbisches* Reality TV .....	9
2.3	(K)eine Definition für Reality TV .....	11
2.4	Hinter den Kulissen: Produktionstechnische Hintergründe von Reality TV .....	12
2.4.1	Inszenierungspraktiken: Erzeugung von Emotionen im Reality TV .....	13
2.4.2	Die Sendungsteilnehmenden - Entleerung von Diversität?.....	14
2.5	Alles „Unterschichtenfernsehen“ und „Trash-TV“?.....	16
2.6	Zur Rezeption von Reality TV .....	18
<b>3</b>	<b>Lesbische* Repräsentation - Zwischen Empowerment und (Un-) Sichtbarkeit</b> .....	<b>21</b>
3.1	Vorwort zum Kapitel – Zum Begriff „Lesbe*“.....	22
3.2	Sichtbarkeit zwischen Homosexuellenbewegung und Frauenbewegung .....	23
3.3	Zur medialen Repräsentation von Lesben* in den Medien.....	26
3.3.1	Geschichte lesbischer* Darstellung in Film und Fernsehen .....	26
3.3.2	Zur lesbischen* Sichtbarkeit in den Medien heute.....	28
3.3.3	Repräsentationsmuster von Lesben* in den Medien – eine Frage der Macht? ....	32
<b>4</b>	<b>Forschungsperspektive Diskurs</b> .....	<b>34</b>
4.1	Der Diskursbegriff nach Michel Foucault.....	34
4.2	Formation im Diskurs .....	36
4.3	Vom Diskurs zum Forschungsprogramm (kritische) Diskursanalyse .....	37
4.4	Diskursanalyse – Und jetzt? Eine kurze Diskussion .....	39
<b>5</b>	<b>Methodisches Vorgehen</b> .....	<b>40</b>
5.1	Begründung der forschungsleitenden Fragestellungen.....	41
5.2	Analyseschritt 1: Materialauswahl .....	43
5.2.1	Eingrenzung des Untersuchungsmaterials .....	46
5.3	Analyseschritt 2: Strukturanalyse.....	48
5.4	Analyseschritt 3: Feinanalyse.....	49
5.4.1	Das Kategoriensystem.....	51
5.5	Kontext der Forschung –2021 als Jahr des Regenbogens? .....	53
<b>6</b>	<b>Ergebnisse</b> .....	<b>56</b>
6.1	Strukturanalyse .....	56
6.1.1	Die Qualitätszeitungen SZ, FAZ und taz .....	56
6.1.2	Strukturanalytische Ergebnisse der Artikel aus SZ, FAZ und taz .....	59

6.1.3	Die Community-Presse L.MAG, SIEGESSÄULE und MISSY MAGAZINE ....	63
6.1.4	Strukturanalytische Ergebnisse der Artikel aus MISSY MAGAZINE, L.MAG und SIEGESSÄULE .....	67
6.2	Feinanalyse .....	71
6.2.1	Bruch mit alten Repräsentationsmustern als Positivbeispiel für lesbische* Sichtbarkeit .....	71
6.2.2	Reality TV im Widerspruch als Genre des menschlichen Abgrundes .....	78
6.2.3	Princess Charming - Das Sommermärchen als Chance für lesbische* Sichtbarkeit .....	83
<b>7</b>	<b>Fazit und Ausblick.....</b>	<b>89</b>
<b>8</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>96</b>
<b>9</b>	<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>105</b>
<b>10</b>	<b>Anhang.....</b>	<b>106</b>
10.1	Tabellarische Übersicht über das Untersuchungsmaterial .....	106
10.2	Ausschnitt aus dem Untersuchungsmaterial .....	109
<b>11</b>	<b>Eigenständigkeitserklärung.....</b>	<b>121</b>

## 1 Einleitung

Im Sommer 2021 schafft es die Thematisierung lesbischer\*<sup>1</sup> Liebe ins Zentrum der deutschen Streaming- und TV-Landschaft und erzielt daraufhin Schlagzeilen bei den großen Medienhäusern. Nachdem schwule\* Liebe im Rahmen der Dating-Show *Prince Charming* schon zwei Jahre zuvor den Einzug in das Privatfernsehen fand, zieht das lesbische\* Äquivalent mit *Princess Charming* im Sommer 2021 nach – und erlangte sowohl innerhalb der lesbischen\* Community, als auch in der breiten Öffentlichkeit Aufmerksamkeit. Dargestellt wurde laut Queer.de „(Fast) die ganze Bandbreite queerer Weiblichkeit“ (Heidmann 2021), Spiegel+ schreibt: „Statt Elendsvoyeurismus gibt es Gefühle abseits des Klischees“ (Rützel 2021) und das Medienmagazin DWDL erklärt die „lesbische Community“ zur Siegerin der Show (Jakob 2021). Ende des Jahres 2021 wurde die Sendung schließlich mit dem deutschen Fernsehpreis in der Kategorie „Beste Unterhaltung Reality“ ausgezeichnet (Deutscher Fernsehpreis 2021).

Bei *Princess Charming* handelt es sich um die erste lesbische\* Dating-Show aus Deutschland, welche über den Streamingdienst RTL+ seit Mai 2021 zu sehen ist. Der Aufbau der Show ist bereits durch andere Formate im Bereich Reality TV bekannt. Vor allem auch durch TV-Sendungen wie *Der Bachelor* oder *Die Bachelorette* (RTL), erstere ist schon seit 2003 mit Unterbrechungen im deutschen Fernsehen zu sehen. In einem Haus auf der griechischen Insel Kreta kämpfen 20 Teilnehmende um die *Princess Charming* - im Falle dieser Staffel um Irina Schlauch, eine Kölner Rechtsanwältin. Woche für Woche muss Irina sich von eine\*r oder mehreren Teilnehmenden verabschieden, um am Ende die eine, richtige Person für sich zu finden.

Damals, zur Erstausstrahlung von *Der Bachelor*, löste die Sendung einen regelrechten Skandal aus und speicherte sich als frauenfeindliches Format in den Köpfen vieler Menschen ab (Krämer 2020). So wird umgangssprachlich das Genre auch als „Trash-TV“, übersetzt „Fernsehen für die Mülltonne“, bezeichnet (Thiele 2016, 98). Heute, fast 20 Jahre später, gibt es die Show trotz andauernder Kritik noch immer. Ein Blick auf die zitierten Schlagzeilen aus den einleitenden Worten zeigt jedoch: mit der Ausstrahlung von *Princess Charming* könnte es einen Umbruch gegeben haben, der sich in der öffentlichen Wahrnehmung der Show niederschlagen hat. Doch wie kam es dazu?

Betrachtet man die deutsche Streaming- und Fernsehlandschaft mit Blick auf die Darstellung von Diversität, wird schnell deutlich: In dem breiten Spektrum von Intersektionalität

---

<sup>1</sup> Im weiteren Verlauf dieser Arbeit werden die Begriffe *Lesbe\** oder *lesbisch\** mit dem sog. *Gendersternchen* geschrieben, um auf Mehrfachzugehörigkeiten und unterschiedliche Haltungen gegenüber dem Begriff hinzuweisen. Genauere Ausführungen dazu finden sich in Kapitel 3.1

findet sich hier auch die Darstellung lesbischer\* Lebenswelten wieder, welche im deutschen Fernsehen und Streaming so gut wie gar nicht stattfindet (Prommer, Stüwe und Wegner 2021). Damit fällt *Princess Charming* ein Alleinstellungsmerkmal zu, denn das Format stellt lesbische\* Liebe in den Mittelpunkt.

Doch gerade das Genre Reality TV bietet durch seine Entwicklungsgeschichte und Produktionsbedingungen ein breites Spielfeld für die Reproduktion von Stereotypen, insbesondere in Bezug auf Minderheiten (Schröder 2021, 211). Eine Untersuchung von stereotypen Reproduktionen lesbischer\* Darstellung im Rahmen dieser Arbeit wäre dabei durchaus möglich gewesen, jedoch weist Bayramoglu (2018) darauf hin, dass ein queertheoretischer Blick auf eine Analyse von Stereotypisierungen dazu neigt, die Feststellungen letztendlich in „negativ“ oder „positiv“ aufzuteilen (ebd., 19). Die *Queer Theory* hingegen geht davon aus, dass sich sexuelle Subjekte in einem ständigen Konstruktionsprozess befinden, wobei eine Aufteilung in „gute“ oder „schlechte“ Darstellung zu kurz greifen würde (ebd.). Dieser Konstruktionsprozess wird dabei unter anderem auch durch mediale Texte geprägt und schlägt sich in ihnen nieder (Gamson 2003, 388). Aus dieser Erkenntnis entwickelte sich die Forschungsidee weiter. Denn was an *Princess Charming* weiterhin spannend erschien: Ein Format, welches für seine Oberflächlichkeit und die Reproduktion von Stereotypen „bekannt“ ist, wird mit Themen rund um *Queerness*<sup>2</sup> und lesbischer\* Sichtbarkeit gefüllt. Aus dieser zunächst ungewöhnlichen Verbindung entwickelten sich erste Forschungsfragen zu dem Themenkomplex: An welcher Stelle in der Geschichte lesbischer\* Sichtbarkeit im deutschen Fernsehen setzt *Princess Charming* an? Wie ist der Forschungsstand zum Genre Reality TV? Was wird einem Genre, das auch als „Trash-TV“ bezeichnet wird, aus Rezipient\*innensicht zugetraut? Und vor allem: Wie wird diese Verknüpfung im medialen Diskurs aufgenommen?

Mit Blick auf den Konstruktionsprozess von sexuellen Subjekten und die Erkenntnis der Prägung durch mediale Texte (Gamson 2003), erscheint eine diskursanalytische Annäherung an diese Fragen, angelehnt an Michel Foucault (1973), als sinnvolle Herangehensweise an diese Fragen. So soll eine Untersuchung von Medientexten aus Qualitätsmedien und Artikeln aus der lesbischen\* Communitypresse Aufschluss darüber geben, wie die Show aus unterschiedlichen

---

<sup>2</sup> Die Begriffe *Queerness* oder *queer* werden in dieser Arbeit an mehreren Stellen im Zusammenhang mit lesbischer\* Sichtbarkeit verwendet. Dabei wird er jedoch nicht mit lesbischer\* Sichtbarkeit gleichgesetzt. So offenbart *queer* als positive Selbstbezeichnung zunächst mehr, als die sexuelle Orientierung und kann auch in diesem Zusammenhang als Abkehr oder Ergänzung zu einer rein binären Geschlechtsidentität verwendet werden. *Queer* ist dabei auch ein Sammelbegriff für ein politisches Bündnis sexueller Randgruppen und Bezeichnung eines theoretischen Konzepts, das sich aus den bereits etablierten lesbischen\* und schwulen\* Studien entwickelt hat. Der Begriff ist dabei im Wandel, wobei seine Unbestimmtheit ein wesentlicher Bestandteil seiner Bedeutung ist (Jagose 2005, 13).

Perspektiven aufgenommen und wie das Format Reality TV damit in Zusammenhang gebracht wurde. Daraufhin festigte sich das Thema der vorliegenden Forschungsarbeit unter dem Titel:

### **Lesbische\* Sichtbarkeit im deutschen Reality TV**

-

#### **Betrachtung der medialen Berichterstattung über die Reality TV-Show *Princess Charming*. Eine diskursanalytisch orientierte Analyse von deutschen Tageszeitungen und der Communitypresse**

Mit Blick auf die diskursiven Linien dieses Themas ist festzustellen, dass sich hierbei zwei Diskursstränge verschränken: die mediale Berichterstattung über (1) die lesbische\* Sichtbarkeit durch (2) das Reality TV Format *Princess Charming*. Um die Verschränkung beider Stränge aufzuarbeiten, muss eine theoretische Vorarbeit stattfinden. Beide Stränge haben ihre Ursprünge in breiten Diskursen, die im Rahmen dieser Arbeit analytisch nicht abgebildet werden können. Daher wird im theoretischen Teil dieser Arbeit ein Einblick in die Verläufe und Geschichte beider Themen gegeben. Zunächst findet dafür eine Auseinandersetzung mit dem TV-Genre Reality TV statt. Dabei wird die Entwicklung des Genres zusammengefasst, wobei sowohl ein Blick auf Vorgängerformate geworfen wird, als auch relevante Erkenntnisse aus der Wissenschaft erläutert werden. Den Medienwissenschaften ist das Genre kein Fremdes, doch liegt der Schwerpunkt in bisheriger Forschung eher auf dem Spannungsfeld zwischen Realität und Fiktion und den Wertediskursen um die Shows (Mikos 2012; Schröder 2021; Hill 2015; Krämer 2020; Frizzoni 2014). So ist die Datenlage zur Rezeptionsforschung von Dating-Shows bzw. Reality TV hingegen bisher wenig ausdifferenziert. Zusätzlich dazu werden kurz die produktionstechnischen Hintergründe der Shows erläutert, da sie für die Inszenierungsdebatte rund um das Genre von Relevanz sind. Außerdem wird die Diskussion um das sog. „Unterschichtenfernsehen“ in diesem Kontext beleuchtet, da ihr im Rahmen dieser Arbeit eine zentrale Rolle in den öffentlichen Debatten um Reality zugeschrieben wird. Abschließend wird die aktuelle Entwicklung hin zu queerem Reality TV am Beispiel von *Princess Charming* genauer beleuchtet.

Den zweiten, thematischen Grundpfeiler bildet der Einblick in die theoretische Einordnung zu lesbischer\* Sichtbarkeit, bzw. ihrer Repräsentationen in den Medien. Dafür wird zunächst ein Blick in die lesbische\* Geschichte in Deutschland geworfen, wobei dem Verhältnis zur Homosexuellen-Bewegung, sowie der Frauenbewegung eine zentrale Rolle zugeschrieben wird. Außerdem werden aktuelle Studien und wissenschaftliche Erkenntnisse vorgestellt, die

im Zusammenhang mit lesbischer\* Sichtbarkeit Einblick in die Situation von Lesben\* im heutigen gesellschaftlichen Kontext geben werden.

Nachdem so eine theoretische Grundlage geschaffen wurde, wird die Methodologie dieser Arbeit erläutert. Angelehnt an die foucault'schen Überlegungen zum Diskursbegriff (1973) und die daraufhin weiterentwickelte Kritische Diskursanalyse (KDI) nach Jäger und Jäger (2007), wurde das Vorgehen dieser Arbeit maßgeblich geprägt. Daher wird zunächst die Forschungsperspektive erläutert, wobei der Diskursbegriff nach Michel Foucault, sowie das Forschungsprogramm der KDI genauer vorgestellt werden. Vorgenommen werden soll eine diskursanalytisch orientierte Analyse der Berichterstattung über *Princess Charming* im Jahr 2021 in ausgewählten, deutschen Tageszeitungen, sowie aus Artikeln der lesbischen\* Communitypresse. Dabei handelt es sich um Artikel aus der *Süddeutschen Zeitung*, der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, der *taz. die tageszeitung*, sowie dem *L.MAG*, dem *MISSY MAGAZINE* und der *SIEGESSÄULE*. Dabei wird im Rahmen dieser Arbeit davon ausgegangen, dass Zeitungen zur öffentlichen Meinungs- und Willensbildung, Unterhaltung und Beratung der Menschen beitragen (Beck 2012, 154). In diesem Zusammenhang sind journalistische Texte nicht nur Träger von Informationen, sondern funktionieren als wesentliche Bestandteile einer dominanzgesellschaftlichen Kultur (Bayramoglu 2018, 18).

Die Analyse der Presstexte wird sich an drei forschungsleitenden Fragen orientieren, die sich auf Grundlage der erarbeiteten theoretischen Grundlagen bilden. Wie im Laufe dieser Arbeit herausgearbeitet wird, ist die Geschichte lesbischer\* Sichtbarkeit eine Geschichte des Kampfes gegen die Unsichtbarkeit der Community (Oesterle-Schwerin 1993, 10). *Princess Charming* ist dabei die weltweit erste, lesbische\* Dating-Show, die zudem nicht community-intern, sondern über einen Mainstream-Streaming-Anbieter (RTL+) veröffentlicht wurde. Somit kann vermutet werden, dass die Sendung einen Einfluss auf die Wahrnehmung der Zuschauenden in Bezug auf ihr Wissen über lesbische\* Lebenswelten hat. Die erste Forschungsfrage hat dabei ein Erkenntnisinteresse nach den veräußerten Darstellungsformen lesbischer\* Sichtbarkeit in der deutschen Presse und lautet dementsprechend:

**Welche Repräsentations- und Darstellungsformen lesbischer\* Sichtbarkeit werden in den Berichterstattungen der Tageszeitungen und in der Communitypresse über das Reality TV Format *Princess Charming* konstruiert?**

Parallel dazu ergibt sich die zweite, forschungsleitende Frage, die in Richtung des Genres Reality TV blickt. Hier liegt das Erkenntnisinteresse in der Frage nach dem

gesellschaftlichen Bild über das Genre, indem die Einstellung zum Genre erfragt wird. So sollen die theoretischen Vorarbeiten dieser Forschung verdeutlichen, wie die Begriffe „Trash-TV“ oder „Unterschichtenfernsehen“ das Genre bis heute prägen und inwiefern Reality-TV-Shows in großen Teilen der Gesellschaft negativ konnotiert sind. Wenn wir uns also dem Reality TV-Forschungskomplex dieser Arbeit zuwenden, stellt sich die Frage, ob sich diese negativen Konnotationen auch in den Presstexten wiederfinden:

**Was verraten die Presstexte über das gesellschaftliche Wissen über Reality TV und welche Einstellung gegenüber dem Genre wird deutlich?**

Mit den forschungsleitenden Fragen sollen erste, diskursive Linien um beide Themenkomplexe dieser Arbeit herausgearbeitet werden. Daraufhin wird durch die letzte Forschungsfrage abschließend analysiert, welche Auswirkung das Zusammenspiel der beiden Fragmente einerseits auf die Wahrnehmung lesbischer\* Sichtbarkeit sowie die Wahrnehmung von Reality TV haben kann. Wenn dabei die Annahme besteht, dass die öffentliche Wahrnehmung des Genres Reality TV von negativen Konnotationen geprägt ist, stellt sich die Frage: Wie wirkt sich diese negative, öffentliche Wahrnehmung auf die Wahrnehmung der lesbischen\* Sichtbarkeit aus? Dafür wird letztlich die Frage gestellt:

**Inwiefern wirken die Diskursstränge um Reality TV und lesbische\* Sichtbarkeit zusammen? Findet eine Abwertung der öffentlichen, lesbischen\* Darstellung anhand des Genres Reality TV statt? Oder wird das Genre-Vorwissen durch eine neue Form lesbischer\* Sichtbarkeit durch *Princess Charming* beeinflusst?**

Diese drei forschungsleitenden Fragen sollen anhand der vorgestellten methodischen Überlegungen im letzten Kapitel beantwortet werden. Dafür wird zunächst eine grobe Strukturanalyse einen Überblick über die relevanten Texte bieten, woraufhin im Rahmen einer Feinanalyse ein vertiefender, inhaltsanalytischer Blick in ausgewählte, beispielhafte Artikel geworfen wird. Das Fazit wird die gesammelten Erkenntnisse dieser Arbeit noch einmal zusammenfassend darstellen, wobei ein Ausblick am Ende der Arbeit auch einen Einblick in mögliche vertiefende Forschungsfelder bieten wird, die sich im Rahmen dieser Arbeit an mehreren Stellen aufgetan haben.

## 2 Reality TV – Der Grenzgänger unter den Genres?

*“There are people who love reality TV and people who love to hate reality TV. Whatever your opinion of Cops, Neighbours from Hell, Big Brother, or Survivor, reality TV is here to stay.”*

(Hill 2005, 2)

Reality TV ist gekommen, um zu bleiben - so leitet Hill (2005) ihre Zuschauer\*innenstudie zum Phänomen Reality TV ein und weist dabei im gleichen Zuge auf die Ambivalenz hin, die mit dem Genre ständig einhergeht. Im Rahmen dieser Arbeit wird eine differenzierte Auseinandersetzung mit der lesbischen\* Dating-Show *Princess Charming* stattfinden, die dem Genre Reality TV zugeordnet werden kann. Daher ist es notwendig, den Forschungsgegenstand in seinen Ursprüngen, seiner Entwicklung und einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung genauer zu betrachten. So soll sich besagter Ambivalenz zielorientierter angenähert werden.

Zu Beginn dieses Kapitels kann zunächst festgehalten werden: *Das Reality TV gibt es nicht und soll als solches im Rahmen dieser Arbeit nicht definiert werden.* Denn es handelt sich um ein Genre, das wegen seiner verschiedenen Auftrittsformen extrem heterogen ist und sich dabei in einem ständigen Wandel befindet (Schurzmann-Leder 2021, 70). So halten Lünenborg et al. fest (2011), dass es sich bei Reality TV um ein „Metagenre“ handelt, dem unterschiedliche Programmformen untergeordnet werden können (ebd., 17). Klaus (2008) umschreibt das Genre als eine „[...] Einheit von Künstlichkeit und Wirklichkeit, von Inszenierung und Leben, von Fiktivem und Faktischem, von Performance und Dokumentation, schließlich auch von Besonderem und Alltäglichem.“ (ebd., 157). Mikos (2000) hält fest, dass sich im Genre Reality TV eine Fülle an Gegensätzen vereint: Information vs. Unterhaltung, Öffentlichkeit vs. Privatheit, Authentizität vs. Inszenierung und Fiktion vs. Realität. Gleichzeitig stellt Klaus (2008) fest, dass das Genre auch genau weiß, was es *nicht* soll oder will: „Die Angebote des Reality TV sollen nichts Bestimmtes erreichen, sie wollen nicht überzeugen. Die Formate wollen keine guten und in sich geschlossenen Geschichten erzählen, wie das traditionelle Unterhaltungsprogramm. Sie sollen keine Ansammlung von Fakten und wahren Informationen über die Welt liefern, wie das traditionelle Informationsangebot. Stattdessen übertreten sie Grenzen, um Aufmerksamkeit zu erzeugen (Klaus 2008, 162). Doch was macht das Genre zu so einem Grenzgänger? Dies soll im folgenden Kapitel erarbeitet werden.

## 2.1 Die Anfänge des Genres

Die meisten deutschen Reality TV-Formate haben ihre Vorbilder in US-amerikanischen Sendungen (Wegener 1994). So lassen sich beispielsweise erste Formen des Reality TV in den USA bereits in den 1940er Jahren in Shows wie *Candid Camera* finden. In Deutschland wird beispielsweise *der Talentschuppen* von 1966-1981, ein Talentwettbewerb, als ein Vorläufer des Genres angesehen (Schurzmann-Leder 2021, 70). In den 1980er Jahren entstanden in den USA dann Formate wie *Cops*, *Rescue 911* oder *Ocean Quest*, aus denen sich unsere heutigen Reality TV-Formate entwickelten. Dabei handelte es sich um kurze Fernsehsendungen mit emotionalen und vor allem auch gewaltvollen Inhalten. Lücke (2002) und Hill (2005) sehen als Auslöser für die Entstehung von Reality TV beispielsweise die Deregulierung und Kommerzialisierung der Medienindustrie und die damit einhergehende „Boulevardisierung“ der Medieninhalte an (Hill 2005, 15ff.). Mit dem Aufkommen von privat-kommerziellen Fernsehsendern Mitte der 1980er Jahre in Deutschland nahm die Programmvielfalt erheblich zu. Um bei der Fülle an Shows gute Einschaltquoten zu erzielen, wurden die Erfolgsshow aus den USA für den deutschen Markt adaptiert. Dabei zeichneten sich die ersten Reality TV-Shows vorwiegend durch Gewalt und Verbrechen aus, wie z.B. *Notruf* (1992-2006 bei RTL) oder *K-Verbrechen im Fadenkreuz* (1992-1998 bei SAT.1). Mit der Ausstrahlung von *Big Brother* im Jahr 2000 erreichte das Genre dann seine bis dahin erfolgreichste Phase. Lünenborg et al. (2011) verzeichneten in Deutschland allein in den Jahren 2000 bis 2009 eine Anzahl von 418 Reality TV-Formaten. Inzwischen dürfte die Zahl deutlich gestiegen sein.

## 2.2 Das Untergenre: Dating-Show

*Princess Charming* ist eine Reality TV-Show aus dem Bereich Dating-Show und die lesbische\* Version der vorangegangenen *Bachelor*-Formate, später auch *Bachelorette*-Formate. Daher wird im Folgenden das Konzept dieser Dating-Shows vorgestellt, woraufhin dann die erste Staffel *Princess Charming* (2021) umrissen wird.

### 2.2.1 Das Prinzip von Dating-Shows

Die heterosexuellen Versionen der Dating-Shows gibt es schon seit 2003 (*Der Bachelor*), ein Jahr später folgte dann *Die Bachelorette*. Das Prinzip der Sendungen ist dabei immer identisch: Ein\*e Junggesell\*in lernt zum Staffelauftritt 20 Single-Kandidat\*innen kennen und versucht innerhalb mehrerer Wochen durch romantische oder actionreiche Einzel- und Gruppendates unter den Teilnehmenden die große Liebe zu finden. Die Kandidat\*innen

wohnen für die Zeit der Show gemeinsam in einer Villa, der\*die Junggesell\*in lebt separat in einer eigenen Villa, abseits der Gruppe. Woche für Woche scheiden einige Kandidat\*innen aus und müssen die Villa verlassen, bis es im Finale schließlich eine Entscheidung vonseiten des\*der Junggesell\*in für eine\*n Teilnehmende\*n gibt. Die Paare, die hierbei entstehen, bleiben im realen Leben, nach der Aufzeichnung der Show, nur selten zusammen (Augsburger Allgemeine 2022).

Die Wahl der\*des Gewinners\*in hat großen Einfluss auf den Erfolg der Show (Hamm 2021, 104). So wurden bei den vorgegangenen Formaten *Der Bachelor* oder *Die Bachelorette* sehr unterschiedlich diskutiert und beispielsweise der Bachelor als zu „aufdringlich“ oder „sexistisch“ diskutiert, während andere als „charmant“ hervorgehoben wurden (ebd.).

Dabei finden sich in allen Formaten, unabhängig davon, ob es um hetero- oder homosexuelle Beziehungen geht, traditionelle Beziehungs- und Geschlechterrollen bzw. -Stereotype wieder. Die Frauen sollen dem Bachelor beispielsweise fürsorglich „den Rücken stärken“, die Männer sollen ihre Frauen „beschützen, dürfen aber „auch mal [zeigen], wo’s langgeht (ebd., 106). Hamm (2021) hat darüber hinaus typische Elemente von Dating-Shows dieser Art herausgearbeitet, welche an dieser Stelle hervorgehoben werden sollen, da sie so auch für *Princess Charming* gelten.

Ein verbindendes Merkmal von Dating-Shows dieser Art ist das Zelebrieren von *Luxus und Glamour*. Die Show findet an spektakulären Orten statt, wenn nicht gerade eine Pandemie herrscht, beispielsweise in Kapstadt oder auf Kreta. Die Kandidat\*innen werden in einer Villa untergebracht, in der es ihnen an nichts mangelt. Die Dates finden auf Booten, in Helikoptern oder teuren Autos statt, es fließt Champagner und auch an Essen mangelt es nicht. Wie es für Reality TV-Formate typisch ist, finanziert sich auch die klassische Dating-Show durch Product-Placements (häufig alkoholische Getränke). Dabei arbeitet Hamm (2021) heraus, dass diese Kulissen häufig im Kontrast zum „wahren“ Leben der Junggesell\*innen stehen. Im Umkehrschluss wird der\*die Junggesell\*in über die gesamte Show hinweg als erfolgreicher Mensch inszeniert, indem sie ausschließlich an öffentlichen Orten oder in der angemieteten Villa gezeigt wird (Hamm 2021, 105). Daraus ergibt sich das zweite Merkmal der Show: Die Formate arbeiten mit einem *asymmetrisch organisierten Machtverhältnis* zwischen den Teilnehmer\*innen. Dies äußert sich allein schon dadurch, dass es am Ende die Junggesell\*innen sind, die die Entscheidung für oder gegen eine weitere Beziehung treffen dürften oder wen sie mit auf ein Date nehmen. Hinzu kommt, dass die Junggesell\*innen jederzeit unangekündigt in die Villa der Teilnehmenden kommen darf, auch, wenn diese noch unvorbereitet im Schlafanzug am Frühstückstisch sitzen. Die Teilnehmenden hingegen dürfen nicht einfach, wenn ihnen danach ist, in die

Villa des\*der Junggesell\*in kommen. Außerdem werden die Teilnehmenden ständig während ihres Alltags in der Villa gefilmt, selbst im Badezimmer gibt es Kameras und Mikrofone. Die Villa der Junggesell\*innen hingegen bleibt weitestgehend privat.

Ein weiteres Grundprinzip der Shows ist das *Konkurrenzverhalten* unter den Teilnehmenden (Hamm 2021, 105). Denn schließlich kämpfen 20 Menschen um eine Person. Und dass es um „Kämpfen“ geht, wird auch immer wieder in der Rhetorik der Shows betont. Am Ende kann es „nur Eine“ geben. Es kann vorkommen, dass Teilnehmende die Show vorzeitig verlassen, weil beispielsweise doch kein Interesse an dem\*der Junggesell\*in besteht oder auch einfach der Druck zu hoch ist. Zudem können redaktionelle „Kniffe“ die Teilnehmenden untereinander auch noch einmal im Konkurrenzverhalten beeinflussen (siehe hierzu auch Kap. 2.4).

### 2.2.2 Princess Charming (2021): Lesbisches\* Reality TV

Im Jahr 2019 startete die RTL Medien-Gruppe nach 16 Jahren erstmals ein schwules\* Bachelorformat unter dem Titel *Prince Charming* und wandte sich damit einer neuen, queeren (Teil-)Zielgruppe zu (TVNOW 2019). Nachdem die Show zunächst nur auf der Streamingplattform RTL+ (damals noch TVNOW) zu sehen war, schaffte sie es im Frühjahr 2020 auch ins abendliche Spätprogramm bei VOX. Der Erfolg des Formats verdeutlichte sich auch darin, dass es als erstes Dating-Format überhaupt mit dem Grimme-Preis ausgezeichnet wurde. Dabei lobte die Jury: „Mit der ersten schwulen Kuppelshow des deutschen Fernsehens haben Vox und TVNOW gezeigt, dass Unterhaltung und gesellschaftliche Öffnung selber ein Traumpaar sein können“ (Preis Grimme 2020). Außerdem lasse das Format „[...] seine Hetero-Vorbilder im Vergleich ziemlich alt und abgeschmackt aussehen“ (ebd.). Am 25. Mai 2021 startete das Streamingportal RTL+ mit *Princess Charming* dann die erste lesbische\* Dating-Show weltweit (TVNOW 2021). Wenige Monate später, im Oktober 2021, wurde die Show auch im linearen Fernsehen auf dem Sender VOX wöchentlich ausgestrahlt. Das Format war zunächst nicht als rein lesbisches\* Format geplant. Ursprünglich sollte eine „Bi-Lady“ sowohl Männer als auch Frauen innerhalb der Show daten (RTL.de 2020). Auf Kritik der Zuschauenden hin, dies würde am Ende zu einem Kampf der Geschlechter führen, wurde das Konzept noch einmal geändert, sodass aus dem bi-Format ein rein lesbisches\* Format wurde (Redaktionsnetzwerk Deutschland 2020). *Princess Charming* folgt dabei dem altbekannten Aufbau des bereits erläuterten Format Dating-Show. Innerhalb weniger Wochen soll die Princess ihre\*n Traumpartner\*in<sup>3</sup> finden.

---

<sup>3</sup> Da sich unter den Kandidat\*innen der Show auch eine Person befindet, die sich selbst als nicht-binär identifiziert, wird in Bezug auf die Teilnehmenden das Gendersternchen verwendet. Innerhalb der Show wurde dies zwar direkt in der Teilnehmenden-Vorstellung klargestellt, jedoch wurde die betreffende Person die gesamte Show über

Eine Gruppe von 20 Kandidat\*innen, die sich selbst in ihrer sexuellen Orientierung als bisexuell oder lesbisch bezeichnen, zieht für einige Wochen auf eine griechische Insel, um dort Woche für Woche um das Herz der Junggesellin Irina Schlauch (30 Jahre), eine Rechtsanwältin aus Köln, zu kämpfen.



Abbildung 1 Titelbild *Princess Charming* mit Irina Schlauch (TVNOW, *Princess Charming*, Staffel 1 2021)

Wie auch schon bei den Bachelor-Formaten, wurden für *Princess Charming* Personen im Alter zwischen 18 und ca. 30 Jahren gecastet. Die jüngste Kandidatin der ersten Staffel *Princess Charming* war die Saarbrückerin Lou, mit 21 Jahren, die älteste Kandidatin Bine aus Berlin mit 33 Jahren. Dazu sei gesagt: Wer die Princess ist, erfahren die Kandidat\*innen erst am Tag ihres Einzugs in die Villa. Sie lassen sich für das Format also auf eine ihnen unbekannte Person ein. Am ersten gemeinsamen Abend in der Villa lernen die Kandidat\*innen dann die Princess kennen und bekommen nach kurzen Kennenlerngesprächen eine Kette von der Princess übergeben, wenn das erste Gefühl auf Seiten von Irina stimmt.

Im weiteren Verlauf der Show werden die Teilnehmenden von Tag zu Tag in verschiedene Date-Settings von der Princess eingeladen, mal alleine, um gemeinsam Fußball zu spielen, mal in Form eines Gruppendates, um in der Gruppe zu kochen. Innerhalb der Villa der Kandidat\*innen werden über die Staffel hinweg vielfältige Themen diskutiert. So werden Fragen wie „Was bedeutet Maskulinität/Feminität?“ besprochen oder es wird über Penetration beim Sex

---

misgendert, laut Show-Beschreibung auf TVNOW hoffen innerhalb der Show lediglich „zahlreiche heiße Single-Frauen“ darauf, das Herz von Princess Irina zu erobern (TVNOW 2021b)

zwischen lesbischen\* Menschen aufgeklärt. Nachdem ein Date das Motto „Viva la Vulva“ hat, diskutieren die Kandidat\*innen darüber, ob es problematisch ist, eine lesbische\* Person mit Penis nicht attraktiv zu finden. Dabei wird in der Villa eine Debatte über Transfeindlichkeit ausgelöst, die weniger in Streit, sondern vielmehr in einer fruchtbaren Auseinandersetzung mündet. Außerdem ist lesbische\* Sexualität immer wieder Thema, es gibt viele Momente von Zärtlichkeit, es wird offen und humorvoll über Vorlieben und Orgasmen gesprochen. Dabei ist die Tatsache, dass es sich um die erste lesbische\* Dating-Show weltweit handelt, für die Teilnahme der Kandidat\*innen immer wieder ein präsent Thema für lesbische\* Sichtbarkeit. Die Kandidat\*innen betonen, dass sie sich über ihre mögliche Vorbildfunktion bewusst seien.

Am Ende einer jeden Folge kommt es dann zur Elimination eine\*r oder mehrerer Kandidat\*innen. Die Kandidat\*innen werden dafür der Reihe nach aufgerufen, bekommen einige Sätze zur bisherigen Beziehungs-Entwicklung von der Princess gesagt und werden dann gefragt, ob sie ihre Kette als Symbol für das Fortsetzen der gemeinsamen Geschichte behalten möchten. Hat sich die Beziehung nicht so entwickelt, wie es sich die Princess gewünscht hätte, werden die Teilnehmenden gebeten, ihre Kette abzugeben und müssen nach Hause reisen. Im Finale entscheidet sich die Princess dann für eine Person. Im Fall der Staffel 2021 war es die jüngste der Kandidat\*innen, Lou aus Saarbrücken. Das Paar trennte sich kurz nach Ausstrahlung der Staffel. Im gleichen Jahr der Ausstrahlung gewann *Princess Charming* dann den Deutschen Fernsehpreis in der Kategorie „Beste Unterhaltung Reality“. In ihrer Dankesrede sagte Irina Schlauch, die Show habe gezeigt, dass Reality TV nicht nur Unterhaltung und Trash sei, sondern auch Haltung zeigen könnte (RTL.de 2021).

Nachdem die Entwicklung des Genres bis hin zur Ausstrahlung der ersten, lesbischen\* Dating-Show weltweit aufgezeigt wurde, wird nun ein Blick auf die gesellschaftlichen und wissenschaftlichen Debatten und Erkenntnisse rund um das Genre geworfen. Dafür wird eine Rückkehr in den 1990er Jahre vorgenommen, der ersten Hochphase des Reality TV in Deutschland.

### 2.3 (K)eine Definition für Reality TV

Mit dem Boom an Reality TV-Formaten entwickelte sich in den 1990er Jahren schlagartig ein wissenschaftlicher Diskurs rund um das Genre (Wegener 1994, Keppler 1994, Winterhoff-Spurk et al. 1994). In den ersten Arbeiten ging es vor allem um das Finden einer möglichen Definition bzw. das Festlegen von Merkmalen des Genres, u.A. mit dem Ziel einer Eingrenzung. Viele der in den Arbeiten herausgearbeiteten Merkmale sind in dieser Form heute

nicht mehr unbedingt zutreffend, da sie die Gewaltdarstellung oder andere kriminelle Handlungen in den Vordergrund heben. Daher sollen sie an dieser Stelle nur Erwähnung finden.

Als wichtige Forschungsarbeit im Bereich Reality TV, auf die auch heute noch Bezug genommen wird, ist die der Kommunikationswissenschaftlerinnen Klaus und Lücke (2003) anzusehen. Sie betrachten Reality TV als eine Genrefamilie mit verschiedenen Sub-Genres. Die Zuordnungen sind dabei fließend, da sie davon ausgehen, dass Reality TV ein „lebendiges Sammelbecken erfolgreicher Formate“ darstellt (Klaus und Lücke 2003, 210). Als wichtigste Merkmale des Reality TV halten sie innovative Grenzüberschreitung und Inszenierungsstrategien fest (ebd., 204). Die Grenzüberschreitungen meinen, dass das Genre vermeidliche Gegensätze von Authentizität und Inszenierung, Information und Unterhaltung, Alltäglichem und Außergewöhnlichem auflöst und es zu neuen Produkten vermischt. Die Inszenierungsstrategien und dramaturgischen Mittel sind hier *Intimisierung*, *Personalisierung*, *Stereotypisierung*, *Emotionalisierung* und *Dramatisierung* (ebd.). Außerdem unterscheiden sie zwischen *performativem* und *narrativem* Reality TV. Unter letzterem sind jene Sendungen zu verstehen, die reale oder realitätsnahe Ereignisse darstellen oder nachstellen, wie beispielsweise in Gerichts-Shows, Personal Help-Shows oder gewaltzentrierten Sendungen. Performative Formate hingegen sind zunächst alltagsferner und stärker inszeniert, sie haben nicht den Anspruch, die Realität abzubilden. So fallen darunter beispielsweise auch Beziehungs-Shows, Reality Soaps oder Casting-shows (ebd., 204). In diesem Zusammenhang soll auch eine zentrale Erkenntnis der Soziologin Angela Keppler (1994) aufgegriffen werden. So stellt Keppler als ein zentrales, konstituierendes Merkmal des „Realitätsfernsehens“ fest, dass die Zuschauer\*innen beim Konsum von Shows des Genres selbst zu Akteur\*innen werden, da die Inhalte (mehr oder weniger) in die Alltagswirklichkeiten der Zuschauenden eingreifen (Keppler 1994, 8). Damit misst Keppler dem Format eine neue, zentrale Qualität zu.

#### **2.4 Hinter den Kulissen: Produktionstechnische Hintergründe von Reality TV**

Wissenschaftliche Beobachtungen zur Produktion von TV-Sendungen sind rar, denn in der Regel sind solche Produktionen für die „Öffentlichkeit“ nicht zugänglich und in sich geschlossen. So beschäftigen sich wissenschaftliche Arbeiten zum Genre eher mit ökonomischen oder ideologiekritischen Fragen (Murray und Ouelette 2009, Hill 2015, Stehling 2015). Lünenborg et al. (2021) haben jedoch in ihrer aktuellen Produktionsstudie zu sog. „affektiven Medienpraktiken“ im Reality TV Expert\*inneninterviews mit Personen aus verschiedensten Positionen der Reality TV-Produktion geführt und ausgewertet. Da bisher erwähnte wissenschaftliche Beiträge vor allem im Zusammenhang mit dem Reality TV der 1990er, 2000er und 2010er

Jahre entstanden sind, sollen einige zentrale Ergebnisse der Studie von Lünenborg et al. an dieser Stelle zusammengefasst werden.

### 2.4.1 Inszenierungspraktiken: Erzeugung von Emotionen im Reality TV

Wie bereits erwähnt, befindet sich Reality TV in einem ständigen Wandel, wobei auch in den vergangenen Jahren viele Formate zur Genrefamilie hinzugestoßen sind. Allen diesen Formaten liegen laut Lünenborg et al. (2021) bestimmte Inszenierungspraktiken zu Grunde, die einen Einblick in das Geschehen aktueller Reality TV-Produktion geben. Die befragten Produzent\*innen der Studie waren dabei beispielsweise in Shows wie *Germanys Next Topmodel*, *Der Bachelor*, *The Voice* oder *Pop Idol* tätig.

Die Mehrzahl der international gehandelten Formate stammt ursprünglich vom britischen, dem US-amerikanischen oder dem niederländischen Markt und ist damit geprägt durch eine anglo-amerikanische Populärkultur (Chalaby 2016, Lünenborg et al. 2021). Deutschland ist dabei einer der größten Importeure diverser Fernsehformate (Lantzsich, Altmeyden und Will 2009). Die Adaption eines Formats ist dabei immer eine kulturelle Aushandlung zwischen verschiedensten Akteur\*innen aus unterschiedlichen, kulturellen Kontexten: Produzierende, Vertreter\*innen der Lizenzgeber, TV-Redaktion, Publikum und andere Medien (Lünenborg et al. 2021).

Fernsehshows, die als Reality TV bezeichnet werden, sind mit ihren Bildern, Effekten, Sprecher\*innentexten und in ihrer Akustik darauf ausgerichtet, Erzählungen zu transportieren und damit „affizierend“ zu wirken (Reckwitz 2016). Dabei sollen die Zuschauenden auch Gefühle der Identifikation mit dem Geschehen innerhalb der Show und den Teilnehmenden empfinden. Um das zu erreichen, beinhaltet die Formatstruktur sog. „affective structures“, die die Entfaltung von Emotionen im Sendungsverlauf ermöglichen (Hill 2019). Die Zuschauenden haben gewisse Genreerwartungen, wenn sie ein solches Format sehen und verorten die mit den Erzählungen der Sendungen verbundenen Emotionen in ihrer eigenen Lebenswelt. Das Hauptziel der Produktion von Reality TV ist dabei, einen möglichst guten finanziellen Erfolg zu erzielen. Daher sind die Produzierenden bemüht, Geschichten zu erzählen, die zu einer starken Zuschauendenbindung führen. Es müssen also möglichst viele „strong emotional moments“ hergestellt werden, damit die Zuschauenden während der Show ein intensives Erlebnis haben (Lünenborg, et al. 2021, 89). Die Produzierenden stehen dabei vor der Herausforderung, die Sendung so zu inszenieren, dass sich die Zuschauenden langfristig, auf die Teilnehmenden bezogen, emotional involviert fühlen, sie müssen eine sog. „subjektive Positionierung“ der Zuschauenden hervorrufen (ebd., 90).

Auch Gorton (2009) analysiert, wie Fernsehproduzent\*innen Emotionen planerisch in Szene setzen, um eine enge Verbindung zwischen Publikum und Show herzustellen, damit das Interesse an der Sendung aufrechterhalten bleibt (Gorton 2009, 68). Dating-Formate, wie beispielsweise *Princess Charming*, basieren auf einer Wettbewerbsidee. Einer\*m Sieger\*in stehen also zahlreiche Verlierer\*innen gegenüber. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass intensive Emotionen von Freude, Neid, Missgunst und Konkurrenz auftauchen können. So bestätigt ein Produzent eines Reality-Show-Formats, dass ein Großteil seines Jobs daraus besteht, die Konkurrenzsituation zwischen den Teilnehmenden zu verstärken und die Menschen gegeneinander auszuspielen (Lünenborg et al. 2021, 80, 91). Die Konkurrenz untereinander wird dabei nicht nur als narrative Struktur des Formats etabliert, sie durchzieht auch den Großteil der Handlungen und Aussagen der Protagonist\*innen (ebd.). Die Produzent\*innen haben also eine eindeutige Machtposition innerhalb der Herstellung und Aufrechterhaltung von Emotionen aufseiten der Teilnehmenden. Hinzu kommt, dass im Bereich der Postproduktion durch Schnitttechniken und den Einsatz von Musik eine Art „Rhythmus der Sendung“ inszeniert wird, der die affektive Atmosphäre der Show prägt (ebd., 91). Um emotionale Momente, wie beispielsweise ein „Gesändnis“, einen Kuss oder einen Streit, bestmöglich zu inszenieren, bedient sich die Postproduktion auch Techniken der filmischen Inszenierung wie Nahaufnahmen, schnellen Schnittabfolgen, Rückblicken und emotionaler Musik (ebd., 92). Reality TV-Sendungen inszenieren solche affektiven Dynamiken der Konkurrenz nicht nur innerhalb des Wettbewerbs, sondern auch, wie diese Dynamiken die Teilnehmenden im sozialen Miteinander beeinflussen. So werden die Kandidat\*innen bei *Princess Charming* auch in der Villa, in der sie während der Dreharbeiten leben, gefilmt.

Was Reality TV aber besonders auszeichnet, ist die Tatsache, dass es sich nicht um eine filmische Inszenierung handelt, es ist nicht *alles* inszeniert. Die Produzierenden betonen, dass der Erfolg einer Sendung mit unerwarteten Wendepunkten zusammenhängt, auf die sie selbst keinen Einfluss haben. Gerade deshalb soll es aus produktionstechnischer Sicht auch „Raum für Unerwartetes“ geben (ebd., 93; Mast 2016, 906).

#### **2.4.2 Die Sendungsteilnehmenden - Entleerung von Diversität?**

Für eine emotionsgeladene Erzählung der Show ist neben den benannten Inszenierungspraktiken auch die Auswahl der Teilnehmenden ausschlaggebend. Die Produzierenden sind laut eigener Aussagen bemüht, „authentisch“ wirkende Protagonist\*innen auszuwählen (Lünenborg et al. 2021, 94). Doch was bedeutet „authentisch“ in diesem Zusammenhang? Dabei werden Eigenschaften der Sendungsprotagonist\*innen häufig mit stereotypen, lokal-kulturellen

Vorstellungen, z.B. des deutschen oder amerikanischen Kontextes verknüpft. Als „geeignet“ werden für die Produzierenden vor allem diejenigen Personen angesehen, die als „outgoing“ bezeichnet werden, also ein „expressives“ Verhalten vor der Kamera hervorbringen (Lünenborg et al. 2021, 94). Es werden dabei musterhafte Kandidat\*innen gesucht, denen Verhaltensweisen zugeschrieben werden können, die beispielsweise mit einem bestimmten Gesellschaftsmilieu verbunden sind. So sagt ein internationaler Produzent einer Reality TV Show: „Always trying to find a guy and a girl who are drama queens. [...] They will always find a reason why it’s not a good idea or how hard it is gonna be for them.“ (ebd., 95). Oder aus der Perspektive eines deutschen Produzenten:

„Du versuchst, da du ja relativ viele Kandidaten hast, viel Abwechslung zu haben. Also das heißt, unterschiedliche Bildungsschichten, unterschiedlichste Berufsbereiche, unterschiedliche Haare, alles darum, darum geht’s nur. Da gilt nur der Leitsatz: Möglichst unterschiedlichste Charaktere und unterschiedlichste Figuren. Und weil das reicht schon, damit, wie wir immer sagen: schön bitch hast. Und Energie und Kraft und Zickerei und das ist, umso mehr, du darfst nicht zu viele Charaktere drin haben, die eine Führungsposition einnehmen wollen. Weil dann kann es sehr anstrengend werden. Aber so eine gute Mischung, und das ist irgendwie alles.“ (ebd., 95)

Unterschieden wird nach Bildung, Beruf und Aussehen. Im Aufeinandertreffen diverser „Gesellschaftsgruppen“ besteht laut Produzent ein Konfliktpotential, bzw. durch Diversität erscheint ein Konflikt unausweichlich. Expressive Emotionen werden nur bis zu einem bestimmten Grad hin positiv bewertet, solange sie für die Sendung gewinnbringend („schön bitch“) sind. Alles, was darüber hinausgeht, wird als „anstrengend“ bewertet und ist damit negativ behaftet. Außerdem wird die Darstellung kontrastreicher Charaktere inszeniert, indem spezifische Aspekte des Emotionsausdrucks in den Vordergrund gestellt werden. Darüber hinaus hat die letzte Deutungsmacht über das gezeigte Verhalten der Personen die Postproduktion: „We control what you see. [...] Which is not an honest representation of what they are.“ (ebd., 96). Die Kandidat\*innen werden emotional geführt, die Produzierenden behalten die Entscheidungsmacht über den „richtigen“ Ablauf und die Dramaturgie der Show.

Zusammenfassend kann also festgehalten werden, dass die Inszenierungspraktiken und die Arbeit mit Emotionen zentrale Eigenschaften des Genres Reality TV sind. Auch, wenn die Darstellung von Gewalt und Kriminalität, wie zu Anfangszeiten, nicht mehr als zentrale Eigenschaft festzustellen ist, finden sich doch auch heute noch Merkmale des Genres wieder, die sowohl die Teilnehmenden der Shows, als auch die Zuschauenden mit Grenzüberschreitungen konfrontieren. Ausgehend davon soll nun genauer auf *Princess Charming* eingegangen werden, das dem Untergenre Dating-Show zugeordnet werden kann.

## 2.5 Alles „Unterschichtenfernsehen“ und „Trash-TV“?

Während sich die Produzierenden von Reality TV Shows mit dem Vorwurf der Arbeit mit Stereotypen und der Entleerung von Diversität konfrontiert sehen, hat sich in den frühen 2000ern auch eine Debatte in Bezug auf die Konsumierenden der Shows entwickelt, die auch im Zusammenhang mit der Ambivalenz zwischen hohen Einschaltquoten und gleichzeitiger kritischer Auseinandersetzung mit dem Genre relevant erscheint. Die Debatte um das sog. „Unterschichtenfernsehen“ spiegelt sich auch in der alltagssprachlichen Verwendung des Ausdrucks „Trash-TV“, der häufig als Äquivalent zur Bezeichnung Reality TV verwendet wird (Thiele 2016, 98). Reality TV Shows werden damit, direkt übersetzt, als „Müll-Fernsehen“ bezeichnet, und damit abgewertet.

Wie bereits in den vorherigen Kapiteln erläutert wurde, arbeiten die Produzierenden der Shows mit stereotypen Darstellungen der Sendungsteilnehmenden, die auf Kategorisierungen, Vereinfachungen und Verallgemeinerungen von Menschen und ihren zugeschriebenen Eigenschaften beruhen. Sie teilen also in soziale Gruppen ein (Thiele 2016, 88). Unter dem Begriff *Klassismus* lässt sich in diesem Zusammenhang ein enger Zusammenhang zwischen Klasse und Klassenstereotypen wiederfinden, der zur Bezeichnung von Diskriminierung aufgrund tatsächlicher, zugeschriebener oder bloß vermuteter Klassenzugehörigkeit verwendet wird (Kemper und Weinbach 2009, 47). Es geht dabei um die Diskriminierung von Menschen aufgrund ihrer sozialen Herkunft. Die Klassismus-Diskussion um Klasse und zugehörige Stereotype wird inzwischen beispielsweise in den Cultural Studies unter den Stichworten „race, class, gender“ nicht mehr bloß aus politisch-ökonomischer Perspektive geführt, sondern um einen intersektionalen Blickwinkel erweitert (z.B. Marchart 2008, 195f.).<sup>4</sup> In medienwissenschaftlichen Kreisen beispielsweise bekam die Auseinandersetzung mit Klassenstereotypen bislang jedoch wenig Aufmerksamkeit, obwohl die Debatte ein wichtiger Bestandteil ist, wenn es um Reality TV geht, wie die Entwicklung folgender Diskussion deutlich macht (Thiele 2015, 378f.).

Im Frühjahr 2005 entfachte eine intensive Mediendebatte über das sogenannte „Unterschichtenfernsehen“, in Folge derer ebendieser Begriff weiterhin Verwendung fand (Klaus und

---

<sup>4</sup> Die Klassismus-Debatte ist eine äußerst komplexe, die ihren Ursprung u.A. unter dem Begriff *classism* in den USA hat, wo er wichtiger Bestandteil der Antidiskriminierungsbewegung war und ist. Im deutschsprachigen Raum ist er hingegen viel weniger bekannt. Wichtig für die Antiklassismus-Bewegung waren beispielsweise die amerikanische Feministin Bell Hooks und das Aktivist\*innenkollektiv The Furies Mitte der 70er Jahre. So fühlten sie sich von der überwiegend weißen, heterosexuellen und bürgerlichen Frauenbewegung nicht vertreten, da sie Diskriminierung aufgrund weiterer Gründe als „nur“ dem Frau\*-Sein erfuhren. Nicht-Heterosexualität oder das of-color-sein vereinte unterschiedliche Diskriminierungsformen miteinander, die in der Debatte um *class* ebenfalls eine bedeutende Rolle spielten. Dies kann an dieser Stelle jedoch nur Erwähnung finden (hierzu z.B. Hooks 2020)

Röser 2008, 263).<sup>5</sup> So schreiben Klaus und Röser (2008), dass mit der öffentlichen Diskussion um diesen Begriff eine grundlegende Erkenntnis der Cultural Studies und Gender Studies hervorkam, nämlich dass Medien „[...] Mittel im Kampf um gesellschaftliche Bedeutung sind und zur Aufrechterhaltung gesellschaftlicher Hierarchien genutzt werden.“ (ebd., 264). So finden sich auch bis heute noch Aussagen über mögliche Zusammenhänge zwischen einem bestimmten Medienkonsum (beispielsweise Reality TV) und einer prekären, sozialen Lage (z.B. Blazekovic 2021). Als Ursprung der Debatte wird u.A. eine Aussage des Soziologen Paul Nolte (2004) angesehen. Nolte behauptete Anfang der 2000er Jahre, dass nicht zentral materielle Missstände, wie bspw. fehlende Geldressourcen, die Ursache für prekäre Lebenslagen sind, sondern eine „kulturellen Verarmung“, beispielsweise durch den Konsum bestimmter Fernsehsendungen (ebd.). Klaus und Röser deuten ebenfalls als Kern dieser These: Solche Muster seien letztlich selbst gewählt und damit auch selbstverschuldet (Klaus und Röser 2008, 265). Zitiert wurde Nolte dann später u.A. vom Entertainer Harald Schmidt (Iskandar und Hanfeld 2005). Auch im Feuilleton der großen Qualitätszeitungen Deutschlands wurde der Begriff als Form von Kulturkritik diskutiert. Dabei wurde der Begriff „Unterschichtenfernsehen“ zum Einen auf ganze Sender (Privatsender vs. Öffentlich-rechtliche Sender) bezogen, nach dem Motto: „RTL 2 bildet ab, Arte bildet“ (Klaus und Röser 2008, 267). Dabei wurden einzelne Formate beispielhaft herausgegriffen (Big Brother, Gerichtsshow und anderes Reality TV), oder es wurde eine ganz bestimmte Publikumsgruppe und deren Fernsehpräferenzen angesprochen (ebd.).<sup>6</sup> Dabei stellten Klaus und Röser heraus, dass das Publikum und die Darstellenden der betreffenden Fernsehsendungen miteinander verschmelzen, gar dass Darstellende zu Repräsentanten der tatsächlichen Unterschicht erklärt würden (ebd., 268).<sup>7</sup> Aus intersektionaler Perspektive scheint ein Blick auf klassistische Strukturen von Reality TV, sowie auf klassistische Strukturen

---

<sup>5</sup> Eine tiefere Erläuterung der weiterführenden Debatte würde an dieser Stelle über den Rahmen dieser Arbeit hinausgehen. Daher: Unter u.A. der Überschrift „Sag mir, was Du siehst, und ich sage Dir, wer Du bist“ (Klaus und Röser 2008, 264ff.) erzählen Klaus und Röser noch einmal die Geschichte zur Debatte um das sog. „Unterschichtenfernsehen“ nach, welches an dieser Stelle nur Erwähnung finden soll

<sup>6</sup> Klaus und Röser (2008) arbeiteten in Bezug auf die Darstellung des Publikums innerhalb dieser Diskussion bei einer Analyse des Feuilletons der betreffenden Medien (u.A. Zeit, Stern, Spiegel, Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine) folgende, stereotype und stigmatisierende Gruppe heraus: „Ungebildete, Arbeitslose, Vielseher, Menschen in Jogginganzügen und mit Bierbauch oder Sozialhilfeempfänger“ (ebd.).

<sup>7</sup> Letztlich halten Klaus und Röser (2008) fest: Eine Einteilung der Privatsender in eine Kategorie namens „Unterschichtenfernsehen“ deckt sich keineswegs mit einer empirischen Wirklichkeit, bzw. würde einer empirischen Prüfung nicht standhalten (ebd., 271). Sie beschreiben Fernsehen eher als ein „gleichbleibendes“ Medium und beziehen sich auf die Genderforschung, indem sie betonen, dass Fernsehen beispielsweise im Vergleich zu Printmedien soziale Ungleichheiten eher verschwinden lässt, als dass es sie hervorhebt (Klaus und Röser 1996). Viele dieser als „natürlich“ dargestellten, oben genannten Differenzierungen entstehen dabei im Interesse der Dominanzkultur, was die Debatte um das Unterschichtenfernsehen als Teil eines Kampfes um den Erhalt sozialer Privilegien erscheinen lassen kann. Während die Diskussion um ein sog. „Unterschichtenfernsehen“ indirekt die Kritik an der Aufrechterhaltung und Reproduktion von *Klasse* übt, scheinen die Diskussionsbeteiligten nach Klaus und Röser aus dem Blick zu verlieren, dass eben durch diese Diskussion und die Abwertung des Dargestellten klassistische Strukturen aufrechterhalten werden.

innerhalb der Diskussionen über solche Formate, durchaus relevant, da es sich beim hier untersuchten Format *Princess Charming* um eine lesbische\* Dating-Show handelt. Im Rahmen dieser Arbeit soll keine Klassismus-Diskussion um Reality TV angestrebt werden. Jedoch erscheint dieser Aspekt unter der Tatsache relevant, dass heute, über 15 Jahre nach dem Auslösen der Debatte, noch einmal die Reaktionen der teils gleichen Qualitätszeitungen auf ein Reality TV Format untersucht werden, die auch schon von Klaus und Röser im Jahr 2008 analysiert wurden.

## 2.6 Zur Rezeption von Reality TV

Reality TV ist mit Blick auf die Rezeption an der Herstellung und Verbreitung von aussagekräftigen Bildern über bereits diskutierte stereotype Bildern zu Klasse, Geschlecht oder race entscheidend beteiligt (Lünenborg, Martens, et al. 2011). In der Medienforschung bedeutet Rezeption ein aktiver Aneignungsprozess, in dem Sinn hergestellt wird (Hamm 2021, 108). Dazu soll gesagt sein: Auch, wenn die Prozesse der Dating-Formate in vielen Punkten beispielsweise ein eher traditionelles Beziehungs-Verständnis reproduzieren, mit Stereotypen arbeiten und Herrschaftsstrukturen aufrechterhalten, bedeutet das nicht, dass solche Inhalte auch automatisch eine direkte Übersetzung in den Alltag der Zuschauenden finden. Hamm (2021) hält fest, dass Medien immer vielschichtig und mehrfach deutbar sind (Hamm 2021, 108). Sie können also auf verschiedenste Art rezipiert und interpretiert werden.

In Bezug auf das Vorgänger-Format von *Princess Charming*, *Prince Charming*, wurden beispielsweise unterschiedliche Wahrnehmungen aus der schwulen\* Szene laut. Teilweise wurde bemängelt, die schwule\* Dating-Show sei voller Klischees (Baur 2019), andere lobten, dass endlich auch eine schwule\* Dating-Show in Deutschland zu sehen sei (Klein 2019). Wie die Shows rezipiert werden und welche Botschaften aus ihnen mitgenommen werden, kann also nicht pauschalisiert werden und muss individuell und offen erfragt werden.

Inzwischen ist der Großteil der Reality TV-Formate dem performativen Reality TV zuzuordnen (Schurzmann-Leder 2021, 75). Dabei zeigen die Ergebnisse (medien-)wissenschaftlicher Forschung, dass für die Rezipierenden vor allem die Anschlussfähigkeit an lebensweltliche Themen eines der wichtigsten Kriterien für die Reifung von Medientexten ist (ebd.). Dabei hat schon Dehm (1984) vor knapp 40 Jahren empirisch belegt, dass die in der Medienproduktion lange Zeit anerkannte, strikte Trennung zwischen Information und Unterhaltung für die Aktivitäten der Zuschauenden eher nebensächlich ist. Die Rezipierenden informieren sich auch aus fiktionalen Unterhaltungsangeboten, bzw. nutzen sie auch Informationsangebote zur Unterhaltung. Die beiden Pole sind also aus Publikumssicht keine Gegensätze. Ihnen liegen jedoch

nach Hill (2005) unterschiedliche Bewertungsmechanismen zugrunde. Während Angebote auf der dokumentarischen Seite, also die Informationsangebote, eher mit Lernen verbunden werden und damit nach ihrem Lernerfolg beurteilt werden, werden fiktionale Angebote, bzw. Unterhaltungsangebote, unter dem Gesichtspunkt der Authentizität, bzw. wirklichkeitsgetreuen Darstellung der Protagonist\*innen bewertet (Hill 2005, 57 ff.).

In englischsprachiger Literatur wird beispielsweise durch Murray und Ouellette (2009) ein Fokus auf Realität und Authentizität von Reality TV gelegt. Dabei spielt laut Murray und Ouellette die tatsächliche Wahrhaftigkeit des Inhalts der Shows und die Integrität der Protagonist\*innen mit zunehmender Popularität der Shows immer weniger eine Rolle. Die Rezipient\*innen sind durch ihre Sozialisierung und das Aufwachsen mit Reality TV Formaten in der Lage, den Inszenierungscharakter zu durchschauen, erleben die Mehrdeutigkeit sogar als „lustvoll“ (Murray und Ouellette 2009, 5f.). Außerdem stellen die Autorinnen fest, dass es sich bei Reality TV um ein Genre handelt, das konvergent und interaktiv genutzt wird, es stellt den Zuschauer\*innen Aktivität und Teilhabe bereit. Dadurch kann Reality TV durchaus neue, demokratische Formen kultureller Teilnahme mit sich bringen, beispielsweise in Form von Podcasts, Webserien oder User Generated Content.

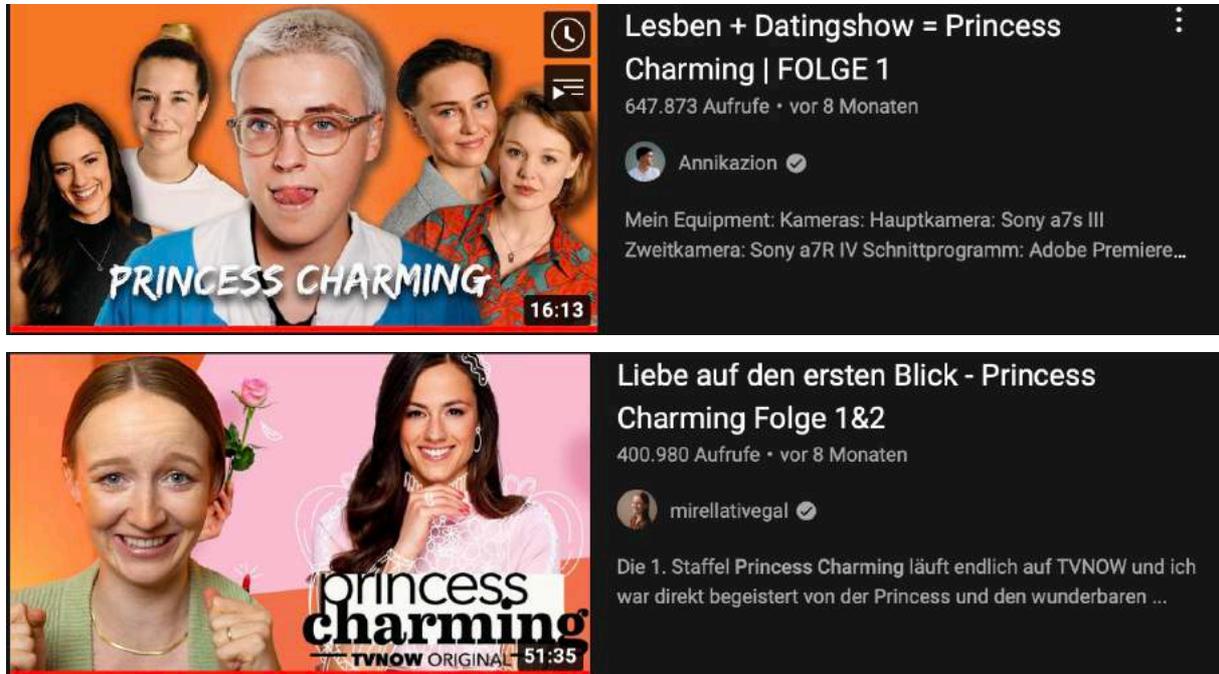


Abbildung 2 Thumbnails der YouTube-Kommentar-Formate zu *Princess Charming* von Annikazion und Mirellativegal (Screenshots)

Inzwischen kann das Publikum auch den Verlauf der Sendung durch Telefonabstimmungen beeinflussen und sich selbst zur Teilnahme bewerben. Auf der Videoplattform

YouTube erzielen inzwischen sog. Reaction-Formate große Beliebtheit, in denen YouTuber\*innen die Reality TV-Formate kommentieren und komödiantisch aufbereiten.<sup>8</sup> Somit verschwimmen die Grenzen zwischen Reality TV Show und Realität noch stärker.

Die bereits erwähnten Forschungen von Hill (2015) sind auch für den deutschsprachigen Raum von großer Bedeutung. So ist es auch für Hill relevant, Reality TV nicht isoliert, sondern kontextbezogen als soziales Phänomen anzusehen. Es erscheint Hill wichtig, das Phänomen Reality TV nur im Zusammenhang mit dessen Rezeption und gesellschaftlichen Diskursen zu betrachten (ebd., 7). Dem Genre wird beigemessen, dass es Schlussfolgerungen bezüglich aktueller, gesellschaftlicher Verhältnisse enthält, wie Heteronormativität<sup>9</sup> (Hofmann, Karsten und Wiedemann 2001) oder Benachteiligung von Minderheiten (Schürmann-Leder 2021, 78.). Erforscht werden dabei z.B. Themen wie Rassismus (Bell-Jordan 2008), Klassenzugehörigkeit (Allen und Mendick 2012), Stereotypisierung von minorisierten Gruppen (Kraszewski 2004, Cooke-Jackson und Hanson 2008) oder die Repräsentation queerer Identitäten, bzw. schwule\* Sichtbarkeit (Pullen 2004).

Zusammenfassend zeigen die bisherigen Erläuterungen, dass Reality TV als eine dauerhafte Angebotsform des Fernsehens (bzw. der Mediatheken und Streamingdienste) anzusehen ist. Es handelt sich um eine Angebotsform, die in vielerlei Hinsicht von Grenzübertretungen lebt. So resümiert Klaus: „In der Spannung zwischen Grenzsetzungen und Grenzübertretungen erlaubt Reality TV auch die Neuaushandlung kultureller und gesellschaftspolitischer Fragen – jedenfalls manchmal“ (Klaus 2009, 171). Und gerade aus diesem Grund möchte dieses Kapitel dazu einladen, sog. „Trash“-Formate auch über die „Unterschichtenfernsehen“-Debatte hinaus genauer zu untersuchen.

Damit wird der erste, theoretische Schwerpunkt dieser Arbeit abgeschlossen und sich dem zweiten, großen Themenkomplex zugewandt, der im Zusammenhang mit *Princess Charming* von Relevanz ist: Lesbische\* Sichtbarkeit.

---

<sup>8</sup> Beispiele hierfür wären die Videos der YouTuberinnen *Annikazion* (Annikazion 2021) oder *Mirellativegal* (Mirellativegal 2021)

<sup>9</sup> Das Konzept der Heteronormativität geht von der Vorstellung aus, es gäbe allein ein binäres Geschlechtersystem von Mann und Frau, die eine heterosexuelle Beziehung führen

### 3 Lesbische\* Repräsentation - Zwischen Empowerment und (Un-) Sichtbarkeit

*„Ich, ich wollt mich niemals outen. Ich  
wollte einfach nur durch mein Leben  
laufen, unpolitisch. Doch das geht nicht –  
denn jeder Sex und jedes Händchen halten  
ist für euch kritisch.*

*Wenn ihr mich also fragt, was ich von  
Outing halte, ist meine Faust eine  
geballte. Denn es geht um so viel mehr als  
Liebe, Sex und mich –  
Solange du so tust, als betreffe mein outing dich.*

*Ich träume davon und ich weiß wir sind  
Irgendwann da. Dass wir unseren  
Enkelkindern erzählen müssen –  
Weil sie es einfach nicht besser wissen,  
was ein gottverfi\*\*\*es outing war.*

(Wiki Riot, gefunden über @Zombrella 2021)<sup>10</sup>

Das folgende Kapitel wird durch ein Gedicht der *Princess Charming* Kandidatin Wiki Riot eingeleitet und wendet sich dem zweiten Forschungsgegenstand dieser Arbeit, der lesbischen\* Sichtbarkeit zu. Dabei wird es einen Einblick in lesbisches\* Leben und lesbische\* Repräsentation geben. Dafür wird zunächst ein kurzer Einblick in die lesbische\* Geschichte im Kontext der Homosexuellenbewegung gegeben, um danach auf die (Unter-)Repräsentation von Lesben\* in deutschen Medien, vor allem in deutschen Fernseh- und Streamingangeboten einzugehen. Die Unsichtbarkeit von lesbischen\* Menschen in der Öffentlichkeit ist kein neues Thema. Schon 1993 nannte die damalige Sprecherin des Lesbenrings Jutta Oesterle-Schwerin

---

<sup>10</sup> Wiki Riot, Kandidatin bei *Princess Charming* 2021, betreibt u.A. auf Instagram feministische Aufklärungsarbeit. Ihr Kanal wurde im November 2021 von Instagram gelöscht, da die Plattform, bzw. ein Algorithmus, Wiki Riots Inhalte nicht von pornografischen Inhalten abgrenzen konnte/wollte. An dieser Stelle müsste eigentlich eine Quelle zu Wiki Riots Instagram-Post zum Gedicht vermerkt sein. Aus gegebenem Anlass kann hier jedoch nur eine Sekundärquelle eines Reposts auf Twitter angegeben werden.

Im Verlauf dieser Arbeit wurden an mehreren Stellen Zitate von queer-feministischen Rapper\*innen eingebunden.

die Unsichtbarkeit als das Hauptproblem der lesbischen\* Community (Oesterle-Schwerin 1993, 10).

Heute, fast dreißig Jahre später, macht dieses Kapitel noch immer deutlich: Lesbisches\* Leben bewegt sich auch im 21. Jahrhundert noch zwischen selbst erkämpftem Empowerment und gleichzeitiger Unsichtbarkeit. Vorangestellt werden soll: Im Folgenden Kapitel finden sich immer wieder Hinweise auf lesbische\* Stereotype im Zusammenhang mit lesbischer\* Repräsentation in den Medien. Yener Bayramoglu (2018) hält dazu in einer diskursanalytischen Untersuchung queerer Sichtbarkeit in der Boulevardpresse fest, dass die queer-feministische Wissenschaft lange Zeit auf der Untersuchung und dem Aufzeigen von Stereotypisierungen beruhte. Dies spielt auch im Kontext lesbischer\* Sichtbarkeit eine bedeutende Rolle, denn auch hier finden sich überall Stereotype. Jedoch hält Bayramoglu fest - und inspirierte mich damit zu einer Umorientierung dieser Arbeit - dass eine einfache Unterscheidung von queerer Darstellungen in „gut“, sprich weniger stereotyp, und „schlecht“, sprich mehr stereotyp, schnell zu kurz greift. Vielmehr sind sexuelle Subjekte in sich Repräsentationen, die sich immer bewegen und immer wieder neu konstruieren. Und diese immer wieder neu entstehende Konstruktion wird unter anderem auch durch die Medien geprägt (Gamson 2003, 388).

Diese Arbeit kann zur Aufarbeitung aktueller, diskursiver Linien zu lesbischer\* Sichtbarkeit in den Medien am Beispiel von der Berichterstattung zu *Princess Charming* beitragen und sieht sich dabei als ein (bewegliches) Puzzlestück der Diskurse um lesbische\* Sichtbarkeit.

### 3.1 Vorwort zum Kapitel – Zum Begriff „Lesbe\*“

*„Ich ordne mich nicht ein und ich geb mir auch kein Label*

*Weil ich werde nicht gesigned und ich geb mir auch kein Label“ (Babsi Tollwut 2019)*

Im bisherigen, sowie im weiteren Verlauf dieser Arbeit wird der Begriff *Lesbe\** mit dem sog. *Gendersternchen* verwendet, um auf Mehrfachzugehörigkeiten und unterschiedliche Haltungen gegenüber dem Begriff deutlich hinzuweisen. Dies dient der Herstellung intersektionaler Sichtbarkeit, beispielsweise in Bezug auf Beeinträchtigungen, Alter, soziale Herkunft oder Status, Religion, Trans\*-Identitäten oder von Rassismus Betroffenen. Denn lesbische\* Menschen sind auch heute noch mit der Mehrfachdiskriminierungen allein aufgrund des (gelesenen) Geschlechts und der sexuellen Identität konfrontiert. Dabei sind Lesben\* keine homogene Gruppe. So fühlen sich nicht alle homosexuellen Frauen von dem Begriff angesprochen, denn der Ausdruck „Lesbe\*“ hat sich seit der Aneignung dieses ehemaligen Schimpfwortes nicht überall durchgesetzt (Kuhnen 2017, 14). Unter dem Begriff Lesbe\* versammeln sich nach

Selbstbezeichnungen beispielsweise Butches, Femmes, Homosexuelle, Frauenliebende, gleichgeschlechtlich Liebende, bisexuelle, Trans\*lesbische, trans\*gender und queere Menschen. Der Begriff *Lesbe\** mit Gendersternchen kann also als Übergangsbezeichnung verstanden werden, die sich in ständigem Wandel und in laufender Umdeutung wiederfindet. Die Vielseitigkeit der Lebenswege und Selbstbezeichnungen lesbischer\* Menschen kann und soll in diesem Rahmen nicht abgebildet werden, denn die Frage nach dem Selbstverständnis und der Eigenbezeichnung wird als fundamental für lesbische\* Sichtbarkeit angesehen (Kuhnen 2017).

### 3.2 Sichtbarkeit zwischen Homosexuellenbewegung und Frauenbewegung

Die Auseinandersetzung mit lesbischer\* Geschichte zeigt, dass das lesbisch\*, feministische Bündnis schon immer ein wichtiger Teil der Homosexuellenbewegung war. Und doch sehen sich Lesben\* auch heute noch häufig exkludiert, indem sie in Politik, Literatur, Film und Serie nicht oder nur nebensächlich sichtbar sind. So wird Homosexualität häufig noch als Synonym für „schwul\*“ interpretiert (Tomberger 2012, 22). Die erste, deutsche, queere Dating-Show war bezeichnenderweise *Prince Charming*, das schwule\* Pendant zu *Princess Charming*.

Die Geschichte der Sichtbarkeit von Lesben\* und Schwulen\* war lange Zeit von Gesetzen und Strukturen geprägt, die homosexuelles Leben ins Verborgene abdrängen wollten. Ein Blick auf die geschichtliche Entwicklung der gesetzlichen Strafverfolgung von Lesben\* im deutschsprachigen Raum zeigt, dass diese im Gegensatz zur strafrechtlichen Verfolgung sexueller Handlungen zwischen Männern in keiner vergleichbaren Weise vorhanden war. So war das Bild der bürgerlichen Frau schon zur Zeit der Aufklärung eines, dass diese als „tugendhaft, sittsam und fleißig – für die Rolle als Hausfrau und Mutter besonders befähigt“ beschreibt (Vahsen 2008). Der Wirkungsort der Frau sei das Haus, also das Private, der des Mannes die Öffentlichkeit (ebd.). Ein weibliches, sexuelles Begehren war mit dieser Annahme unvereinbar, Frauen wurde eine aktive, eigene Sexualität abgesprochen. Zu Beginn des 19. Jahrhunderts wurde das Lesbisch\*-Sein als „belanglose Spielerei“ angesehen (Amberg 2011, 20). Zur Zeit des Nationalsozialismus wurde in Deutschland eine Ausweitung des §175 StGB auf lesbische\* Menschen angedacht, der bis in das Jahr 1994 sexuelle Handlungen zwischen Personen männlichen Geschlechts unter Strafe stellte (Burgi und Wolff 2016, 5). Das Vorhaben wurde dann aber wieder verworfen. Man einigte sich damals darauf, Lesben\* seien „pseudohomosexuell“ und „durch heterosexuellen Geschlechtsverkehr kurierbar“ (Dennert, Leidinger und Rauchhut 2007). Und trotz dieser „Einigung“ wurden Lesben\* während dieser Zeit aufgrund ihrer Lebensweise als Volkfeindinnen und „Asoziale“ verfolgt und man zwang sie im „Dienste des Vaterlandes“ zum Heiraten und Kinderkriegen (Amberg 2011, 22).

In Deutschland kann beobachtet werden, dass Gesetze und soziale Strukturen heute eher lesbisches\* und schwules\* Leben sichtbarer werden lassen. Dabei haben Lesben\* und Schwule\* in einer geschlechterhierarchisch geprägten Gesellschaft erst einmal eine unterschiedliche Ausgangsposition (Amberg 2011, 19). Die Diskriminierung der Frau war in der Vergangenheit durchaus stärker ausgeprägt, als sie es heute ist. Daher ist die Historie der schwulen\* bzw. der lesbischen\* Sichtbarkeit nicht direkt miteinander vergleichbar. Während schwule\* Sichtbarkeit beispielsweise durch eine strafrechtliche Verfolgung oder verbreitete Stereotype und die Kriminalisierung schwulen\* Lebens geprägt war, steht die lesbische\* Sichtbarkeit unter anderem eher vor der Herausforderung der geringen Sichtbarkeit von Frauen und damit auch Lesben\* im öffentlichen Raum (Mesquita 2008, 133). Die lesbisch\*-schwule\* Bewegung, die bis in die 70er Jahre noch oft gemeinsam agierte und beispielsweise zur Reformierung des Paragraphen 175 StGB beitrug, ging danach mehr und mehr getrennte Wege. Die Lesben\* schlossen sich der Frauenbewegung an und gründeten gemeinsame Frauenzentren, Frauenkultur- und Sportvereine oder Frauenhäuser (Siniawski 2009, 57). Und so bewegten sich auch die Wege der Sichtbarmachung lesbischer\* und schwuler\* Lebenswelten auseinander.

Laut Bevölkerungsstand des Statistischen Bundesamtes lebten im Jahr 2021 42,1 Millionen Frauen in Deutschland. Laut dieser binären Zählung sind das 1,1 Millionen Menschen mehr, als auf männlicher Seite (DESTATIS 2021). Damit liegt die Annahme nahe, dass mindestens genauso viele Lesben\*, wie Schwule\* in Deutschland leben, bzw. sich dies auch in den Medien oder der Selbstrepräsentation der LGBTQIA\* Community abbildet. Die wirkliche Repräsentation von Lesben\* sieht jedoch anders aus. Als ein Grund dafür könnte beispielsweise die einprägsame schwule\* Geschichte, u.A. geprägt durch die Aids Krise oder auch §175 StGB aufgeführt werden (Burgi und Wolff 2016, 5). Innerhalb der ohnehin schon unterrepräsentierten Gruppe der Frauen, stellen Lesben\* zusätzlich eine Minderheit dar, die jeweils noch einmal ausdifferenziert ist nach unterschiedlichen Alters- oder Vorbilds-Gruppen (Alms 2017).

Auch mit Blick auf den juristischen oder medizinischen Kontext werden Lesben\* teils untergeordnete Rollen zugeschrieben (Fiebig 2020).<sup>11</sup> Aus medizinischer Sicht ist beispielsweise bisher wenig zu lesbischer\* Gesundheit untersucht worden. Jedoch zeigen verschiedene Untersuchungen, dass Lesben\* ein hohes Suizidalitätsrisiko haben, was bisher wenig

---

<sup>11</sup> Nachtrag: Mit dem neuen Koalitionsvertrag 2021 wird sich in einem entscheidenden Punkt die rechtliche Situation lesbischer\* Mütter verändern: So erschwert das sog. Abstammungsrecht §1591, 1592 BGB bis dato die rechtliche Stellung als Mutter mit Nicht-Austragung des Kindes. Das Abstammungsrecht soll nun reformiert werden. Zwei miteinander verheiratete Frauen\* sollen in Bezug auf Kinder rechtlich künftig so behandelt werden, wie heterosexuelle Ehepaare. Das heißt auch, dass das von einer der beiden Frauen\* geborene Kind von Anfang an die Ehefrau\* als zweites Elternteil haben soll.

Beachtung in der Suizidprävention findet (Frisch und Simonsen 2013 oder Ploderl und Fartacek 2009).<sup>12</sup>

Zudem gibt es wenige Studien explizit zu Lesben\*, meist sind sie in LGBTQIA\*-Studien zusammengefasst. In einer der wenigen bevölkerungsbezogenen Befragungen aus Schweden mit unterschiedlich betrachteten sexuellen Orientierungen waren bisexuelle und lesbische\* Frauen am stärksten von Diskriminierung, Gewalt und Gewaltandrohungen betroffen (Bränström, Hatzenbuehler und Pachankis 2016). Und auch in der Arbeitswelt sind Lesben\* unterrepräsentiert. So beispielsweise in Führungspositionen und im Verdienst (Graml, et al. 2020). Die Geschlechtergerechtigkeit in der Arbeitswelt ist damit noch nicht erreicht. Im Schnitt verdienen Frauen 20 Prozent weniger als Männer und wenden dabei täglich ca. 50 Prozent mehr Zeit für unbezahlte Sorgearbeit auf (ebd.). Eine Studie der Universität Frankfurt zu Erfahrungen von Lesben\* im Arbeitsleben in Deutschland hat 2020 an der Schnittstelle von Homofeindlichkeit und Sexismus angesetzt und die Situation berufstätiger, lesbischer\* Frauen in Deutschland beleuchtet. Diese zeigte u.A., dass lesbische\* Frauen, deren Bewerbung Hinweise auf ihre sexuelle Orientierung enthielt, tendenziell im Bewerbungsverfahren benachteiligt werden (ebd., 10).<sup>13</sup>

Zusammenfassend kann also festgestellt werden, dass die Geschichte der lesbischen\* Sichtbarkeit mit Blick auf die Homosexuellenbewegung und den späteren Anschluss an die Frauenbewegung eine Geschichte der Ambivalenz ist. So hat die Homosexuellenbewegung einen präsenten Platz in der Vergangenheit lesbischer\* Sichtbarkeit, jedoch haben u.A. intersektionale Strukturen und die allgemeine Unterrepräsentation von Frauen den Weg von Lesben\* in eine neue, eigene Richtung geleitet. Die spezifischen Diskriminierungsmuster, mit denen sich Lesben\* bis heute konfrontiert sehen, spiegeln sich dabei beispielsweise auch in Film und Fernsehen wieder. Mit Blick auf den Forschungsgegenstand, die Reality TV Show *Princess Charming*, soll in den folgenden Kapiteln ein Einblick in die Geschichte lesbischer\* Sichtbarkeit in den Medien, bzw. Film und Fernsehen gegeben werden.

---

<sup>12</sup> Als wichtige Einflussfaktoren werden hier beispielsweise Gewalt- und Diskriminierungserfahrungen sowie erfahrene, sexualisierte Gewalt angesehen (Balsam, Lehavot und Beadnell 2011).

<sup>13</sup> Die Studie fand im Berufsbereich Betriebswirtschaftslehre statt

### 3.3 Zur medialen Repräsentation von Lesben\* in den Medien

„Ja ich gönne  
Mir die Bühne  
So wie du seit tausend Jahren  
Und ich nehme dir deinen Platz weg  
Fresse halten, hinsetzen!“ (Kerosin95 2021)

So wie Rapper\*in *Kerosin95* es in dem Lied *FUTTER* kampfbereit in die Welt ruft, ist die (mediale) Repräsentation (Bühne) von LGBTQIA\* von essentieller Bedeutung für die queer-feministische Bewegung. Denn das Wissen über lesbische\* Menschen erlangen die meisten Personen in Deutschland größtenteils aus anderen Quellen, als aus ihrem privaten Umfeld. Das folgende Unterkapitel wird daher zunächst einen Einblick in die Geschichte lesbischer\* Sichtbarkeit in Film- und Fernsehen geben, sowie in Erkenntnisse zur aktuellen, lesbischen\* Sichtbarkeit, woraufhin dann „typische“ Repräsentationsmuster von Lesben\* in den Medien zusammenfassend vorgestellt werden. Diese werden mit Blick auf die Untersuchung der Berichterstattung über *Princess Charming* von Relevanz sein.

#### 3.3.1 Geschichte lesbischer\* Darstellung in Film und Fernsehen

Die Geschichte lesbischer\* Darstellung in den Medien ist aufgrund fehlender Repräsentation lückenhaft. Trotzdem gab und gibt es lesbische\* Geschichten in Film und Fernsehen.

Laut Amberg wurden schon Anfang der 1970er Jahre die ersten Fernsehsendungen über Homosexualität ausgestrahlt (ebd., 47). Bereits 1974 wurde im WDR eine der ersten, langen Reportagen über lesbische\*, politische Aktivität unter dem Titel ...*Und wir nehmen uns unser Recht! Lesbierinnen in Deutschland* unter Regie von Claus Ferdinand Siegfried (Jurschik 1998) gezeigt. Bis in die 1980er Jahre wurden verschiedene Aufklärungssendungen über lesbische\* Liebe ausgestrahlt. Darunter war beispielsweise die Show *L.E.S.B.I.S.C.H.*, die 1982 im WDR-Fernsehen gezeigt wurde und die Konflikte innerhalb der Frauenbewegung zwischen den „Heteras“ und Lesben\* behandelte. In den 1990er Jahren tauchten Schwule\* und Lesben\* dann vermehrt in kommerziellen Lifestyle- und Erotikshows bei den neu entstehenden Privatsendern auf. Dabei analysierte Jurschik (1998), dass die vorkommenden Lesben\* in ihren Lebensformen als eine „Spielart menschlicher Marotten und Abseitigkeiten“ präsentiert wurden (ebd., 2). Die Erotikshows zeigten Lesben\*, die „schick“ und „gut drauf“ waren, deren Sexualität zum „Warenhauskatalog diverser Praktiken“ dargestellt wurde (Amberg 2011, 3).

Im Jahr 1995 markiert Amberg (2011) dann einen Übergang in der Darstellung von Lesben\* im Fernsehen durch die Serie *Lindenstraße* (ebd., 49). Die Sendung zeigte erstmalig eine lesbische\* Figur im öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Sonja Besirsky war eine junge, drogenabhängige, psychisch kranke und kriminelle Frau, deren Liebe zu anderen Frauen stets unerfüllt blieb. Besirsky markiert für Amberg die Entstehung der sog. „pathologischen Killerlesbe“ im Fernsehen (ebd.). Lesben\* dieser Darstellungsform tauchten in den 1960er Jahren schon in Spielfilmen wie *Mädchen in Uniform* auf, ab den 1990er Jahren spielen sie dann vermehrt in Fernsehsendungen wie *Marienhof* oder der Gefängnis-Sendung *Hinter Gittern – Der Frauenknast* eine Nebenrolle.

Neben dieser stereotypischen Darstellung entwickelte sich im Serienbereich dann auch die „ästhetisierte, lesbische Frau“ heraus, so wie beispielsweise Hanna und Susanne aus der Serie *Verbotene Liebe* (Amberg 2011, 50). Dabei zeichnete sich die lesbische\* Darstellung durch einen bestimmten, jungen, schlanken, weißen, und gestylten Frauen-Typ aus, abseits des politisch-feministischen Stereotyps (ebd.). Die Darstellung lebte von gesellschaftlich anerkannten Attributen der Weiblichkeit und blieb damit im Rahmen gesellschaftlicher Normalität (ebd.). Einen weiteren Schritt in der Entwicklung lesbischer\* Film- und Fernsehgeschichte markiert dann die amerikanische Serie *The L-Word*, die in Deutschland ab 2006 bei ProSieben ausgestrahlt wurde (ebd., 51f.). Hier waren Lesben\* keine Randfiguren mehr, sondern besetzten fast jede tragende Rolle einer Serie, ein echter Meilenstein der TV-Geschichte (Fellner 2006, 19). Zwar lässt sich beobachten, dass lesbische\* Sexualität in der Serie ebenfalls aus heteronormativem Blick dargestellt wird,<sup>14</sup> jedoch sind die lesbischen\* Personen in der Sendung eindeutig sexuell aktiv und bieten einen expliziten Einblick in das (sexuelle) Leben lesbischer\* Menschen (Maier 2010, 108). Dabei wird eine Vielzahl lesbischer\* Beziehungsmodelle thematisiert. Mit *The L-Word* wurde lesbische\* Darstellung erstmals in Film und Fernsehen in den Mittelpunkt gestellt und feierte damit weltweiten Erfolg. Die insgesamt sechs Staffeln wurden in Deutschland bis 2009 ausgestrahlt. Trotzdem handelte es sich bei *The L-Word* noch immer um einen seltenen Fall und damit eine Ausnahme in einer sonst stark unterrepräsentierten medialen, lesbischen\* Darstellung. Seit der ersten Ausstrahlung sind inzwischen mehr als ein Jahrzehnt vergangen. Im folgenden Unterkapitel wird nun die Darstellung von Lesben\* in den Medien insgesamt in der Jetzt-Zeit beschrieben.

---

<sup>14</sup> Die lesbischen\* Figuren der Sendung sind allesamt modebewusst, tragen größtenteils weiblich konnotierte, zarte Klamotten und begehren ebensolche „schönen“ Frauen (Maier 2010, 109)

### 3.3.2 Zur lesbischen\* Sichtbarkeit in den Medien heute

Das Marktforschungsunternehmen Ipsos zeigte in einer Onlinebefragung, dass die Mehrheit in Deutschland keinen persönlichen Kontakt zu (offen) lesbischen\* Menschen hat (Ipsos 2021). Abgesehen von der „klassischen“ Homophobie, die hier abgefragt wird, liefert die Antidiskriminierungsstelle des Bundes spannende Ergebnisse zu „moderner Homophobie“ und Täter\*innen-Opfer-Umkehr, auch in Bezug auf lesbische\* Menschen (Küpper, Klocke und Hoffmann 2017). So stimmen 20% der Befragten voll und ganz zu, dass homosexuelle Menschen aufhören sollen, „so einen Wirbel um ihre Sexualität zu machen“ (ebd.). Außerdem finden fast 30 % der Befragten „voll und ganz“ oder „eher“, dass Homosexualität in den Medien zu viel Raum einnimmt. Es ist aber auch eine Entwicklung in Richtung steigender Toleranz zu beobachten. Wirft man einen Blick auf unsere Einstellung zu (u.A.) lesbischen\* Menschen, lohnt ein Blick auf das Eurobarometer der EU aus dem September 2019, welches die Antworten der Befragung mit Ergebnissen aus dem Jahr 2015 vergleicht (EU-Kommission 2019). So finden inzwischen beispielsweise mit einem Plus von 18% als noch 2015, dass Lesben\* die gleichen Rechte haben sollten wie heterosexuelle Menschen. Den Deutschen ist es inzwischen außerdem weniger unangenehm, wenn sich zwei Frauen in der Öffentlichkeit küssen (+34% im Vergleich zu 2015).

Diese Zahlen sind natürlich nur ein kleiner Ausschnitt aus einem facettenreichen Einstellungsbild in Deutschland. Gerade weil die meisten Menschen ihre Einstellung vor allem durch Bücher, Fernsehen oder andere Medien entwickelt, hat die mediale Repräsentation von Lesben\* einen starken Einfluss auf die gesellschaftliche Einstellung lesbischen\* Menschen gegenüber, wie auch auf das Selbstbild von Lesben\*. Wie jedoch bereits dargelegt wurde, zeigen Studien gleichzeitig, dass die Gruppe selten in Berichterstattung oder fiktionalen Programmen vorkommt. So zeigt beispielsweise die bisher umfassendste Studie der Universität Rostock zur Ermittlung von Geschlechterdarstellungen in deutschen TV- und Kinoproduktionen, dass die Medienlandschaft noch immer von cis-geschlechtlichen Männern<sup>15</sup> dominiert wird (Prommer und Linke 2017). Im Oktober 2021 bestätigte die Studie *Sichtbarkeit und Vielfalt* der MaLisa Stiftung die Ergebnisse erneut (Prommer, Stüwe und Wegner 2021). Ausgewertet wurden dabei mittels repräsentativer Stichproben die Produktionen von 17 TV-Programmen und vier Kindersendern für 2020. Insgesamt sind in fiktionalen TV-Produktionen dabei nur rund zwei Prozent der Protagonist\*innen homosexuell oder bisexuell lesbar (das sind 24 von 1.329 Figuren),

---

<sup>15</sup> Der Begriff "cis-geschlechtlich" beschreibt Menschen, die sich dem Geschlecht zugehörig fühlen, das ihnen bei der Geburt zugewiesen wurde. Dabei erleben sie häufig eine Übereinstimmung zwischen ihrem Körper und ihrer Geschlechtsidentität.

davon waren 15 weiblich und neun männlich. Rund 70 Prozent hingegen waren als heterosexuell erkennbar, bei 27 Prozent war die sexuelle Orientierung nicht offensichtlich erkennbar. Zum Vergleich: Laut der bereits erwähnten Studie von Ipsos von 2021 ordnen sich ca. 11 Prozent der Menschen in Deutschland als nicht heterosexuell ein.

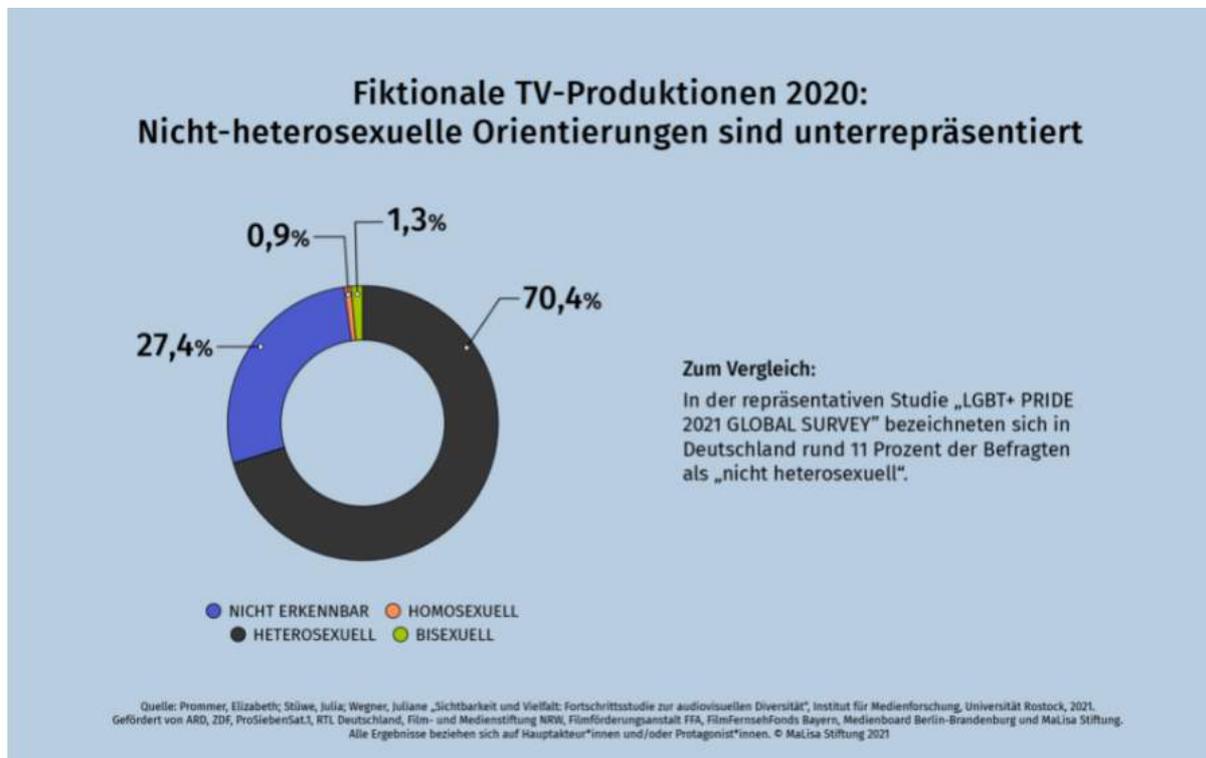


Abbildung 3 Vorkommen von LGB\* in fiktionalen TV-Produktionen 2020 (Prommer, Stüwe und Wegner 2021)

Außerdem ist das Geschlechterverhältnis unausgewogen. Auf eine Frau kommen über alle TV-Programme hinweg ca. zwei Männer. Der Grund dafür wird vor allem in der deutlichen Überrepräsentation von Männern als Moderatoren und Experten in nicht-fiktionalen Angeboten gesehen (Prommer, Stüwe und Wegner 2021). Eine weitere Studie aus 2020 von der MaLisa-Stiftung unter dem Titel *Wie divers sind Netflix & Co?* nimmt eine Auswertung der Geschlechterdarstellung und Diversität in Streaming- und Video-On-Demand Angeboten, wie Netflix, Amazon Prime oder Sky, vor.

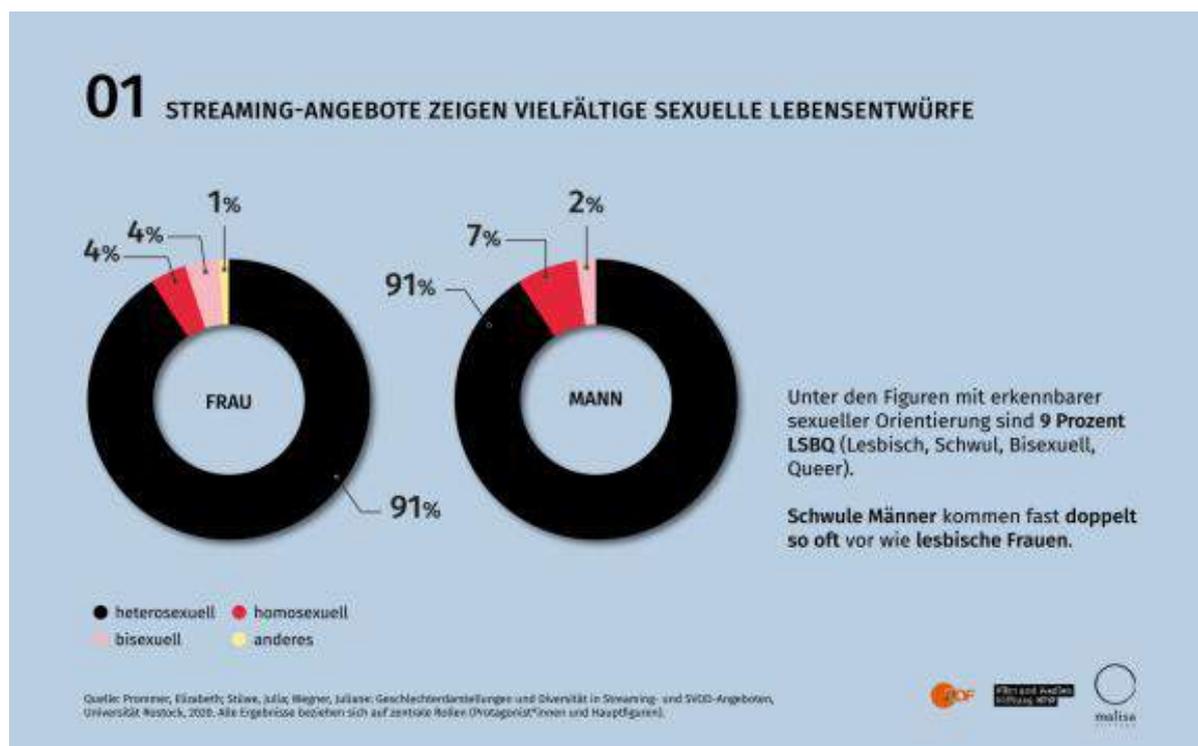


Abbildung 4 Darstellung vielfältiger, sexueller Lebensentwürfe im Streaming-Bereich (Prommer, Stüwe und Wegner 2020)

Unter den 200 analysierten Serien aus Deutschland und anderen Ländern waren 9 Prozent LGBTQIA\*, wobei auch hier eine Unterrepräsentation von Frauen-Figuren zu bemerken war: Lesben\* wurden weniger oft gezeigt als Schwule\* (Prommer, Stüwe und Wegner 2020).

Dabei war bei den unterrepräsentierten Frauenfiguren ebenfalls eine mangelnde Vielfalt zu verzeichnen. Frauen waren nicht nur seltener zu sehen, sondern auch überwiegend jung und schlank. Außerdem werden sie überwiegend in Romantik-Formaten eingesetzt oder in Berufen gezeigt, die ihre emotionale Kompetenz betonen.

Aber auch heute gibt es Gegenbeispiele. Erwähnenswert ist an dieser Stelle aus aktueller Sicht beispielsweise die Mini-Serie *Loving Her*, die 2021 von ZDFneo in der ZDF-Mediathek ausgestrahlt wurde und in fünf Folgen aus Perspektive einer jungen, lesbischen\* Frau ihre Erfahrungen vom Erwachsen-werden erzählt (Reuters 2021). Trotzdem bleiben, abseits solcher seltener Beispiele wie *Loving her*, lesbische\* und gleichzeitig junge Vorbilder mit entsprechenden jungen, lesbischen\* Geschichten und den jeweiligen Lebensrealitäten, in Medien unterrepräsentiert.

Auf Seite der Printmedien findet sich seit 2003 beispielsweise das Magazin *L.MAG*, das sich explizit an eine lesbische\* Leser\*innenschaft wendet. In einer Studie zum schwul\*-lesbischen\* Journalismus in Deutschland von 2009 stellte Siniawskis (2009) fest, dass, obwohl sich knapp die Hälfte der untersuchten Szenepresse-Magazine als „schwul-lesbisch“ betiteln, die Magazine den Informationsbedarf von Lesben\* nicht decken konnten (Siniawski 2009). Die

Geschlechterdifferenz sei damit auch im schwul\*-lesbischen\* Teilsystem nicht überwunden (ebd., 171).

Zur Darstellung von Lesben\* in der Presse hat Amberg in ihrer 2011 veröffentlichten Studie „Wie Lesben in der Presse (nicht) dargestellt werden“ 81 Artikel aus 4 Tageszeitungen aus dem Jahr 2009 unter qualitativen und quantitativen Gesichtspunkten untersucht (Süddeutsche Zeitung, Münchner Merkur, Abendzeitung und Tageszeitung). Dabei resümiert Amberg, dass, noch stärker als im TV-Bereich, eine starke Unterrepräsentation von Lesben\* im Gegensatz zu Schwulen\* festzustellen ist (Amberg 2011, 199). In Ambergs Auswertung stehen lediglich in sieben Prozent der ausgewerteten Artikel Lesben\* im Mittelpunkt (ebd., 203). So werden sie beispielsweise seltener zitiert als schwule\* Menschen, werden zum Großteil nicht mit Familiennamen und Berufsbezeichnung vorgestellt und tauchen in nur zwei Artikeln als Gruppe auf. Außerdem werden Lesben\* selten explizit genannt, sondern häufiger unter Überschriften wie „homosexuell“ oder unter „schwul\*“ zusammengefasst (ebd.). Auch in der Bebilderung von Artikeln tauchen sie in nur zehn Prozent auf, 60 Prozent hingegen zeigen schwule\* Männer\*. Ein Drittel der untersuchten Artikel blendet Lesben\* vollkommen aus. Werden sie dargestellt, so handelt es sich laut Amberg dabei um Lesben\* als Mütter, im Kontext eines Coming-Outs oder als Prominente. Dabei kommen sie in eher traditionellen Rollen vor, werden *privatisiert* und, wie bereits in der Fernsehgeschichte beobachtet, *entsexualisiert* (Amberg 2011, 205). Lesbische\* Paarbeziehungen spielen dabei keine Rolle. Außerdem fällt auf: Selbst, wenn ein Artikel ein politisches Anliegen erörtert, wie beispielsweise die Situation einer Adoption, wirkt die Darstellung der lesbischen\* Mütter *entpolitisiert* und eher *emotionalisiert*. Im Gegensatz zur Berichterstattung über schwule\* Menschen klären die Artikel nicht über lesbische\* Kultur auf (ebd.). Als Gründe dafür will Amberg keine finale Antwort geben. Sie sieht auch hier einen bedeutenden Grund im männerdominierten Journalismus‘ mit eher männlicher Perspektive und der gesellschaftlichen Position lesbischer\* Menschen, deren Emazipationsbewegung ins „Stocken“ geraten ist (ebd.). Die US-amerikanische Queer-Theoretikerin Eve Kosofski Sedgwick (2003) hält fest, dass zwar die Untersuchung der positiven Momente der Repräsentation queerer Lebenswelten sehr wichtig ist. Jedoch hält Sedgwick es für genauso wichtig, die Momente der Scham und ihrer Bearbeitung in den Blick zu nehmen, denn auch sie sind prägend für queere Identifikationsprozesse. Damit, so Bayramoglu in Anlehnung an Sedgwick, sollte Forschung nicht *nur* die „glücklichen“ Situationen bearbeiten, sondern auch diejenigen Momente, in denen die Repräsentation mehr Scham oder Trauer als Glück verursacht (Bayramoglu 2019, 14). Daher wird im Folgenden Kapitel herausgearbeitet, welches Bild der Lesbe\* durch die Medien konstruiert wurde und wird.

### 3.3.3 Repräsentationsmuster von Lesben\* in den Medien – eine Frage der Macht?

„Es sind nicht bestimmte Identitätsmerkmale, die vergangene Figuren als queer kennzeichnen, sondern ihre Begegnung mit der Macht sowie die Isolation, die sie in ihrem zeitlichen Kontext erlebt haben“ (Love 2009, 274, zitiert nach Bayramoglu 2018, 16)

Yener Bayramoglu (2018) arbeitet in einer Diskursanalyse von Bild-Zeitungsartikeln vier zentrale Kategorien bzw. Repräsentationsmuster heraus, die die mediale Konstruktion von Lesben\* am Beispiel der Boulevard-Zeitung von 1969 bis 2010 verdeutlichen. Diese Repräsentationsmuster fassen die Erkenntnisse dieses Kapitels über lesbische\* Sichtbarkeit in den Medien bzw. der Öffentlichkeit noch einmal zusammen.

Bayramoglu konstatiert hier unter anderem die *Kriminalisierung der Lesbe\** durch die Boulevardzeitung (Bayramoglu 2018, 111 ff.). Als Beispiel dient eine Artikel-Reihe der Bild-Zeitung unter dem Titel „Die Verbrechen der lesbischen Frauen“. Die Boulevardzeitung hatte ab Januar 1973 in dieser Serie an 17 aufeinanderfolgenden Wochentagen Gewaltverbrechen, an denen lesbische\* Frauen beteiligt waren, veröffentlicht. Ein Jahr später dann, 1974, wurde der Prozess gegen ein lesbisches\* Paar<sup>16</sup> dazu genutzt, lesbische\* Frauen in das Bild der aggressiven, dämonischen und männermordenden „Kampflesbe“ zu rücken (Kühn 2007, 67ff.). Nach Eröffnung des Prozesses im Sommer 1974 demonstrierten mehrere Frauen im Gerichtssaal und vor dem Gerichtsgebäude gegen die skandalöse Verhandlung und Berichterstattung in der Presse. Zudem führten auch anderer Texte, die über den Springer-Verlag veröffentlicht wurden, die Kampagne gegen Lesben\* weiter: „Lesbische Verstrickung“ (Die Welt), „Abgründe sexueller Verwirrung“ (Hamburger Abendblatt), „Bei leiser Musik liebten sie sich ununterbrochen...“ (Münchner Abendblatt; Perincioli Datum unbekannt). Zusätzlich arbeitet Bayramoglu noch die *Erotisierung des lesbischen Subjekts* heraus, die als Fantasie durch den Blick des heterosexuellen Mannes dient (Bayramoglu 2018, 123). Dabei wird sie in der Boulevardpresse im Gegensatz zur Erotik unter Männern nicht als etwas „Abnormales“ wahrgenommen, sondern in Form von beispielsweise expliziten Bildern aus Erotikmagazinen für Männern als etwas „Angenehmes“ (ebd., 125) dargestellt. Außerdem findet sich in der Bild-Zeitung auch die Erzählung der Lesbe\* als *gescheiterte, Heterosexuelle*, wobei der heterosexuelle Mann ebenfalls als essenzieller Hervorbringer der lesbischen\* Repräsentation agiert (ebd., 128). Hierbei finden sich Erzählungen von Lesben\* in der deutschen Boulevardpresse, bei denen die Frau sich wegen traumatisierender Erfahrungen mit Männern am Ende nur noch den Frauen

---

<sup>16</sup> das den Ex-Mann einer der Frauen, einen Vergewaltiger und Schläger, aus Schutzgründen hatte umbringen lassen

zuwenden kann. Letztendlich beschreibt Bayramoglu noch die Momente der *Normalisierung des lesbischen\* Subjekts* (Bayramoglu 2018, 111 ff.). Diese Repräsentationen werden vor allem von den Diskussionen in der deutschen Presse in den 1990er Jahren über die Anerkennung lesbischer\* Partner\*innenschaften innerhalb traditioneller Institutionen, wie z.B. der Ehe oder Familie begleitet, sowie durch das Coming-out damals berühmter Personen. Vor allem durch lesbische\* Partner\*innenschaften, die in Ehe, Religion und Familie sichtbar werden, bemerkt Bayramoglu eine Desexualisierung lesbischer\* Repräsentationen (ebd., 135). Ob jedoch die Aberkennung lesbischer\* Liebe aus gesetzlicher Perspektive oder die denunziatorische Berichterstattung der Boulevardmedien Mitte der 70er Jahre ausschlaggebend für die bis heute anhaltende Vorsicht bezüglich medialer, lesbischer\* Darstellung gewesen ist, kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden.

Tanja Maier hält in ihrer Studie zu Normalisierungsstrategien in TV-Serien (2007) bei dieser Darstellung fest, dass sie zwar einerseits zur Sichtbarkeit von Lesben\* im TV beitragen, diese jedoch in ihrer Darstellung so sehr „normalisierten“, dass die lesbische\* Sexualität vollkommen in den Hintergrund trat und dabei „entsexualisiert“ wurde (Maier 2007, 82). Prozesse wie *Entpolitisierung* und *Entsexualisierung* können dazu dienen, das queere Bild in die dominanzgesellschaftliche Kultur zu integrieren, andererseits werden die politisierenden und sexualisierenden Bedeutungen abgewertet bzw. nach außerhalb der Grenzen der Sichtbarkeit verschoben (Bayramoglu 2018, 111 ff.). Passend zu diesen Analysen der Herstellung von Heteronormativität in Bezug auf lesbische\* Darstellung, stellt die Kunsthistorikerin, Kulturwissenschaftlerin und Gendertheoretikerin Johanna Schaffer in ihrem Buch „Ambivalenzen der Sichtbarkeit“ (2008) fest, dass die Forderung von Sichtbarkeit in der gesamten LGBTQIA\*-Community zunächst mit dem Wunsch nach gesellschaftlicher Anerkennung verknüpft ist. Gleichzeitig gehen mit dieser Forderung aber auch die „Zwänge“ einher, die mit normativen Identitätsvorgaben zusammenhängen. Sichtbarkeit führt nach Schaffer nicht direkt zu (politischer) Macht (Schaffer 2008, 51ff.). Die tatsächliche Macht liegt hier noch immer bei denjenigen, die über die Darstellungsform entscheiden. Macht kann in diesem Zusammenhang auch unsichtbar sein und Sichtbarkeit kann zur Gefahr werden (Mesquita 2008, 130). Dieser Erkenntnis ist gerade auch für den Bereich der Produktion von Reality TV relevant, da auch hier die Produzierenden die Macht über die realistisch anmutende Darstellung der Teilnehmenden haben.

Abschließend kann für den zweiten, theoretischen Teil dieser Arbeit festgehalten werden, dass sich die lesbische\* Community bis heute in einem Kampf zwischen Empowerment und Unsichtbarkeit in den Medien und der Öffentlichkeit wiederfindet. Dabei spielen sowohl geschichtliche Hintergründe in der teilweisen Abspaltung der Lesben\* von der

Homosexuellenbewegung und später dann der Frauenbewegung eine Rolle, als auch gefestigte Machtstrukturen auf Seiten der Repräsentationsgebenden im Fernsehen oder den Medien allgemein. Gerade deshalb birgt die Untersuchung der Berichterstattung über das Format *Princess Charming Potential*, da die Dating-Show auf nur wenige Vorbilder der vergangenen Jahre zurückblickt. Damit wird im Folgenden nun die Forschungsperspektive dieser Arbeit erläutert und Einblick in die diskursanalytisch orientierte Herangehensweise gegeben.

## 4 Forschungsperspektive Diskurs

Nachdem eine theoretische Grundlage zu den beiden Themenkomplexen dieser Arbeit gegeben wurde, wird nun die Forschungsperspektive vorgestellt, mit der sich dem Format *Princess Charming* angenähert werden soll. Wie wir gesehen haben, vereinen sich in der Show zwei dynamische Themenfelder miteinander, zum einen Reality TV als gesellschaftlich ambivalent wahrgenommenes Genre, zum anderen lesbische\* Sichtbarkeit. Beide Themen sehen sind durch politischen und gesellschaftlichen Wandel, sowie wissenschaftliche Erkenntnisse, mit ständigen Veränderungen konfrontiert. Dabei spiegeln sich die zugehörigen Debatten in den Medien wieder. Somit erscheint es aufschlussreich, die Berichterstattung über das Format *Princess Charming* einer genaueren Betrachtung zu unterziehen, um die Dynamik der aktuellen Diskussion beider Themenfelder einzufangen.

In dieser Arbeit wird eine Forschungsperspektive eingenommen, die einen Ausschnitt des öffentlichen Diskurses um *Princess Charming* (in Teilen) abbilden wird. Inspiriert durch die Gedanken des Philosophen Michel Foucault zum Diskursbegriff (1973) und dem Zusammenhang von Wissen und Macht, wird anhand von Elementen der kritischen Diskursanalyse nach Jäger und Jäger (2007) und der Methodik der qualitativen Inhaltsanalyse nach Meyen (2019), eine diskursanalytisch orientierte Analyse von ausgewählten Artikeln aus deutschen Tageszeitungen und der lesbischen\* Communitypresse vorgenommen.

### 4.1 Der Diskursbegriff nach Michel Foucault

Wenn im Folgenden die Berichterstattung zur lesbischen\* Dating-Show *Princess Charming* einer Analyse unterzogen wird, erschließt sich ein Ausschnitt des herrschenden, öffentlichen Wissens über lesbische\* Sichtbarkeit bzw. Reality TV. Dabei können Fragen gestellt werden wie: Woher weiß die Gesellschaft überhaupt das, was sie über Lesben\* oder Reality TV weiß? Und wie entsteht dieses Wissen? Diesen Fragen geht der französische Philosoph Michel Foucault u.A. in den Büchern „Archäologie des Wissens“ (1973) und „Die Ordnung des

Diskurses“ (1974) auf den Grund und beschäftigt sich dabei mit der Konstruktion von Wissen. Nach Foucault besteht unsere Realität und all das, was wir zu wissen meinen, nicht aus objektiven Wahrheiten, sondern sie entsteht im Diskurs. Ein Ursprung seiner Theorien findet sich in der strukturalistischen Sprachtheorie von Ferdinand de Saussure (Ullrich 2008, 20). Grundlegend ist dabei die Erkenntnis, dass sprachliche Zeichen ihre Bedeutung für uns aus ihrer Relation bzw. dem Unterschied zu anderen Zeichen bekommen. Als ein praktisches Beispiel nennt Ullrich (2008) den Spracherwerb von Kindern, die sich ihren Wortschatz nicht durch Verweise auf Gegenstände aufbauen, sondern durch das Verinnerlichen von den in ihrer Umgebung gebrauchten Relationen und Kombinationen (Donati 2001, 149). Foucault betrachtet Wissen dabei nicht als etwas Absolutes, das konstant ist und eine feste Einheit bildet. Vielmehr ist für ihn Wissen eine Möglichkeit, um Stellung einzunehmen, um Gegenstände überhaupt benennen zu können (Foucault 1973, 259f.). Gegenstände werden also nur real, wenn sie diskursiv geregelt und sprachlich artikuliert werden. Diese Perspektive kann als konstruktivistisch eingeordnet werden, denn sie führt zu der Auseinandersetzung, ob es überhaupt eine Realität außerhalb unserer Sprache gibt (Ullrich 2008, 21).

Wirft man aus dieser Perspektive beispielsweise einen Blick auf die Diskurse um Homosexualität, kann ein Wendepunkt festgehalten werden, der die queere Bewegungen wesentlich beeinflusst hat. Dieser Punkt kennzeichnet das Ende des 19. Jahrhunderts, als das medizinische und juristische Interesse an Sexualität Kategorien erschuf, die es zuvor nicht gegeben hatte. So wird Foucault (1979) in diesem Zusammenhang häufig zitiert, da er in seiner Analyse der Geschichte der Sexualität gezeigt hat, dass Homosexualität erst durch dieses Interesse als eine Kategorie und darauffolgend als eine Identität in Erscheinung trat. Obwohl Homosexualität auch vor dem 19. Jahrhundert existierte, entstand laut Foucaults Forschungen die Figur des Homosexuellen erst durch die Beschreibung und Klassifizierung der Sexualität in den 1880er-Jahren (Foucault 1979).

Ein Diskurs ist also der Prozess „[...] der sprachlichen Erzeugung von Realität“ (Ullrich 2008, 22). Er ist eine strukturierte, regelgeleitete „kommunikative Praxis“ (ebd.). Unser gesellschaftliches Wissen wird aus diesem Blickwinkel im Diskurs gebündelt, bzw. Wissen wird im Diskurs reproduziert und neu geformt. Der Anspruch der Diskurstheorie nach Foucault zielt also darauf ab, die Produktion gesellschaftlich legitimen Wissens zu erforschen (Ullrich 2008, 26).

Gehen wir davon aus, dass unsere Realität erst im und durch den Diskurs entsteht, üben Diskurse als Träger von Wissen eine bestimmte *Macht* aus, da sie unser kollektives und individuelles Bewusstsein speisen und unsere Realitätsdefinitionen mitbestimmen (Jäger 2011, 97).

Diese Formation von Macht und Wissen sorgt dafür, dass ganz bestimmte Äußerungen „immer wieder gelesen, zitiert, kommentiert und interpretiert werden“ (Foucault 1973, 156). Die Analyse von Diskursen hat somit kritisches Potenzial: Zum einen wegen der machtbestimmten Regelleitung von Diskursen, also einer inneren Struktur, die nicht frei ist, sondern machtbestimmt vorstrukturiert ist. Zu anderen gehört zum Begriff des Diskurses nicht nur das Gesagte oder Geschriebene, sondern auch das, was eben gerade nicht gesagt oder geschrieben ist, weil es beispielsweise nicht erwünscht oder nicht erlaubt ist (Ullrich 2008, 22). Es wird dabei versucht, eine Relativierung des Absolutheits- oder Wahrheitsanspruchs des zunächst einmal als „normal“, selbstverständlich hingegenommenen vorzunehmen. Eine Diskursanalyse untersucht also die notwendigen Grenzen unseres Denkens und Argumentierens (ebd.).

In Bezug auf lesbische\* Sichtbarkeit haben wir bereits gesehen, dass diese so auch an vielen Stellen als Unsichtbarkeit wahrgenommen wird. In den Diskursen rund um *Princess Charming* als lesbische\* Dating-Show formt sich dadurch ein Teil unseres Wissens über lesbisches\* Leben. Damit haben die Diskurse eine besondere Machtposition, wenn es um unser kollektives und individuelles Bewusstsein über eine (medial) unterrepräsentierte Gruppe geht.

## 4.2 Formation im Diskurs

In seinem Werk *Archäologie des Wissens* (1973) erklärt Foucault, dass es Regeln gibt, die bestimmen, was gesagt werden kann, bzw., was eben auch nicht gesagt werden kann. Diese Regeln nennt er „diskursive Praxis“ (Foucault 1973, 171). Alles, was im Diskurs geäußert wird, kann anhand von Formationsregeln strukturiert werden. Diskurse sind im ersten Moment zwar „nur“ Zeichen, jedoch beinhalten sie auch konkrete Praktiken, die die Gegenstände bilden, von denen wir sprechen. Dabei sind die Zeichen mehr als nur die Bezeichnung einer Sache. Unsere Sprache konstruiert über Diskurse unsere Realität und Wahrnehmung der Welt (Foucault 1973, 74). Unsere gesellschaftliche Wirklichkeit ist nicht einfach gegeben. Diskurse bringen also das hervor, was sie bezeichnen (Bublitz 2003).

Foucault entwickelt für seine Theorie vier Betrachtungsweisen von Diskursen in Form von Formationsregeln (Foucault 1973, 61ff.). Diese Formationsregeln werden für die Analyse dieser Arbeit eine strukturierende Funktion einnehmen, da sich mit ihnen Texte aus unterschiedlichen Perspektiven betrachten lassen.

Zunächst benennt Foucault die *Gegenstandskonstruktion* von Diskursen, die danach fragt, worüber überhaupt gesprochen wird, in welchen Beziehungen angesprochene Themen stehen und in welchen Kontexten sie erwähnt werden. Darauf folgt die *Formation der Äußerungsmodalitäten*. Sie beschreibt, wer spricht, wo gesprochen wird und in welcher Art

gesprochen werden darf. Was ist der gesellschaftliche Status oder der persönliche Hintergrund, aus welcher Perspektive wird gesprochen? Die *Formation der strukturierenden Begriffe* betrachtet, wie die Äußerungen getroffen werden, mit welchen rhetorischen Mitteln, mit welchen Textsorten und welchen Argumenten. Zuletzt beschreibt Foucault die *Formation der Strategien*, die auf die Außenbezüge eines Diskurses schaut, beispielsweise auf andere Diskurse, die gleichzeitig stattfinden. Hier geht es darum zu fragen, welche Funktion der Diskurs in den verschiedenen Bereichen der Gesellschaft hat, an welche Diskurse er anknüpft.

### 4.3 Vom Diskurs zum Forschungsprogramm (kritische) Diskursanalyse

Die Überlegungen von Michel Foucault prägen bis heute die diskursanalytische Forschung. Dabei existiert bei Foucault jedoch keine von ihm explizit ausgearbeitete Methode zum genauen Vorgehen für eine Diskursanalyse. Wir wissen nun, dass Diskursanalysen das jeweils Sagbare erfassen und uns erzählen, was an einem bestimmten Ort gesagt werden darf und was nicht, was die Strategien hierbei sind und dass die Offenlegung des Diskurses damit auch Macht offenlegen kann (Meyen, et al. 2019, 156). Jedoch ist es kaum möglich, auch in Hinblick auf das Qualitätskriterium der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit, einen Diskurs in seiner ganzen Komplexität zu erfassen, bzw. ihn komplett im jemals Sagbaren zu dekonstruieren. Selbst, wenn das Kategoriensystem den Raum des Sagbaren so weit wie möglich öffnet, braucht es neben der Foucault'schen Werkzeugkiste an Formationsregeln mehr Anweisungen für eine diskursanalytisch orientierte Analyse. So haben sich, angelehnt an Foucaults Ideen, konkretere, methodische Ansätze für die analytische Herangehensweise an Diskurse herausgebildet (Fairclough 2003; Jäger und Jäger 2007; Keller 2011). Reiner Keller (2011) entwickelte beispielsweise eine *wissenssoziologische Diskursanalyse (WDA)*, in der er die Gesellschaft als verschachtelte Wissensordnung versteht, deren Praktiken und Wissenszirkulationen er untersuchen möchte. Während Keller hier kein direkt politisches Ziel verfolgt, hat die *kritische Diskursanalyse (KDA)* von Siegfried und Margarete Jäger (Jäger und Jäger 2007) das Ziel, die Geschichtlichkeit unseres Wissens kritisch herauszuarbeiten (Meyen, et al. 2019, 159). Dafür greifen die Jägers gesellschaftlich brisante Themen auf, wie beispielsweise Einwanderung. Ebenfalls hinterfragen sie scheinbar zeitlos gültige Aussagen und benennen, was nicht sagbar ist bzw. bei Aussage zum Eklat führen würde (Jäger und Jäger 2007). Sie richten damit den Finger auf die Mächtigen und üben Gesellschaftskritik. Die Frage nach Macht und der Beziehung zwischen Diskurs und kontextgebender Struktur steht dabei im Mittelpunkt (Meyen 2019, 160). Keller (2011) beschreibt diese gegenseitige Beeinflussung wie folgt: „Diskurse konstruieren die Welt, und sie werden umgekehrt durch sie konstruiert; sie (re-)produzieren und

transformieren Gesellschaft; sie leisten die Konstruktion sozialer Identitäten, die Herstellung sozialer Beziehungen zwischen Personen und die Konstruktion von Wissens- und Glaubenssystemen“ (ebd., 29).

Die Diskurse um lesbische\* Sichtbarkeit, die in den Medien auftauchen, konstruieren damit die gesellschaftlichen Bilder von lesbischen\* Menschen, und geben vor, wie beispielsweise bestimmte Darstellungsformen (beispielsweise in einem Reality TV-Format wie *Princess Charming*) bewertet werden sollen. Das im Vordergrund stehende Ziel der folgenden Analyse ist es, die Regeln und Deutungsmuster zu lesbischer\* Sichtbarkeit durch ein Reality TV Format wie *Princess Charming*, aufzudecken.

Um diese Regeln und Deutungsmuster aufzudecken, schlägt die KDA sechs analytische Kategorien vor, mit denen die Diskursstrukturen erschlossen werden können (Jäger und Jäger 2007, 25ff.):

1. Das Diskursfragment (ein Element/Textteil im Strang, wie z.B. ein Leitartikel)
2. Den Diskursstrang (Das Thema/thematisch einheitliche Diskursverläufe/Diskursfragmente mit gleichem Thema s.U.)  
→ Zwei Dimensionen: Synchron (was ist zu bestimmtem, gegenwärtigem Zeitpunkt sagbar) und diachron (Wandel des Sagbaren über bestimmten Zeitraum hinweg)
3. Die Diskursstrang-Verschrankungen (liegt vor, wenn ein Text mehrere Diskurse oder Diskursstränge aufgreift)
4. Das diskursive Ereignis (Ereignisse, die durch die Medien herausgestellt werden und damit die Richtung des Diskursstranges, zu dem sie gehören, beeinflussen - zum Beispiel die Kölner Silvesternacht 2015, die das Feld des Sagbaren gleich in mehreren Diskurssträngen verändert hat)
5. Die Diskursebene(n) (der Kontext, aus dem gesprochen wird: Politik, Medien, Alltag) und
6. Diskursposition (der (ideologische) Ort, von dem gesprochen wird – eine Kategorie, die berücksichtigt, dass sich (auf Personenebene) Lebens- und Lernbedingungen unterscheiden)

Für die Analyse selbst schlagen Jäger und Jäger in einem ersten Schritt eine *Strukturanalyse* der Untersuchungseinheiten vor, um einen Überblick über den Materialkorpus zu gewinnen. Dabei werden Stichworte zu Themen, qualitative Bewertungen dieser, auffälliges Fehlen oder zeitliche Häufungen bestimmter Thematiken besprochen (Jäger 2009, 171ff.). Daraufhin

werden dann exemplarische Texte, bzw. Diskursfragmente einer *Feinanalyse* unterzogen. Sie werden also in einen Kontext gesetzt, ihre sprachlich-rhetorischen Mittel und inhaltlich-ideologische Aussagen werden berücksichtigt und dann im Diskursstrang verortet.<sup>17</sup>

#### 4.4 Diskursanalyse – Und jetzt? Eine kurze Diskussion

*„Die Erkenntnis, dass alles Text und Konstruktion ist, nützt niemandem, der hungert.“ (Alan Sokal in Ullrich 2008, 28)*

Bevor im Folgenden eine diskursanalytisch orientierte Analyse vollzogen wird, soll die Methodik kurz diskutiert werden, um auch auf die Schwächen des Ansatzes hinzuweisen. So Ullrich benennt als einen der Hauptkritikpunkte an der diskursanalytischen Herangehensweise: „Wenn DiskursanalytikerInnen glauben, sie haben den privilegierten und einzig aussagekräftigen Zugang zur gesellschaftlichen Wirklichkeit, dann liegen sie falsch.“ (Ullrich 2008, 28.). So greifen in gesellschaftlichen Missständen nicht nur *Diskurse*, sondern ganz aktiv auch Strukturen und Prozesse wie Polizeigewalt, Repression, Unterdrückung und Geld. Daher geht eine Analyse, die nur solche materiellen Interessen als Ursache menschlichen Handelns annimmt, zu kurz (ebd.). Was tatsächlich passiert, ist auch immer eine Frage von kommunikativer Aushandlung, Deutung oder Indoktrination. Auch der Soziologe Rainer Keller merkt kritisch an, dass insbesondere die KDA mit ihrer ideologiekritischen Perspektive dazu führen kann, dass „[...] immer schon gewusst zu werden scheint, wie ‚der rassistische Diskurs‘, der ‚sexistische Diskurs‘, der ‚fundamentalistische Diskurs‘ usw. beschaffen sind“ (Keller 2011, 154). Eine diskursanalytisch orientierte Methode kann am Ende nur die Diskurse herausarbeiten und analysieren, um daran angelehnt Rückschlüsse auf sie bedingende Strukturen zu ziehen und die Gesellschaft daraufhin zu analysieren. Es ist aber zu jeder Zeit nur eine ergänzende Sicht auf die Dinge, denn der Diskurs hat auch immer eine bestimmte Eigenmächtigkeit (Ullrich 2008, 28).

---

<sup>17</sup> Im englischen Sprachraum hat sich das Forschungsfeld um die Diskursanalyse noch deutlich weiter ausgeprägt und wurde um die Critical Discourse Analysis (CDA) erweitert. Die CDA stellt dabei Ideologien oder Hegemonien mehr in den Mittelpunkt als die KDA, schlägt aber ähnlich zum deutschen Ansatz eine Brücke zwischen sprachwissenschaftlichen und sozialtheoretischen Forschungsinteressen mit einer gesellschaftskritischen Untersuchungsperspektive. Eine zentrale Annahme durch Fairclough, den Mitbegründer des soziolinguistischen Ansatzes der CDA ist es, dass Sprache soziales Leben strukturiert (Fairclough 2012, 454). Dabei können die dominanten Akteure im Diskurs die Sprache kontrollieren, wodurch sie den Diskurs formen können. Greg Philo bezeichnet Sprache in diesem Zusammenhang auch als „battlefield“, auf dem Machtpositionen ausgefochten werden (Philo 2007, 178). Für den Sprachwissenschaftler van Dijk ist eine der wichtigsten Funktionen von Sprache damit: „managing the mind of the others“ (van Dijk 1993, 254). Die CDA möchte Diskurs- und Machtstrukturen analysieren, um Machtmissbrauch und Hegemonien in den Fokus zu nehmen (ebd., 252).

Ein Potenzial der Diskursanalyse, insbesondere der KDA, ist die Erkenntnis der Bedeutung des eigenen Sprechortes. So werden nach Ullrich zu oft Standpunkte und Aussagen als Ausdruck „reiner Theorie“ dargestellt, obwohl sie ebenso eine Spiegelung der herrschenden Diskurse darstellen und die eigene Subkultur oder politischen Orientierung widerspiegeln. Somit kann beispielsweise eine vergleichende Diskursanalyse auf die begrenzte Gültigkeit der eigenen Position hinweisen. Wenn es die Bekenntnis zu dieser Relativität gibt, gibt es eine Voraussetzung für die Gestaltung solidarischer, kommunikativer Aushandlungsprozesse, die Ullrich als Voraussetzung für eine emanzipatorische Gesellschaft ansieht (Ullrich 2008, 29).

Letztendlich ist das Diskursive nicht „[...] als Realität eigener Art zu denken, das unabhängig von anderen Ebenen sozialer Wirklichkeit prozessiert.“ (Gasteiger 2008, 39). Diskurse können also immer auch *anders* denkend geordnet bzw. analysiert werden.

Wenn im Folgenden das methodische, diskursanalytisch orientierte Vorgehen dieser Arbeit erläutert wird, sollen die hier angemarkten Kritikpunkte stets mit berücksichtigt werden.

## 5 Methodisches Vorgehen

Im Folgenden wird das methodische Vorgehen erläutert. Nachdem die theoretischen Vorarbeiten eine kontextuale Einordnung des Themas gegeben haben, werden zunächst die forschungsleitenden Fragen vorgestellt, die die Richtung der Analyse vorgeben werden. Forschungsleitend bedeutet in diesem Zusammenhang, dass sie das methodische Vorgehen prägen, indem sie ausschlaggebend für die konkrete Materialauswahl, die Ordnung des Materials sowie das Vorgehen in Struktur- und Feinanalyse der ausgewählten Artikel sein werden. Daran anschließend werden die Analyseschritte der diskursanalytisch orientierten Analyse vorgestellt. Der erste Analyseschritt umfasst dabei die Beschreibung der vorgenommenen Materialauswahl sowie die Eingrenzung des Untersuchungsmaterials. Daraufhin wird im zweiten Analyseschritt das Vorgehen für die Strukturanalyse festgelegt. Zudem wird ein erster Überblick über den untersuchten Materialkorpus gegeben. Der dritte Schritt umfasst dann die Erläuterung der Feinanalyse. Hierfür wurde als Untersuchungsinstrument ein Kategoriensystem entwickelt, welches sich am Werkzeugkasten der Formationsregeln von Foucault (1973) und den davon inspirierten, methodischen Ansätzen der KDA von Jäger und Jäger (2007) zusammensetzt. Außerdem wird in Form einer kurzen, kontextualen Einordnung noch einmal auf Ereignisse eingegangen, die im Untersuchungszeitraum 2021 relevant mit Blick auf diese Forschungsarbeit erscheinen.

## 5.1 Begründung der forschungsleitenden Fragestellungen

Im Rahmen dieser Forschungsarbeit wird eine diskursanalytisch orientierte Analyse der Berichterstattung über die lesbische\* Reality TV-Show *Princess Charming* durch die deutsche Presse durchgeführt. In der Berichterstattung zur Show verbinden sich dabei (u.A.) zwei Diskursstränge miteinander: die Art und Weise der Darstellung lesbischer\* Sichtbarkeit einerseits sowie die Auseinandersetzung mit einem spezifischen Genre andererseits, nämlich dem Reality TV. Es geht also nicht allein darum, die Art und Weise der Berichterstattung über die durch *Princess Charming* entstandene lesbische\* Sichtbarkeit herauszuarbeiten, sondern parallel zu analysieren, welche Rolle auch das Genre mit seinen Eigenarten hierbei gespielt hat. Um diese Diskursstränge einerseits getrennt voneinander, andererseits aber auch im Zusammenspiel zu beobachten, wurden drei Forschungsfragen aufgestellt, die den analytischen Prozess begleitet haben.

Wie in den theoretischen Vorarbeiten dieser Arbeit bereits gezeigt wurde, ist die Geschichte lesbischer\* Sichtbarkeit eine Geschichte des Kampfes gegen die Unsichtbarkeit der Community (Oesterle-Schwerin 1993, 10). Damit besteht die Annahme, dass die Ausstrahlung eines lesbischen\* Dating-Formats über den Mainstream-Streaminganbieter *RTL+* und später auch im linearen Fernsehen auf dem Sender *VOX*, der sich nicht nur explizit an eine queere Community richtet, bedeutsam für jegliche Art von lesbischer\* Repräsentation ist. Zudem besteht die Annahme, dass die Berichterstattung der deutschen Presse über das Format zusätzlich zur Ausstrahlung der Show eine meinungskonstituierende Rolle bei der Leser\*innenschaft einnehmen kann (Beck 2012, 154). Damit kann die Untersuchung der Pressearbeit zu *Princess Charming* Aufschlüsse über das Potenzial der untersuchten Medien für queertheoretische Analysen liefern. Doch wie wird die Darstellung rein lesbischer\* Geschichten durch das Reality TV Format in der deutschen Presse wahrgenommen? Hier ergibt sich die erste Fragestellung über die mediale Konstruktion von lesbischen Lebenswelten\* in den untersuchten Texten:

**Welche Repräsentations- und Darstellungsformen lesbischer\* Sichtbarkeit werden in der Berichterstattung der deutschen Tageszeitungen und Communitypresse über das Reality TV Format *Princess Charming* konstruiert?**

Diese Arbeit konzeptualisiert in diesem Zusammenhang lesbische\* Sichtbarkeit lediglich als eine Kategorie des Diskurses (Bayramoglu 2018, 92f.). Es geht hierbei also nicht um eine reale, lesbische\* Lebenswelt einer lesbischen\* Person, die sich positioniert, sondern nur um das In-Erscheinung-Treten dieser durch die journalistische Sprache. Die journalistische

Konstruktion bzw. Repräsentation von lesbischen\* Lebenswelten wird hierbei als machtgebundener Prozess verstanden, der im Verlauf der Zeit ständigem Wandel unterzogen ist (Jäger 2011). Das heißt beispielsweise, dass lesbische\* Lebenswelten in den 1980er-Jahren journalistisch anders konstruiert wurden als im Jahr 2021, nach der Ausstrahlung von *Princess Charming*. Im Rahmen wird ein Einblick in die journalistische Konstruktion lesbischer\* Lebenswelten zu diesem Zeitpunkt im Zusammenhang mit der Berichterstattung über die Reality TV-Show gegeben. Es handelt also um einen Diskursstrang, ein Fragment des gesamten Diskurses um lesbische\* Sichtbarkeit.

Daran schließen sich, entsprechend der ersten, forschungsleitenden Frage, untergeordnete Fragestellungen an wie: Wie wird über die lesbische\* Dating-Show berichtet? In welcher Form wird in den Artikeln über Lesben\* gesprochen? Wer spricht bzw. wird interviewt? An wen richtet sich der Text? Außerdem stellt sich die Frage: Sind diskursive Unterschiede in der Berichterstattung über *Princess Charming* zwischen den Tageszeitungen und den Communitymedien festzustellen? Zwar soll es in dieser Arbeit nicht direkt um einen Vergleich der Berichterstattung in Tageszeitungen und Communitymedien gehen, jedoch scheint ein Blick in diese Richtung trotzdem von Bedeutung.

Parallel dazu ergibt sich die zweite, forschungsleitende Frage, die in Richtung des Genres blickt, in welchem die Dating-Show einzuordnen ist, nämlich Reality TV. Hier liegt das Erkenntnisinteresse in der Frage nach dem gesellschaftlichen Bild über das Genre, wobei die gesellschaftliche Einstellung zum Genre erfragt wird. Die theoretischen Vorarbeiten dieser Forschung haben verdeutlicht, dass das Genre seit seiner Entstehung ambivalent betrachtet wird. So ist es als Unterhaltungsgenre anerkannt, andererseits haben die Begriffe „Trash-TV“ oder „Unterschichtenfernsehen“ das Genre bis heute geprägt. Reality-TV-Shows sind damit in großen Teilen der Gesellschaft negativ konnotiert. Wenn wir uns also dem Reality-TV-Forschungskomplex dieser Arbeit zuwenden, stellt sich die Frage, ob sich diese negativen Konnotationen in den Presstexten wiederfinden. Oder anders formuliert:

**Welches gesellschaftliche Wissen über Reality TV wird durch die Presstexte vermittelt und welche Einstellung gegenüber dem Genre wird dabei deutlich?**

Ähnlich, wie im Zusammenhang mit der ersten Forschungsfrage festgestellt wurde, kann auch im Rahmen der zweiten, forschungsleitenden Frage das zu erforschende, gesellschaftliche Wissen über Reality TV als Kategorie des Diskurses aufgenommen werden. Es wird dementsprechend analysiert, inwiefern gesellschaftliches Wissen über das Genre in Form

journalistischer Sprache auftaucht, in der Annahme, dass dieses Wissen ständigem Wandel unterzogen ist (Jäger 2011). Hier findet eine Auseinandersetzung mit dem Diskursstrang um Reality TV im Zusammenhang mit der Ausstrahlung von *Princess Charming* statt. Daran schließen sich Fragen an, wie welche Attribute dem Genre in den journalistischen Texten zugeschrieben werden? Was wird dem Format „zugetraut“ und was nicht? In welchen Zusammenhängen wird das Genre erwähnt oder beschrieben?

Nachdem die journalistischen Diskurse um beide Themenkomplexe, die öffentliche Auffassung lesbischer\* Sichtbarkeit im Mainstream, sowie der Umgang mit dem Genre Reality TV, herausgearbeitet wurden, kann abschließend beurteilt werden, welche Auswirkung das Zusammenspiel der beiden Kategorien auf die Wahrnehmung lesbischer\* Sichtbarkeit, sowie die Wahrnehmung von Reality TV haben kann. So besteht die Annahme, dass die öffentliche Wahrnehmung des Genres von negativen Konnotationen geprägt ist (Klaus und Röser 2008). Hier stellt sich die Frage: Wie wirkt sich diese negative, öffentliche Wahrnehmung auf die Wahrnehmung der lesbischen\* Sichtbarkeit aus? Findet parallel zu einer (möglichen) Abwertung des Genres eine Abwertung der Darstellung lesbischer\* Menschen statt? Oder spielt das Vorwissen aufgrund einer langen Vorgeschichte von Reality TV keine Rolle, wenn es um die Darstellung von lesbischen\* Geschichten, abseits heteronormativer Erzählungen, geht? Zur Beantwortung dieser Themenkomplexe werden abschließend die Fragen gestellt:

**Inwiefern wirken die Diskursstränge um Reality TV und lesbische\* Sichtbarkeit in den Presstexten zusammen? Findet eine Abwertung der öffentlichen, lesbischen\* Darstellung anhand des Genres statt? Oder wird das Genre-Vorwissen durch eine neue Form lesbischer\* Sichtbarkeit durch *Princess Charming* beeinflusst?**

Um diesen drei Forschungsfragen auf den Grund zu gehen, wird innerhalb von drei Analyseschritten eine diskursanalytisch orientierte Analyse ausgewählter Presstexte durchgeführt. Diese werden im Folgenden vorgestellt.

## **5.2 Analyseschritt 1: Materialauswahl**

Ein Ausgangspunkt dieser Arbeit ist die Annahme, dass Sprache einen entscheidenden Anteil an der sozialen Konstruktion der Welt hat (Ullrich 2008, 19). Wenn wir uns mit der Produktion gesellschaftlich akzeptierten Wissens über lesbische\* Sichtbarkeit in einer Reality TV Show beschäftigen, stellt sich die Frage, wo sich diese diskursiven Stränge niederschlagen. Dabei ist es im Rahmen dieser Masterarbeit unmöglich, die gesamte Breite der Diskursstränge

um lesbische\* Sichtbarkeit im Reality TV Format *Princess Charming* zu erfassen. So empfehlen Jäger und Jäger (2007), sich auf bestimmte Diskursebenen zu konzentrieren und diese in den Blick zu nehmen (ebd., 25 ff.). Es wurden also Einschränkungen vorgenommen, um eine übersichtliche Materialauswahl zu treffen.

Die Berichterstattung über *Princess Charming* fand im Ausstrahlungsjahr 2021 vor allem in den Online- und Printmedien statt, wobei das Thema beispielsweise in diversen Podcasts oder YouTube-Formaten besprochen wurde (siehe Kapitel 2.6). Darüber hinaus wurde auch im Zusammenhang mit der Verleihung des Deutschen Fernsehpreises 2021 in der Presse über die Show berichtet.

Um eine Eingrenzung des Materials vorzunehmen, fiel die Entscheidung auf die Untersuchung der Ebene der Printmedien. Ausgewählt wurden dafür Texte aus überregionalen Tageszeitungen, die den Qualitätsmedien zuzuordnen sind: die *Süddeutsche Zeitung*, die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* und die *taz* (Meyen, et al. 2019, 33; Blum 2011, 7). Zeitungen lassen sich nach Raabe durch vier Merkmale von anderen Medien abgrenzen (Raabe 2013, 383): Periodizität (erscheint regelmäßig), Aktualität (größtmöglicher Bezug zum aktuellen Geschehen/Gegenwart), Universalität (thematische Vielfalt) und Publizität (öffentlich zugänglich). Damit sind Zeitungen neben dem Fernsehen und Internet den Massenmedien zuzuordnen (ebd., 384). Somit ist diesem Medium ein wichtiger Stellenwert innerhalb der Gesellschaft zuzuschreiben, denn es hat eine lange Tradition und trotzdem auch heute noch aktuelle Bedeutung für die (politische) Informationsgewinnung für die Gesellschaft. Journalismus ist laut Lünenborg als ein kultureller Prozess zu verstehen, der unter anderem verursacht, dass bestimmte Kategorien in einer Gesellschaft als selbstverständlich betrachtet werden (Lünenborg 2005). In diesem Zusammenhang sind journalistische Texte nicht nur Träger von Informationen, sondern funktionieren als wesentlicher Bestandteil einer dominanzgesellschaftlichen Kultur (Bayramoglu 2018, 18). Die Zeitung trägt so zur öffentlichen Meinungs- und Willensbildung, Unterhaltung und Beratung der Menschen bei (Beck 2012, 154). Die *Süddeutsche Zeitung*, die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* und die *taz* gehören dabei zu den auflagenstärksten überregionalen Tageszeitungen Deutschlands und werden daher als relevante Informationsträger für diese Arbeit angesehen (IVW 2021b).

Dabei wird die Bezeichnung „Qualitätsmedium“ zwar in vielen verschiedenen wissenschaftlichen Fachrichtungen genutzt, jedoch existiert keine einheitliche Definition für den Begriff. Was bedeutet somit Qualität im Kontext dieser Arbeit? Um eine Eingrenzung zu treffen, wird eine Qualitätszeitung im Folgenden von der Boulevardpresse abgegrenzt, die auf Grund ihrer Auflagenstärke ansonsten mit in die Untersuchung fallen würde (für weitere

Erläuterungen hierzu siehe Kapitel 5.2.1). Die Abgrenzung von Boulevardzeitungen hat zum einen den rein pragmatischen Grund, eine Eingrenzung des Materials vorzunehmen. Roger Blum stellt zudem drei Merkmale von Qualitätszeitungen fest, die auch auf die hier genannten Zeitungen übertragbar sind. Zum einen die Spezialisierung der Redaktion, die durch ein breites Fachwissen einzelner Redakteur\*innen zu verschiedensten Themen geprägt ist. Zum anderen geht es um einen „generell-abstrakten Ansatz“, der versucht, von oben auf die Welt zu blicken. Außerdem ist eine Prioritätensetzung auf die Themenbereiche Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft festzustellen, wobei möglichst wenig emotional, sondern vielmehr faktenbasiert argumentiert wird (Blum 2011, 9f.). Ebenfalls zeichnen sich die hier genannten Qualitätszeitungen durch eine hohe Seriosität aus. Das heißt, dass davon ausgegangen wird, dass die Rezipierenden dieser Zeitungen der Auffassung sind, zuverlässig durch die Medien informiert und orientiert zu werden (Jarren und Vogel 2011, 23). Dies ist vor allem auch in Bezug auf den Untersuchungsgegenstand lesbische\* Sichtbarkeit interessant und die Tatsache, wie „seriöse“ Informationen zu lesbischer\* Sichtbarkeit an die Öffentlichkeit getragen werden. Darüberhinaus sind Qualitätsmedien den sog. Leitmedien zuzuordnen, denen Jarren und Vogel folgende Funktionen zusprechen: „Was die führenden Medien aufgreifen, wird auch zum Thema der zuständigen Eliten. Leitmedien sind hier als Meinungsführermedien anzusehen.“ (Jarren und Vogel 2011, 20). Auch dieses Kriterium ist in Bezug auf lesbische\* Sichtbarkeit von Bedeutung, da ein Großteil der Meinungsbilder und Vorstellungen von heterosexuellen Menschen über Lesben\* unter anderem durch eben diese Leitmedien geprägt ist. Das Ausschließen der Boulevardpresse an dieser Stelle hat nicht den Grund, dass diese in ihrem Wirkungspotential für die gesellschaftliche Meinungsbildung nicht ernst genommen würde - ganz im Gegenteil. Bayramoglu hält in seiner Diskursanalyse queerer Darstellungen der deutsch-türkischen Boulevardpresse explizit fest, welches Potenzial gerade die Boulevardmedien für queertheoretische Analysen haben können (Bayramoglu 2018, 19).

Da es in dieser Arbeit um das Abbilden von Diskurssträngen um lesbische\* Sichtbarkeit gehen wird, wurden zusätzlich auch communitybezogene Medien ausgewählt. Hier wird davon ausgegangen, dass diese Medienart den Diskurs noch einmal um eine intrinsische Perspektive erweitert. So kann, im Gegensatz zu den anderen Qualitätszeitungen, weniger von „oben“, sondern vielmehr von innen auf das Geschehen geblickt werden (Blum 2011, 9f.). Da es schlichtweg keine lesbische\* Tageszeitung gibt, wurde sich für drei community-interne oder community-nahe Magazine entschieden: Das *L.MAG*, die *SIEGESSÄULE* und das *MISSY MAGAZINE*. Die Magazine erscheinen monatlich, bzw. alle zwei Monate, wodurch sie in ihren Printausgaben weniger das aktuelle Tagesgeschehen im Gegensatz zu den Tageszeitungen abbilden.

Jedoch verfügen alle drei Magazine über tagesaktuelle Websites, auf denen zusätzliche Inhalte geteilt werden. Daher wurden bei allen Zeitungen bzw. Magazinen sowohl die Printausgaben, als auch die Websites in die Untersuchung mit einbezogen.

### 5.2.1 Eingrenzung des Untersuchungsmaterials

Nachdem die Auswahl der zu analysierenden Zeitungen und Magazine festgelegt wurde, muss eine Eingrenzung des Untersuchungsmaterials vorgenommen werden. Dafür wird entschieden, welche Ausgaben bzw. Artikel aus den jeweiligen Materialien in die Untersuchung einfließen sollen. Da es in dieser Forschungsarbeit explizit um die lesbische\* Sichtbarkeit durch die Reality TV Show *Princess Charming* gehen wird, stand schnell fest, dass ausschließlich diejenigen Artikel Beachtung finden sollen, die sich auf irgendeine Weise mit der Show auseinandersetzen. Da die Show im Mai 2021 zunächst online per Mediathek, später im Oktober 2021 dann auch im linearen Privatfernsehen ausgestrahlt wurde, kann davon ausgegangen werden, dass die schwerpunktmäßige Berichterstattung zur Show um die Ausstrahlungstermine herum stattfand. Daher werden Artikel ausgewählt, die im Jahr 2021 veröffentlicht wurden. Auf diese Weise kann vermutlich eine Entwicklung der Berichterstattung abgebildet werden, die den Zeitraum vor und nach der Ausstrahlung erfasst. In Bezug auf die Ebene des Diskursstrangs nach Jäger und Jäger (2007) wird in diesem Zusammenhang also ein synchroner Schnitt gezogen, da geschaut wird, was zu einem bestimmten, gegenwärtigen Zeitpunkt sagbar war bzw. ist (Jäger und Jäger 2007, 26). Die beiden Szenemagazine *L.MAG* und *MISSY MAGAZINE* erscheinen alle zwei Monate, somit fielen hier jeweils sechs Ausgaben in den einjährigen Untersuchungszeitraum. Die *SIEGESSÄULE* erscheint monatlich, womit für 2021 zwölf Magazine untersucht werden.

Bei den Tageszeitungen, die von Montag bis Samstag täglich erscheinen, verhält es sich anders. Bei 52 Kalenderwochen im Jahr 2021 und sechs Ausgaben pro Woche fallen pro Wochenzeitung 312 Ausgaben in den Untersuchungszeitraum. Wie bereits erwähnt, werden zusätzlich zu den Printausgaben auch die Websites der ausgewählten Zeitungen und Magazine untersucht.

Um aus der Fülle der Artikel aus dem Jahr 2021 diejenigen Texte herauszufiltern, die relevant für diese Arbeit sind, wird eine Schlagwortsuche in den jeweiligen Archiven bzw. über die Suchfunktion der Websites vorgenommen. Sowohl die Archive der *SZ*, als auch der *FAZ* waren über die Universitätsbibliothek Halle (Saale) zugänglich, für das Archiv der *taz* konnte nach Absprache mit der Zeitung ein einmonatiges Abonnement für die Recherche abgeschlossen werden. Damit kann über die Suchfunktion der Online-Archive und der zeitlichen

Eingrenzung auf das Erscheinungsjahr 2021, nach konkreten Schlagworten gesucht werden. Die Artikel der archivierten Printausgaben werden auf die Schlagworte hin durchsucht und entsprechend ausgegeben. Auf diese Weise wird auch bei dem Durchsuchen der Websites nach relevanten Artikeln vorgegangen.

Zusätzlich dazu wird für die Printausgaben aus 2021 der Community-Magazine *L.MAG*, *SIEGESSÄULE* und *MISSY MAGAZINE* der Zugang über das Archiv der Nationalbibliothek Leipzig genutzt. In den drei Fällen werden die ausgewählten 24 Magazinausgaben händisch durchgearbeitet, da die Ausgaben nicht digitalisiert sind. An dieser Stelle muss daher festgehalten werden, dass die Community-Magazine zwar nach den ausgewählten Schlagworten durchsucht werden, der forschende Blick auf das Untersuchungsmaterial ganzheitlicher ausgerichtet ist, da die Magazine in ihrer Gesamtheit betrachtet werden. Dieses Vorgehen ist jedoch auf Grund des Umfangs bei den Tageszeitungen im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich.

Für die Onlinearchive der Tageszeitungen und für die Untersuchung der Onlineartikel der Websites der jeweiligen Zeitungen und Magazine werden also jeweils die gleichen Suchanfragen im Untersuchungszeitraum 01.01.2021 bis 31.12.2021 gestellt. Dafür wird darauf geachtet, dass jeweils verschiedene Wortkonstellationen der Begriffe genutzt werden. Inhaltlich beziehen sich die Suchbegriffe auf Themen, die in der Berichterstattung zur Show *Princess Charming* aufgegriffen werden. Sie enthalten vor allem den Titel der Show (in verschiedenen Konstellationen), die Namen der Teilnehmenden (da hier nur Vornamen oder Künstler\*innenamen bekannt sind, wurden diese in Kombinationen eingegeben) und das Genre der Show. Dubletten, die hierdurch in Print- und Online-Artikeln entstanden, werden herausgefiltert und inhaltlich nur einmal analysiert. So kommt es durchaus vor, dass Artikel sowohl auf den Websites der jeweiligen Zeitungen/Magazine veröffentlicht werden, als auch in den Printausgaben. Ganz aus der Analyse herausgezogen werden sie jedoch nicht, da es durchaus Erkenntnisse bieten kann, welche Artikel noch einmal gesondert in Printausgaben erscheinen und welche nicht. Darüber hinaus werden die Suchergebnisse nicht weiter selektiert, sodass möglichst keine subjektive Beurteilung der Artikel in die Ergebnisse der Forschungsarbeit einfließt.

Die konkreten Schlagworte, nach denen die Archive durchsucht wurden, waren zu Beginn des Forschungsprozesses noch sehr breit und eher unspezifisch. Sie enthielten Wörter wie: „lesbisch Dating“ oder „lesbisch Streaming“. Dies hatte vor allem den Hintergrund, die größtmögliche Menge an Artikeln zur Berichterstattung über *Princess Charming* herauszufiltern bzw. möglichst wenig Subjektivität in die Auswahl einfließen zu lassen. Dabei wurde jedoch schnell deutlich: Um nur diejenigen Artikel herauszufiltern, die im Zusammenhang mit der Show stehen, musste eine Eingrenzung an Schlagworten getroffen werden, die im direkten

Zusammenhang mit der Show steht. Somit sind die letztendlich ausgewählten Suchbegriffe auch direkt auf die Show selbst bezogen und lauten: Princess Charming; Irina Schlauch; Princess Irina; Lou Princess ; Lou+Irina; Wiki Riot; Elsa+Irina; lesbisch Dating-Show; lesbisch Dating Serie; lesbisch Trash TV; Princess Trash TV; lesbisch Reality TV; politisch Reality TV; Fernsehpreis; Grimme Preis; TV NOW lesbisch; RTL+ lesbisch.

Diese Schlagwortanalyse ergibt insgesamt eine Anzahl von 38 Texten, inklusive sieben Dubletten in Printausgaben und Online-Artikeln der *taz*, *SZ* und *FAZ* (jedoch teilweise mit leicht abweichenden Titeln). Dabei ist zu beachten, dass es sich bei den Community-Magazinen nicht um Tageszeitungen mit einer gewissen Spontanität und Tagesaktualität der Artikel handelt, sondern um Magazine, die sechs bis zwölf Mal jährlich erscheinen. Bei einer Serie, die wöchentlich über ca. drei Monate ausgestrahlt wird, erscheinen also während der Ausstrahlung bis zu hundert Ausgaben einer Tageszeitung, jedoch nur zwei Ausgaben der jeweiligen Magazine. Damit ist insbesondere für die Stimme der Community ein Blick auf die Onlinepräsenzen relevant, da hier in einem ähnlichen Tempo, wie in einer Tageszeitung berichtet werden kann. Die herausgefilterten Artikel aus Tageszeitungen und Communitypresse werden wie folgt benannt, um sie im späteren Verlauf der Analyse zitieren zu können: Abkürzung der Zeitung / des Magazins (Süddeutsche Zeitung: SZ, taz. die tageszeitung: taz, Frankfurter Allgemeine Zeitung: FAZ, MISSY MAGAZINE: MM, L.MAG: LM, SIEGESSÄULE: SS), Tag bzw. Monat der Ausgabe, Jahr, Seitenzahl. Als Beispiel: (SZ 01.05.2021, 5) oder (MM März/April 2021, 46).

Im Folgenden wird nun die erste Annäherung an das Untersuchungsmaterial in Form einer Strukturanalyse erläutert.

### 5.3 Analyseschritt 2: Strukturanalyse

Foucault selbst schlägt für die Untersuchung von Diskursen kein konkretes Vorgehen vor, weshalb sich diese Untersuchung an den Diskursanalytiker\*innen Siegfried und Margarete Jäger (2007) orientiert. Jäger und Jäger (2007) teilen die Analyse in zwei Schritte ein. Zu Beginn wird eine grobe Strukturanalyse des Materials vorgenommen, wodurch ein Überblick über die Zeitungen und Magazine geschaffen wird. So kann zunächst ein erster Eindruck von relevanten, angesprochenen Themen, Besonderheiten, ihrer Präsentation und eventueller Häufungen gewonnen werden, ohne direkt eine tiefe Analyse der Texte vorzunehmen (Jäger und Jäger 2007, 298). Diese Strukturanalyse wird für alle herausgefilterten 38 Artikel durchgeführt, die sich aus der Schlagwortanalyse ergeben. Jäger und Jäger (2007) merken dabei an, dass in die Materialaufbereitung auch Interpretationsansätze einfließen können (ebd.). Dafür wird

zunächst eine allgemeine Charakterisierung der ausgewählten Zeitungen und Magazine vorgenommen, wobei ihre politische bzw. gesellschaftliche Verortung, sowie die Leser\*innenschaft und Auflage benannt werden (ebd.). Außerdem wird ein Überblick über den Untersuchungszeitraum in Hinblick auf den Diskursstrang gegeben. Die erfassten Artikel werden mit bibliographischen Daten benannt und es wird ein Überblick über die gefundenen Textsorten und Rubriken gegeben. Daraufhin soll ein zusammenfassender Überblick über die in den Artikeln angesprochenen Themen gegeben werden. Hierfür werden zunächst Wortwolken erstellt, in denen Stichworte, bzw. prägnante Wortwahlen der analysierten Texte zusammengefasst werden. Die Stichworte zu Thematiken der Artikel, ihre Besonderheiten und Textarten werden erfasst und fließen in die Auswertung mit ein. Auch das auffällige Fehlen oder zeitliche Häufungen bestimmter Themen kann hier benannt werden.

#### **5.4 Analyseschritt 3: Feinanalyse**

Im zweiten Schritt wird eine Feinanalyse ausgewählter Texte durchgeführt. Dafür sollen nach Jäger und Jäger (2007) jeweils „typische“ Artikel eines Diskurses ausgewählt werden (ebd., 299). Ein hierfür relevantes Kriterium ist die Zentralität des Textes. Ein Text ist zentral, wenn er ein Titelthema hat oder eine bestimmte Länge aufweist, die ihn als zentral erscheinen lässt (also z.B. länger als üblich). Insgesamt fließen in diese Feinanalyse 13 Artikel (exklusive Dubletten) ein, die einer detaillierten Analyse anhand des in Kapitel 5.4.1 vorgestellten Kategoriensystems mit inhaltsanalytischen Werkzeugen unterzogen werden. Auf diese Weise werden zentrale Inhalte und Muster des Diskurses herausgearbeitet, die am Ende in drei Thesen zusammengefasst und mit Beispielen untermauert werden.

Wie wir bereits gesehen haben, besteht der Kern einer Diskursanalyse aus den Aussagen eines Diskurses, sowohl in mündlicher, als auch in schriftlicher Form (Foucault 1973, 41). Dafür hält Meyen (2019) fest, dass die Analysemethoden, wie die von Jäger und Jäger (2007) in der KDA, nicht unbedingt dafür konzipiert worden sind, Medienwirkungen zu untersuchen (ebd. 161). Wer aber nach der Wirkung medial vermittelter, öffentlicher Kommunikation sucht, fragt danach, was die Massenmedien mit dem Feld des Sagbaren und der Prägung des Diskurses zu tun haben (ebd.). So ist es das Ziel dieser Arbeit, die diskursiven Stränge in den Qualitätsmedien und lesbischen\* Community-Medien als Teil der Massenmedien zu untersuchen. In den Kommunikationswissenschaften ist man dazu übergegangen, die Terminologie der KDA zu nutzen und sie um kommunikationswissenschaftliche Fragen in Form einer qualitativen Inhaltsanalyse zu ergänzen (Meyen 2019, 161). Die analytischen Stärken der qualitativen Inhaltsanalyse liegen vor allem in der Berücksichtigung sprachlicher Mittel sowie dem persönlichen

und medialen Kontext des Textes und fügen sich damit passend in die Vielschichtigkeit von Foucaults Diskursanalyse ein. In Bezug auf die Diskursanalyse unterscheidet sich die Methodik von der klassischen, alleinstehenden Inhaltsanalyse insofern, als dass es nicht um die Analyse von Einzelfällen geht, sondern die Texte als Elemente übergreifender Diskurse betrachtet werden.

Als Kritikpunkt an dieser Methodik sei betont, dass die Kommunikationswissenschaften die Wirkungsvermutung von Medien voraussetzen. Es wird also davon ausgegangen, dass in den Medien ein kulturelles Leitbild konstruiert wird, das sich auf unsere Vorstellungen über ein Thema auswirkt. Mit einer qualitativen Inhaltsanalyse lassen sich zwar diskursive Linien auf eine Art analysieren, jedoch lässt sich keine direkte Wirkung auf die Rezipierenden der Texte nachvollziehen - Korrelation ist nicht gleich Kausalität. Für dieses Problem schlägt Meyen (2019) eine Methoden-Triangulation vor, in der diese Lücke mit Interviews geschlossen wird, in denen die Wahrnehmung der Rezipierenden erfragt wird (ebd., 116). Diese Methode wäre für das Thema dieser Arbeit durchaus sinnvoll. So wäre beispielsweise eine Befragung von lesbischen\* Menschen zur Berichterstattung über das Format durchaus bedeutsam, wenn es um die Frage nach Repräsentation und Sichtbarkeit geht. Zudem ist eine lesbische\* Sichtweise bereits im Analysekorpus dieser Arbeit nur sehr reduziert gegeben, was eine lesbische\* Perspektive in Interviewform noch dringlicher erscheinen lässt. Jedoch lässt der Umfang dieser Arbeit dies nicht zu. Für eine weitergehende Forschung soll Meyens Ergänzungsvorschlag aber in jedem Fall hier genannt sein.

In Anlehnung an Foucault ist ein weiteres Problem die Herausarbeitung des Nicht-gesagten, was für den Diskurs eine ebenso relevante Rolle spielt, wie das Gesagte. Es geht also um Themen, die vollkommen aus dem Diskurs ausgeklammert werden. Die Bearbeitung dieser (unsichtbaren) Themen ist vor allem bei einem geringen Material-Umfang, wie in dieser Arbeit, schwer möglich. An dieser Stelle können also nur vorübergehende Vermutungen in die Analyse mit einfließen.

Trotz dieser hier benannten Problemfelder wird die Verwendung von Elementen der KDA, also auch der qualitativen Inhaltsanalyse als fruchtbare Methodenverschmelzung angesehen, wenn es um das Herausarbeiten dominanter Diskurse und ihrer Kontexte im Rahmen von lesbischer\* Sichtbarkeit in Folge der Ausstrahlung von *Princess Charming* geht. Dafür soll ein Kategoriensystem als Untersuchungsinstrument herangezogen werden, womit die Analyse an sozialwissenschaftliche Forschungsstandards angepasst wird. Dieses kategoriengeleitete Vorgehen wird den weiteren Forschungsprozess leiten. Dabei werden die diskursanalytischen

Begrifflichkeiten mit einfließen, um die Gütekriterien der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit, Gültigkeit und Übertragbarkeit zu erfüllen (Meyen 2019, 134).

### 5.4.1 Das Kategoriensystem

Kategoriensysteme helfen, die theoretische Perspektive und das Vorwissen zu reflektieren, die Untersuchung leichter nachvollziehbar zu machen und die Ergebnisse besser einordnen zu können (Löblich 2016, 76). Das für diese Arbeit verwendete Kategoriensystem wird für die Feinanalyse ausgewählter Texte innerhalb dieser diskursanalytisch orientierten Analyse eine Rolle spielen. Es bedient sich dabei am Werkzeugkasten der Formationsregeln von Foucault (1973) und den davon inspirierten, methodischen Ansätzen der KDA von Jäger und Jäger (2007), sowie Elementen der qualitativen Inhaltsanalyse (Meyen 2019). Das Kategoriensystem wurde dafür im Laufe dieser Arbeit immer wieder an die Gegebenheiten der Texte angepasst und ist in der folgenden Tabelle zu dargestellt.

Formationsregeln nach Foucault	Konkrete Untersuchungsgegenstände im Diskurs
<b>Formation der Gegenstände</b>	Textoberfläche In den Texten besprochene Themen → In Bezug auf lesbische* Sichtbarkeit durch P.C. → In Bezug auf Reality TV Beziehung zwischen den Themen
	Kontext der Themen
<b>Formation der Äußerungsmodalitäten</b>	Legitime Sprecher*innen in den Texten (gesellschaftliche und institutioneller Position hinterfragen) in Bezug auf lesbische* Sichtbarkeit bei Princess Charming
	Perspektive der Sprecher*innen → wissenschaftlich? → persönlich?
	Auf welche Art wird gesprochen (erklärend, erzählend, appellierend, kritisieren usw.)
	Erscheinungsort
	Darstellungsform & journalistische Textsorte

<b>Formation der Begriffe</b>	Rhetorik (sprachliche Mittel, Argumentationsart, Wording bzw. typische Begriffe) → In Bezug auf lesbische* Sichtbarkeit durch P.C. → In Bezug auf Reality TV
	Bildlichkeit, Metaphorik, Symbolik → In Bezug auf lesbische* Sichtbarkeit durch P.C. → In Bezug auf Reality TV
	Belege? (Expert*innen, Studien usw.)
<b>Formation der Strategien</b>	Im Diskurs angewandte Theorien → Was wird als Problem dargestellt? → Wie wird das Problem erklärt? → Was wird als Lösung dargestellt?
	Verhältnis zu Nachbardiskursen
	In-Group und Out-Group (“wir” und “die”) → Sind sie zu erkennen? → Wie werden sie definiert?

Abbildung 5 Das Kategoriensystem

Jede der vier diskursiven Formationen (linke Seite) stellt dabei im übergeordneten Sinne eine Hauptuntersuchungseinheit nach Foucault (1973) dar, die im Verlauf der Untersuchung betrachtet werden soll. Diese Formationen wurden durch kommunikationswissenschaftliche Aspekte (Meyen 2019) und Elemente aus der KDA (Jäger und Jäger 2007) ergänzt.

*Die Formation der Gegenstände* will die Oberfläche (Jäger und Jäger 2007, 299) des Textes untersuchen und dabei herausarbeiten, über welche Themen im Zusammenhang mit der Diskussion um lesbische\* Sichtbarkeit und Reality im Zusammenhang mit *Princess Charming* gesprochen wird (ebd., 27). Die beiden Themen werden wahrscheinlich in Form von Diskursstrangverschränkungen häufig eng miteinander verknüpft sein. Es wird untersucht, inwiefern diese Themen miteinander, aber auch getrennt voneinander diskutiert und in welchen Kontexten sie behandelt werden (siehe auch forschungsleitende Fragen).

Für die *Formation der Äußerungsmodalitäten* wird untersucht, wer als legitime\*r Sprecher\*in dargestellt wird, welche Person also auf legitime Weise sprechen (bspw. ausdrücklich Lesben\*, FLINTA\*s<sup>18</sup> oder Menschen außerhalb der Community wie Produzent\*innen oder

<sup>18</sup> Der Ausdruck FLINTA\* fasst in diesem Zusammenhang die Gruppe um Frauen, Lesben, intersexuelle, nicht-binäre, trans- und agender Personen zusammen und versucht so einen Begriff für die Personengruppe zu finden, die von patriarchalen Strukturen diskriminiert wird. Gleichzeitig verweist der Begriff auf die Vielfalt der Differenzen zwischen ebendiesen Menschen

andere Expert\*innen) und wer auch eben nicht sprechen darf. Von welcher Position aus spricht die Person (Jäger und Jäger 2007, 28)? Ist es eine institutionelle oder eher persönliche Position? Auf welche Art spricht sie (Meyen 2019, 162)? Erklärend, erzählend, appellierend oder kritisierend? Zusätzlich dazu können in dieser Kategorie formale Aspekte in Bezug auf die Darstellungsform oder Länge des Textes, sowie der Erscheinungsort erfasst werden. Diese Kategorie wird bereits in der Strukturanalyse zum Einsatz kommen.

Außerdem stellt Foucault die Suche nach der *Formation der Begriffe* zur Verfügung. Hier werden die rhetorischen Mittel des Textes erfasst (Meyen 2019, 133ff.). Gibt es beispielsweise bestimmte Metaphern oder Symboliken (Jäger und Jäger 2007, 40ff.), Vergleiche oder explizite Kontrastierungen? Wie sind der Tonfall und das Wording einzuordnen? Wird explizit negatives oder positives Wording verwendet? Oder wird eher auf ein möglichst neutrales Wording geachtet? Auch kann geschaut werden, in welcher Abfolge Argumente eingebracht und ob Belege verwendet werden. Außerdem wird die grafische Gestaltung des Textes untersucht.

*Die Formation der Strategien* untersucht als letzte Einheit, welche Theorien innerhalb des Diskurses angewandt werden und wie die eigene Diskursposition legitimiert wird (Meyen 2019, 162). Diese können absehbar nach der Analyse der drei vorherigen Formationsregeln leichter aufgedeckt werden. Was wird als Problem dargestellt, wie wird das Problem erklärt und was wird als Lösung dargestellt? Was wird toleriert, was wird als „anders“ ausgegrenzt? Was sind die Normalisierungs-Strategien (Jäger und Jäger 2007, 61ff.)? Außerdem wird geschaut, in welchem Verhältnis die Diskurse um lesbische\* Sichtbarkeit zu anderen Nachbardiskursen stehen und welche Funktion der Diskurs für verschiedene Bereiche der Gesellschaft hat.

Die Analyse dieser vier Formationsregeln wird im Rahmen der Analyse, je nach Forschungsfrage, unterschiedlich tiefgehend durchgeführt. Da auch im Rahmen der Feinanalyse eine größere Textmenge untersucht wird, kann beispielsweise nicht jede Metapher, jede Symbolik oder jedes Thema aus den Texten herausgestellt werden. Das Kategoriensystem soll vielmehr als Analysestütze bzw. Werkzeugkasten dienen, welche je nach Forschungsfrage unterschiedlich eingesetzt werden muss. Dabei schafft es eine Analysestruktur, die den Analyseprozess vereinheitlichen kann.

## 5.5 Kontext der Forschung –2021 als Jahr des Regenbogens?

Diskursstränge werden häufig von den diskursiven Ereignissen beeinflusst, d. h. von den großen Ereignissen, die politisch und medial herausgestellt werden. Solche Ereignisse nehmen Einfluss auf den Verlauf und die Richtung, die Linien des Diskurses. Wenn in der Analyse ein Blick auf die diskursiven Ereignisse geworfen wird, ergibt sich ein synchroner Schnitt durch

einen Diskursstrang und seine historische Einordnung, was für die Interpretation der aktuellen Diskurse hilfreich ist (Jäger und Jäger 2007, 27). Wenn wir uns die diskursiven Linien rund um das Erscheinen der Reality TV Show *Princess Charming* anschauen, müssen wir auch einen Überblick darüber schaffen, was das Erscheinungsjahr der Show 2021 an möglichen, relevanten Ereignissen mit sich brachte.

So scheint an erster Stelle das Fortlaufen der Corona-Pandemie viele andere Ereignisse des Jahres 2021 erst einmal zu überschatten. Zwar führte das (ungleiche) Verteilen des damals neuen Impfstoffes gegen das Virus zunächst zu einer Art Aufatmen in großen Teilen der Gesellschaft, trotzdem begann 2021 mit einem Lockdown, der bis in die Mitte des Jahres hinein andauerte und somit auch noch zum Zeitpunkt der Ausstrahlung von *Princess Charming* die Menschen in ihren Wohnungen hielt (Hanika 2021). Dies führte dazu, dass die „Bewegtbildnutzung“, also das Schauen von TV und Mediatheken, sowie Streamingangeboten in der Gesellschaft im vergangenen Jahr auf einem vergleichsweise hohen Niveau lag (AGF 2021). So kam dem Fernsehen in der Pandemiezeit eine wichtige Funktion zu, um das „Nichts-Tun-Können“ zu kompensieren und weiterhin medial an einem Leben außerhalb der eigenen Wohnung teilhaben zu können. Dabei zählten, neben Informations-Sendungen und Nachrichten vor allem auch Unterhaltungs-Shows wie Reality TV zu den beliebtesten Formaten (ebd.). Dass *Princess Charming* in einer Zeit von Pandemie und Teil-Lockdown ausgestrahlt wurde, in der die Menschen mehr Zeit vor Bildschirmen verbrachten, muss bei der Beobachtung der Mediendiskurse um das Format berücksichtigt werden. Trotz Pandemie war im Jahr 2021 aber auch wieder mehr außenwirksame Aktivität in der Queer-Community möglich. So konnten nach einem Jahr Pause beispielsweise wieder große Pride-Paraden in Deutschland stattfinden, unter anderem die des CSD e.V., Trans\*Pride, FLIINTA\*Pride oder deutschlandweite Fahrraddemos. Zudem stand im vergangenen Jahr wieder die Bundestagswahl an. In diesem Zusammenhang wurde ein Koalitionsvertrag der Ampelparteien unter dem Titel „Mehr Fortschritt wagen“ verabschiedet, der auf zentrale Anliegen der queeren Community einging: Die Modernisierung des Familienrechts, die automatische, rechtlich gültige Mutterschaft lesbischer\*, verheirateter Mütter, die Verbesserung der Erfassung queerfeindlicher Hasskriminalität, die Verankerung von Regenbogenfamilien in der Familienpolitik, das Recht auf reproduktive Selbstbestimmung und mehr Einsatz für eine internationale, intersektionale Gleichstellungspolitik (Bundesregierung 2021). Zusätzlich machte auch die #ActOut-Kampagne den Fortschrittbedarf deutlich, innerhalb derer sich im Februar 2021 185 LGBTQIA\*-Schauspieler\*innen im SZ Magazin zu Wort meldeten und sich im Rahmenn eines Manifestes als schwul\*, lesbisch, queer\*, nicht-binär oder trans\* outeten. Unter den Unterzeichner\*innen fanden sich auch schon lange geoutete Prominente,

wie Maren Kroymann oder Ulrike Folkerts (Tesenfitz 2021). Die Aktion fand dabei größtenteils positiven Zuspruch. Dabei wurde auch deutlich: Viele Menschen verstanden den Sinn der Aktion nicht. So sei Queerness Branche in der Wahrnehmung einiger Menschen in der kein Problem mehr. Tatort-Schauspielerin Karin Hanczewski entgegnete dieser Kritik, dass sie seit ihrem eigenen Outing als Lesbe\* nach der Kampagne nur noch lesbische\* Rollen angeboten bekäme und auch am Set sexuell belästigt worden wäre (Nicodemus und Kümmel 2021).

Auch ein Blick über die deutschen Grenzen hinweg macht deutlich, dass in queerpolitischer Hinsicht das Jahr 2021 nicht nur positive Ereignisse für die Community mit sich brachte. Ungarn hatte ein Gesetz verabschiedet, welches ein Informationsverbot für Minderjährige über LGBTQIA\*-Themen beinhaltet (WDR 2021). Daraufhin stellte der Münchener Oberbürgermeister einen Antrag bei dem Fußballverband UEFA, zum EM-Fußballspiel Deutschland gegen Ungarn die Allianz-Arena in Regenbogenfarben erstrahlen lassen zu dürfen, um ein Zeichen des Protests zu setzen. Der Antrag wurde von der UEFA abgelehnt. Nachdem die Entscheidung von einem Großteil des Parlaments kritisiert wurde, leitete die EU kurz darauf ein Vertragsverletzungsverfahren gegen Ungarn ein, das jedoch nicht zu einer Außerkraftsetzung in Ungarn führte (Ulrich 2021). Schlagzeilen machte auch die Türkei, wo in Istanbul Menschen auf der Pride-Parade von Polizist\*innen angegriffen wurden. Die Parade wurde gewaltsam aufgelöst und mindestens 25 Menschen wurden festgenommen (Fahim und Farzan 2021). Georgien machte auf einigen Filmfestivals mit dem queeren Filmdrama „And Then We Danced“ auf sich aufmerksam, gleichzeitig wurde in Tiflis die Pride-Parade abgesagt, da die Veranstalter\*innen die Sicherheit der Teilnehmenden laut eigener Aussagen nicht gewährleisten konnten (Glas 2021).

Dieser durchaus knappe Abriss einiger Ereignisse des Jahres 2021, die im Zusammenhang mit dieser Analyse von Bedeutung sein könnten, macht deutlich: Die Ausstrahlung der lesbischen\* Dating-Show *Princess Charming* findet in einem Jahr statt, dass sich zwischen Momenten der Sichtbarkeit, aber auch Verdrängung der lesbisch\* und queeren Community bewegt. Insgesamt macht der Koalitionsvertrag aus queerpolitischer Sicht Teile der Bedürfnisse der queeren Community deutlich. Ein Blick auf vergangene Machtmissbräuche innerhalb und außerhalb Deutschlands zeigt jedoch auch, dass die Kämpfe der Community für ihre Rechte und Sicherheit noch nicht endgültig ausgetragen sind. Wenn nun abschließend der Ablauf der Forschung vorgestellt wird, ist dies als Kontext für die Analyse der Diskurse um *Princess Charming* zu berücksichtigen. Nachdem die Methodologie dieser Arbeit erläutert wurde, werden im Folgenden die Ergebnisse der diskursanalytisch orientierten Untersuchung der ausgewählten Presstexte vorgestellt.

## 6 Ergebnisse

Um einen Überblick über die Ergebnisse aus der Analyse zu schaffen, soll zunächst eine grobe Untersuchung in Form einer Strukturanalyse des gesamten Materials, angelehnt an Jäger und Jäger (2007), vorgenommen werden. Darauf folgt dann eine Feinanalyse, in der einzelne Artikel im Detail anhand des selbst entwickelten Kategoriensystems analysiert werden. Im Anschluss werden dann abschließende Thesen formuliert, die die Ergebnisse dieser Analyse, angelehnt an die ursprüngliche Forschungsfrage, zusammenfassen werden.

### 6.1 Strukturanalyse

In diesen Teil der Analyse fließen alle 38 Texte ein, die anhand der Schlagwortanalyse über die Websites und Printausgaben der ausgewählten Tageszeitungen und Community-Medien ermittelt werden konnten. Um einen Einstieg in die Strukturanalyse der gesamten Textmenge zu finden, wird zunächst mit der Methode der Erstellung von Wortwolken gearbeitet, um einen ersten Überblick über die Kerninhalte der Zeitungen und Magazine zu gewinnen. Diese werden mit markanten Schlagworten aus den Tageszeitungen sowie den Community-Medien erstellt, um so auf eventuelle Gemeinsamkeiten oder Unterschiede in Themenwahl und Tonfall der Texte aufmerksam zu werden, die im weiteren Verlauf der Feinanalyse differenzierter untersucht werden könnten.

Bevor die Kerninhalte der untersuchten Medien zusammengefasst werden, erfolgt eine Vorstellung der untersuchten Tageszeitungen und Communitymedien, um eine Einordnung der Inhalte zu gewährleisten

#### 6.1.1 Die Qualitätszeitungen SZ, FAZ und taz

Die in dieser Arbeit ausgewählten Tageszeitungen *SZ*, *FAZ* und *taz* sind den Qualitätszeitungen zuzuordnen (Beck 2012, 136; Raabe 2013, 288) und werden explizit von anderen, auflagenstarken Tageszeitungen abgegrenzt, die eher dem Boulevardbereich zuzuordnen sind. Diese Entscheidung hat zum einen pragmatische Gründe, da eine Eingrenzung getroffen werden muss. Andererseits ist die Wahl auf auflagenstarke Qualitätszeitungen auch unter dem Gesichtspunkt des Untersuchungsbestandteils Reality TV spannend. Da das Format intensiv mit Elementen wie Emotionalisierung und Übertreibung arbeitet, scheint es besonders interessant, die Relevanz des Formats aus Sicht von sog. Qualitätsmedien zu untersuchen, die sich explizit von emotionalisierter Berichterstattung abgrenzen (Bum 2011, 9f.). Wie nehmen die jeweiligen

Zeitungen das Format *Princess Charming* auf, wenn es zur Sichtbarkeit lesbischer\* Liebe und lesbischem\* Leben beiträgt?

Die *Süddeutsche Zeitung* (SZ) ist die auflagenstärkste, überregionale Abonnement-Tageszeitung, die seit 1945 von der Süddeutschen Zeitung GmbH in München verlegt wird.



Abbildung 6 Beispielbilder Süddeutsche Zeitung von 1945 und 2021 (SZ.de 2021)

Sie erscheint von Montag bis Samstag. Laut eigenem Redaktionsstatut strebt die SZ „freiheitliche, demokratische Gesellschaftsformen nach liberalen und sozialen Grundsätzen“ an und wird in der Außenwahrnehmung, u.A. von der Bundeszentrale für politische Bildung als linksliberal, bzw. links der Mitte eingestuft (eurotopics 2022a). Neben zehn Regionalausgaben erscheint die Zeitung in drei Varianten: einer Welt-, Deutschland- und München-Ausgabe. Die Zeitung hat ihre Zielgruppe in einer einkommensstarken und konsumorientierten Leser\*innenschaft, wobei ihre Konsument\*innen zu den „top Entscheidungsträgern“ Deutschlands gehören (Süddeutsche Zeitung 2011). Dabei zeichnet sich die Zeitung durch eine schlichte Aufmachung aus, die neben Fotografien auch künstlerisch-grafischen Darstellungen Platz einräumt. Die Website der Tageszeitung ist im Vergleich zu anderen Zeitungs-Internetauftritten bei der jüngeren Altersgruppe der 20-29-Jährigen erfolgreich, was u.A. auf den Ableger jetzt.de zurückzuführen sein könnte (Schröder 2012a). Auch ist die Leser\*innenschaft weiblicher als beispielsweise bei Zeit Online, Bild.de oder Spiegel Online. Dennoch sind insgesamt auch hier überwiegend männliche Leser\*innen zu verzeichnen (ebd.)

Ähnlich auflagenstark wie die SZ ist die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ), die politisch konservativ eingeordnet wird (eurotopics 2022b) und ihren Sitz in Frankfurt am Main hat. Gegründet wurde die Zeitung im Jahr 1949 und erscheint seitdem von Montag bis Samstag. Bis 2007 zeichnete sich die FAZ vor allem durch ihr konservatives äußeres Erscheinungsbild mit Frakturüberschriften und mit farblosem Titelbild aus.



Abbildung 7 Beispielbilder Frankfurter Allgemeine Zeitung 1957 und 2019 (faz.de 2019)

Inzwischen werden auch Farbfotografien auf das Titelblatt gedruckt. Die Zeitung verfügt über eines der größten Korrespondentennetzwerke der Welt und hat weltweit die höchste Auslandsverbreitung aller deutschen Qualitätszeitungen. Die Zeitung zeichnet sich vor allem durch ihre Kompetenz im Bereich Wirtschaft und durch ein traditionsreiches Feuilleton aus. Die FAZ. wird vor allem von einem älteren, männlichen Publikum gelesen, weniger von den unter 20-Jährigen (J. Schröder 2012b). Wirft man einen Blick auf die Website-Nutzung der FAZ fällt auf, dass es hier ein deutlich männlicheres Publikum gibt, als beispielsweise bei Süddeutsche.de oder taz.de (ebd.). Auch das Alter der Besucher\*innen von FAZ.net liegt deutlich höher als bei den beiden anderen Tageszeitungen. Dabei hat über die Hälfte der Online-Leser\*innen mindestens das Abitur, fast 70% sind berufstätig, 40% von ihnen haben ein Nettoeinkommen von über 3.000 Euro, Menschen in Ausbildung besuchen die Website deutlich seltener, als beispielsweise die Süddeutsche.de (ebd.)

Die letzte, ausgewählte Tageszeitung ist taz. die tageszeitung (taz).



Abbildung 8 Beispielbilder taz. die tageszeitung 1978 und 2018 (taz.de 2021)

Die *taz* entstand 1978 nach einem Kongress alternativer Jugendlicher der Nach-68er-Generation in West Berlin und entwickelte sich zu einem linken, selbstverwalteten Projekt weiter (eurotopics 2022c). Damit ist die Zeitung politisch links einzuordnen. Dabei dient die taz-Genossenschaft als Herausgeberin, es gibt eine gestaffelte Preisgestaltung und die Initiative *taz-zahl-ich*, durch die User freiwillig für das Online-Angebot zahlen können. Die Zeitung erscheint ebenfalls von Montag bis Samstag und hat ihren Sitz in Berlin. Während die Zeitung zu ihren Anfangszeiten noch durch ihr junges Publikum bestach, ist das Durchschnittsalter inzwischen auf deutlich über 50 Jahre gestiegen. Die Käufer\*innen, die laut eigenen Leser\*innenbefragungen einem links-alternativen Milieu zuzuordnen sind, sind überwiegend männlich und haben einen hohen Bildungsabschluss (WWU Münster 2019).

Die Leser\*innenschaft des Web-Auftritts der Tageszeitung ist jedoch, im Vergleich zu anderen Tageszeitungs-Internetpräsenzen, noch recht jung und liegt bei den 14-29-Jährigen deutlich vor den Internetseiten Süddeutsche.de und FAZ.net (Schröder 2016). So kann zusammengefasst werden, dass die *taz*, vor allem in ihrem Internetauftritt, das jüngste Publikum anspricht, wobei die *FAZ* sich an die älteste Leser\*innenschaft wendet.

Es folgt eine Überblick über die Verbreitung der in dieser Arbeit untersuchten Tageszeitungen aus dem Erhebungsjahr 2021:

Zeitung/Zeitschrift	Auflage	Erscheint
Süddeutsche Zeitung	303.062 (im 4. Quartal 2021)	Täglich Montag-Samstag
Frankfurter allgemeine Zeitung	210.695 (im 4. Quartal 2021)	Täglich Montag-Samstag
taz.die tageszeitung	51.861 (im 4. Quartal 2021)	Täglich Montag-Samstag

Abbildung 9 Auflagedaten zur Medienauswahl Tageszeitungen (Datengrundlage: IVW 2021a)

### 6.1.2 Strukturanalytische Ergebnisse der Artikel aus SZ, FAZ und taz

Bei der Untersuchung der drei Tageszeitungen muss zunächst erklärt werden, dass die Zeitungen zwar aufgrund ihres häufigeren Erscheinens die Möglichkeit hätten, deutlich mehr Berichterstattung zu *Princess Charming* zu liefern, als die Communitypresse, die lediglich alle ein bis zwei Monate erscheint. Jedoch liegt, im Gegensatz zur Communitypresse, der Fokus der Tageszeitungen weder auf der Berichterstattung über Mainstreamkultur, hier in Bezug auf Reality TV, noch in der Berichterstattung über queere Themen. Vielmehr berichten alle drei Zeitungen über eine breite Themenauswahl aus den Ressorts Politik, Wirtschaft, Feuilleton, Panorama, Medien, Sport und Wissenschaft, jeweils mit unterschiedlichen Schwerpunkten.

Dennoch ist das Thema *Princess Charming* in allen drei Tageszeitungen in unterschiedlicher Form und Ausführlichkeit vertreten.

Insgesamt ergibt die Schlagwortanalyse der Tageszeitungen 18 Artikel im Jahr 2021, in denen das Format in irgendeiner Form Erwähnung findet. Die *taz* ist hier mit insgesamt elf Artikeln am häufigsten vertreten, gefolgt von der *SZ* mit vier Artikeln und der *FAZ* mit drei Artikeln. Insgesamt befinden sich unter den elf Artikeln sieben Dubletten. Dabei handelt es sich um Artikel, die sowohl in den Archiven der Printausgaben, als auch auf den Websites der jeweiligen Zeitungen zu finden sind, jedoch mit leicht abweichenden Titeln bei den Artikeln der *taz*.<sup>19</sup> Wirft man einen Blick auf die (journalistischen) Darstellungsformen und Textsorten, finden sich sowohl Texte, die der *informierenden* Darstellungsform zuzuordnen sind, als auch solche, die der *meinungsäußernden, kommentierenden* Darstellungsform zuzuordnen sind (von La Roche 2013, 74). So findet sich unter den elf Texten auf Seiten der informierenden Darstellungsformen ein kurzer Artikel in der *FAZ* Printausgabe vom 06.10.2021 unter der Rubrik „Medien“, der als Nachricht einzuordnen ist (ebd., 75 ff.). Die Nachricht unter dem Titel „Zu wenig divers? Studie zu TV-Programm“ informiert über eine Gesprächsrunde unter Senderintendant\*innen der privaten und öffentlich-rechtlichen Sender im Oktober 2021, in der fehlende Diversität (gestützt durch eine Studie der Universität Rostock) in deutschen Fernsehsendungen besprochen wurde. In diesem Zusammenhang wird u.A. *Princess Charming* als Positivbeispiel für ein diverses Fernsehprogramm genannt. Zusätzlich finden sich zwei Interviews in der *taz*, in denen die Dating-Show Erwähnung findet (*taz.de* als auch print 30./31.05.2021, *taz.de* als auch print 19./20.07.2021). Das ist in der Interview-Kolumne „Wie geht es uns, Herr Küppenbusch“ vom 30.05.2021 der Fall, in der wöchentlich gesellschaftlich relevante Ereignisse mit dem Journalisten und Fernsehproduzenten Friedrich Küppenbusch in Interviewform besprochen werden. In besagter Woche geht es unter anderem um die Landtagswahlen am 06. Juni in Sachsen-Anhalt und die Corona-Impfung für Kinder. In den abschließenden Fragen wird auf die Ausstrahlung von *Princess Charming* hingewiesen („endlich“), woraufhin Küppenbusch das Potential solcher Shows als „höher als erwartet“ einschätzt (*taz print* 31.05.2021, 14). Das Interview wurde sowohl in der Printausgabe als auch auf *taz.de* veröffentlicht. So auch ein

---

<sup>19</sup> Die Titel unterscheiden sich dabei wie folgt: „Ignorieren und Überschatten“ (*taz.de*) und „Unterdrückung als sanftes ignorieren und Überschatten“ (*taz print*), „Liebeserklärung: Wider den Beziehungskitsch“ (*taz.de*) und „Liebeserklärung: Princess Charming“, „Steinmeier, Impfen und die AfD. Die digitale Wanderdüne“ (*taz print*) und „wie geht es uns, herr küppenbusch? Von der versöderten Union, linker Recherche und dem Schulsystem als digitale Wanderdüne“ (*taz print*) sowie „Das perfekte Gesprächsthema“ (*taz.de*) und erneut „Liebeserklärung: Princess Charming“ (*taz print*).

ausführliches Interview mit Wiki Riot, einer Kandidatin von *Princess Charming*, welches am 19.07.2021 online und 20.07.2021 in der Printausgabe der *taz* erschienen ist. Unter dem Titel „Wir haben Reality TV-revolutioniert“ berichtet Wiki über ihre Erfahrungen in der Show und erläutert, dass sie mit ihrer Teilnahme einen „feministischen Bildungsauftrag“ erfüllt hat (*taz* print 20.07.2021, 13).

Die restlichen Artikel der Tageszeitungen sind der *meinungsäußernden* Darstellungsform zuzuordnen. Dabei handelt es sich hauptsächlich um Kolumnen und Rezensionen sowie einen Jahresrückblick (*taz* print 27.12.2021, 13), in welcher *Princess Charming* als „Hype“ im Frühjahr 2021 besprochen wird. Die Kolumnen und Rezensionen sind, abgesehen vom Jahresrückblick der *taz*, alle zwischen Mai und Juli 2021 erschienen, also vor und während der Ausstrahlung der Show in der RTL+ Mediathek. In der *FAZ* erschien in der Rubrik „Leben“ eine Rezension zur Show (*FAZ.de* 13.07.2021 als auch Print 11.07.2021) unter dem Titel „Zungenküsse und Champagner“ unter der Frage „Ist das noch Trash oder schon Politik?“, die die Show als „Sommermärchen der anderen Art“ beschreibt (*FAZ* print 11.07.2021, S?). In der *SZ* finden sich drei Rezensionen bzw. Kolumnen, in denen *Princess Charming* Erwähnung findet. Ausführlich wird die Show in zwei Artikeln besprochen, sowohl in der Kolumne „Querfrage“ auf dem jungen Online-Ableger *jetzt.de*, unter dem Titel „Lesben, wie findet ihr die Dating-Show *Princess Charming*?“, als auch in der Printausgabe unter der Rubrik „Medien“ (Dublette auf *SZ.de*) eine Rezension unter dem Titel „Unter Prinzessinnen“ (*SZ* print 20.07.2021, 31). Außerdem wird die Show kurz in einer anderen Serienrezension auf *SZ.de* erwähnt, wobei *Princess Charming* als Positivbeispiel in Bezug auf einen Cast abseits typischer Schönheitsideale benannt wird (*SZ.de* 27.07.2021). Den meisten Platz räumt auf Seiten der Tageszeitungen auch im Bereich *meinungsäußernde Texte* die *taz* der Show ein. Hier erschienen zwischen dem 14.05.2021 und 30.07.2021 drei seitenfüllende Kolumnen sowohl online als auch in den Printausgaben (Dubletten) unter der Rubrik „Gesellschaft, Alltag“, davon zwei aus der Kolumne „Liebeserklärung“ und eine aus der Reihe „Unisex“.

Insgesamt ist festzuhalten, dass alle drei Tageszeitungen im Jahr 2021 über *Princess Charming* berichtet haben. So hat jede Zeitung mindestens einen Artikel nachzuweisen, der sich inhaltlich explizit mit der Show auseinandersetzt. Dabei sind die Artikel im Schnitt (fast) seitenfüllend. Am häufigsten wird die Show in Form von Kolumnen oder Rezensionen *meinungsäußernd* besprochen, wobei die Zeitungen insgesamt positiv über *Princess Charming* berichten. Die Kerninhalte der Texte sind dabei die Auseinandersetzung mit dem Aufbau und Ablauf der Show, sowie der Abgrenzung von anderen Reality TV Formaten. Dabei legen die Zeitungen unterschiedliche Schwerpunkte auf die Bewertung der Show. Während die

Autor\*innen der Kolumnen aus *taz* und *SZ* (bei Letzterer in der „Querfrage“) eher aus einem persönlichen Blickwinkel schreiben, nimmt die *FAZ* eine Art Metaperspektive ein. Sie schaut aus einer bewertenden Position mit Blick auf die politische Lage in Deutschland und Europa für queere Menschen auf die Show. Dabei weisen alle Artikel dieser Zeitungen im Zusammenhang mit der Berichterstattung über das Format eine eher lockere Sprache auf, wobei sich humoristische, sarkastische und metaphorische Elemente wiederfinden.

Außerdem wird die Show in den Artikeln, die inhaltlich einen anderen Schwerpunkt als die Show haben, als Positivbeispiel in Bezug auf Diversität im Fernsehen erwähnt. Im weiteren Verlauf der Feinanalyse werden die genauen Strukturen und Muster ausgewählter Leitartikel diesbezüglich tiefergehend untersucht. Um einen ersten Überblick über die Themen und Schlagworte zu geben, die in Bezug auf die Forschungsfragen dieser Arbeit relevant sein könnten, werden in Vorbereitung auf die Feinanalyse zwei Wortwolken erstellt. Für die Beantwortung der forschungsleitenden Fragen sollen dafür vor allem zwei Themengebiete in den Texten der Online- und Printausgaben der Tageszeitungen analysiert werden. Das Ziel ist es dabei, die Repräsentations- und Darstellungsformen lesbischer\* Lebenswelten durch ihr Auftreten in der Show *Princess Charming* in den Tageszeitungen herauszuarbeiten. Diesem Themenfeld widmet sich die erste Wolke, die einige Schlagworte, die in Bezug auf *Princess Charming* in den Texten fallen, darstellt. Sie gibt einen ersten Impuls für mögliche Auffälligkeiten, die im Rahmen der Feinanalyse genauer untersucht werden sollen. In Bezug auf die Einordnung einer lesbischen\* Dating-Show in einer sonst heteronormativen Fernseh Umgebung fallen beispielsweise Schlagworte in den Blick wie „Revolutioniert“, „Innovativ“, „politisch“ oder „Sommermärchen“. Auch die Dynamiken unter den Kandidat\*innen werden in den untersuchten Artikeln erörtert. So werden diese mit Worten wie „Respektvoll“, „Empathisch“ oder „Zusammenhalt“ zusammengefasst.



Abbildung 10 Wortwolke zu ersten Schlagworten in *taz*, *FAZ* und *SZ* in Bezug auf *Princess Charming*. Eigene Darstellung

Der zweite Themenkomplex der Forschungsfragen dieser Arbeit widmet sich dem gesellschaftlichen Wissen über Reality TV im Allgemeinen und der Einstellung dem Genre gegenüber. Mit Blick auf die Schlagworte, die in Bezug auf die Feinanalyse relevant erscheinen, ist schnell eine starke Gegensätzlichkeit zur ersten Wortwolke bemerkbar. So fallen hier Ausdrücke wie „Fleischbeschau“, „Gewalt“, „Verrohung“ oder „Trash“ auf. Auch hier wird die Feinanalyse zur Kontextualisierung der Begriffe beitragen.



Abbildung 11 Wortwolke zu ersten Schlagworten in taz, FAZ und SZ in Bezug auf Reality TV. Eigene Darstellung

Bevor es nun in die Feinanalyse der Artikel geht, in der beide Themenfelder in Bezug auf die dritte Forschungsfrage auch im Zusammenhang miteinander betrachtet werden, folgt die Strukturanalyse der Schlagwortanalyse aus der Communitypresse.

### 6.1.3 Die Community-Presse *L.MAG*, *SIEGESSÄULE* und *MISSY MAGAZINE*

Der zweite Teil der in dieser Arbeit analysierten Artikel ist den communitybezogenen Texten entnommen, um das Spektrum der Qualitätszeitungen um eine lesbische\*, bzw. queerfeministische Perspektive zu erweitern. Aus diesem Grund wurden drei Magazine aus diesem Bereich ausgewählt, die sowohl in Printform, als auch in Onlinepräsenz vertreten sind. In diesem Zusammenhang ist ein Ungleichgewicht in der Diskursverteilung festzuhalten, schließlich besteht zwischen den drei Tageszeitungen und den nun vorgestellten Magazinen ein erheblicher Unterschied, was den Erscheinungsrhythmus betrifft. Die Auflagenstärke ist somit nicht objektiv miteinander zu vergleichen. Der Grund, weshalb die Wahl trotzdem auf diese Magazine fällt, wurde bereits in den theoretischen Vorarbeiten dieser Arbeit zum Thema lesbischer\* Sichtbarkeit erarbeitet: Lesbisches\* Leben ist in der deutschen Medienlandschaft unterrepräsentiert, so gibt es aktuell in Deutschland keine Tageszeitung, bzw. Wochenzeitung, die sich

explizit an lesbische\* Leser\*innen richtet. Die Community arbeitet stärker über Szene-Magazine und Online-Präsenzen, nicht über täglich erscheinende Zeitungen. Ein Ausweichen auf diese Magazine ist somit für eine lesbische\* Perspektive unausweichlich.

*L.MAG Das Magazin für Lesben* richtet sich seit 2003 explizit an lesbische\* Leser\*innen und ist seitdem ein etabliertes Magazin für lesbische\* Menschen in Deutschland.



Abbildung 12 Beispielbilder *L.MAG* 2003 und 2022 ([l.mag.de](http://l.mag.de) 2022)

„*Was Lesben wirklich wollen*“ war der Titel der 2003 erstmals erschienen Ausgabe des Magazins. Inzwischen erscheint das *L.MAG* im zweimonatigen Rhythmus, sechs Mal im Jahr mit einer Auflage von 15.000 pro Ausgabe (Special Media SDL 2021a). Damit gibt es, seitdem 1933 das lesbische\* Magazin *Die Freundin* verboten wurde, zum ersten Mal wieder ein lesbische\* Magazin, das im üblichen Zeitschriftenhandel erhältlich ist (Hürner 2010). Inzwischen erscheint das *L.MAG* im Special Media SDL-Verlag, einem deutschen LGBTQIA\*-Zeitschriften- und Onlinemedienverlag. Die inhaltlichen Schwerpunkte des Magazins sind Feminismus, Diversity und queeres Leben, wobei aus den Themen Politik, Gesellschaft und Entertainment mit lesbischem\* Blick berichtet wird. Zusätzlich zur Printausgabe arbeitet das *L.MAG* mit einer Online-Präsenz, die mit regelmäßigen, teils täglichen News-Funktionen arbeitet und zusätzlich interaktive Features wie *L-Dating* (kostenloses Dating-Portal für Lesben\*), *L-Termine* (Planungstool für Termine mit lesbischem\* Inhalt) oder wöchentliche Kolumnen wie die *K-Word-Kolumne* (mit News aus der Lesben\*welt) arbeitet. Über die Hälfte der Leser\*innen des Magazins sind in der Altersgruppe von 18-39 Jahren wiederzufinden, direkt danach kommt die Altersgruppe ab 40 Jahren. Weniger lesen unter 18-Jährige Menschen die Zeitschrift (Special

Media SDL 2021). Genauer Daten zur Altersverteilung der Websitebesucher\*innen sind nicht zu finden, jedoch hat die Homepage laut eigenen Mediendaten eine Reichweite von ca. 160.000 Page Impressions, also Aufrufe im Monat (ebd.).

Die *SIEGESSÄULE* ist das auflagenstärkste Stadtmagazin Berlins, das in monatlicher Taktung (mit kurzer Unterbrechung) seit 1984 erscheint.

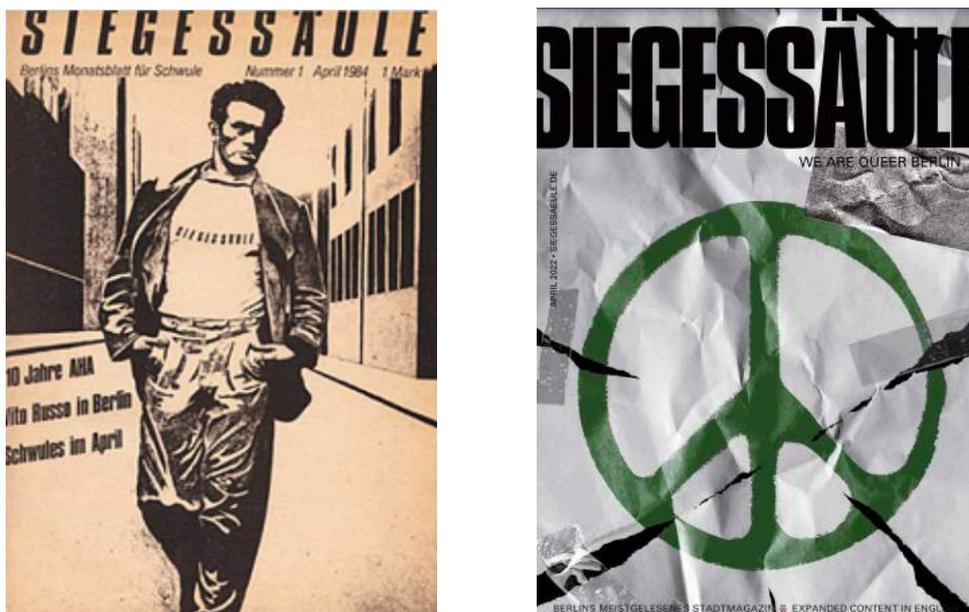


Abbildung 13 Beispielbilder *SIEGESSÄULE* April 1984 und April 2022 (AHA Berlin 2015)

Mit einer Druckauflage von 45.000 Exemplaren wird es in Berlin und Potsdam aufgelegt und erreicht damit ca. 120.000 Leser\*innen in 2019 (Special Media SDL 2021b). Verlegt wird das Magazin, ebenso wie das *L.MAG* von der Special Media SDL Deutschland. Auf ca. 100 Seiten informiert das Magazin ihre Leser\*innen monatlich über kulturelle und politische Geschehnisse in Berlin und richtet sich inzwischen explizit an die LGBTQIA\*-Zielgruppe. Das Magazin existiert inzwischen seit über 37 Jahren und ist in der Community etabliert. Zu Beginn führte die *SIEGESSÄULE* noch den Untertitel „Berlins Monatsblatt für Schwule“, erweiterte in den 90er Jahren seine Inhalte auch für die lesbische\* Community. Inzwischen lautet der Untertitel „We are queer Berlin“, womit sich das Magazin mit einer zweisprachigen Ausgabe auch an ein englischsprachiges, queeres Publikum wendet. Seit 1997 arbeitet die *SIEGESSÄULE* zudem auch mit einer eigenen Website, die täglich mit aktuellen Artikeln erweitert wird. Diese generiert laut eigenen Aussagen monatlich eine Reichweite von ca. 350.000 Aufrufen (Special Media SDL 2021b). Die überwiegende Leser\*innenschaft des Magazins ist in der Altersgruppe von 18 bis 39 Jahren anzusiedeln, danach kommen über 40 Jahre alte Leser\*innen (ebd.).

Ebenso wie das *L.MAG* erscheint auch das feministische *MISSY MAGAZINE* im Zwei-monats-Rhythmus, richtet sich dabei jedoch nicht nur an eine lesbische\* Leser\*innenschaft,

sondern an eine FLINTA\*-Community, womit es sich beispielsweise explizit von dem Magazin *EMMA* unter Chefredakteurin Alice Schwarzer abgrenzt: „[...] Weil unter dem Deckmantel des Feminismus auch großer Mist passiert. Nämlich immer dann, wenn Menschen ausgeschlossen werden [...]“ (MISSY 2022).



Abbildung 14 Beispielbilder MISSY MAGAZINE 2008 und 2021 (missy-magazine.de, Missy 01/08 2021)

Die Themen des Magazins bewegen sich zwischen Popkultur, Politik und Style. Das *MISSY MAGAZINE* erscheint seit 2008, damals noch mit einer Auflage von 15.000 Stück. Wie auch das *L.MAG*, arbeitet auch das *MISSY MAGAZINE* mit einer Online-Präsenz über die eigene Website und Social Media, worüber monatlich ca. 600.000 Aufrufe generiert werden und eine Follower\*innenschaft auf Instagram von 40.000 Abonnent\*innen aufgebaut wurde (MISSY-Magazin 2021). Die Leser\*innen sind dabei überwiegend zwischen 18 und 45 Jahre alt.

Die lesbische\* Perspektive durch *L.MAG*, *SIEGESSÄULE* und *MISSY MAGAZINE* sollen den Artikeln aus *SZ*, *FAZ* und *taz*. im weiteren Verlauf nicht explizit gegenübergestellt werden. Dies wäre allein aufgrund des unterschiedlichen Erscheinungsrhythmus‘ nur schwer möglich. Vielmehr kann die lesbisch\*, feministische Perspektive einen erweiterten Blick auf die diskursiven Linien werfen und diese somit breiter abbilden.

Es folgt eine Übersicht über die Verbreitung der in dieser Arbeit untersuchten Magazine und Zeitschriften der Communitypresse aus dem Erhebungsjahr:

Zeitung/Zeitschrift	Auflage	Erscheint
L.MAG	15.000 pro Ausgabe	Sechs Mal jährlich
SIEGESSÄULE	45.000 pro Ausgabe	Monatlich
MISSY MAGAZINE	30.000 pro Ausgabe	Sechs Mal jährlich

Abbildung 15 Auflagedaten zur Medienauswahl Communitypresse (Datengrundlage: MISSY-Magazine 2021; Special Media SDL 2021)

#### 6.1.4 Strukturanalytische Ergebnisse der Artikel aus *MISSY MAGAZINE*, *L.MAG* und *SIEGESSÄULE*

Wenn jetzt ein strukturanalytischer Blick auf die Artikel aus der Communitypresse geworfen wird, muss noch einmal betont werden, dass sich die hier untersuchten Magazine explizit an eine queere oder feministische Leser\*innenschaft richten. Zusätzlich dazu ist die Grundgesamtheit hier deutlich kleiner als bei den Tageszeitungen, wodurch allein eine Gegenüberstellung der Aufmerksamkeit, die dem Thema *Princess Charming* in beiden Untersuchungseinheiten entgegengebracht wird, wenig erkenntnisbringend erscheint.

Während sich das *L.MAG* als einziges, hier untersuchtes Magazin, explizit an eine lesbische\* Leser\*innenschaft wendet, ist die *SIEGESSÄULE* ein queeres Stadtmagazin Berlins, das zwar auch lesbische\* Themen mit abbildet, hier aber keinen Schwerpunkt legt. So ist auch das *MISSY MAGAZINE* ein feministisches Magazin, das nicht hauptsächlich lesbische\* Themen mit abbildet.

Zunächst einmal kann festgehalten werden, dass alle drei Magazine über das Format *Princess Charming* berichtet haben. Insgesamt ergibt die Schlagwortanalyse über die Suchfunktion der Websites sowie die Archivrecherche der Printausgaben 20 Texte im Jahr 2021, in denen die Show in irgendeiner Art und Weise Erwähnung findet. Am stärksten vertreten ist hier das *L.MAG*, das mit 16 Artikeln mit Abstand am häufigsten und in unterschiedlichsten Formen über das Format berichtet hat. Gefolgt von der *SIEGESSÄULE*, die drei Ergebnisse liefert. Das *MISSY MAGAZINE* berichtete über die Show in einem Artikel. Besonders auffällig ist hier, dass das *L.MAG* auf der eigenen Website einen eigenen Reiter zum Thema *Princess Charming* erstellt hat, unter dem alle dem Format zugehörigen Artikel gesammelt sind.

Hierbei sind sowohl Artikel zu finden, die im journalistischen Kontext der *informierenden* Darstellungsform zuzuordnen sind, als auch Textsorten, die der *meinungsäußernden* Form angehören (La Roche 2013, 74). So erwähnt die *SIEGESSÄULE* die Show in einer Art Nachrichtenform in ihrer Rubrik „News“ in der Oktober-Ausgabe als Nominierung in der Kategorie „Beste Unterhaltung Reality“ für den Deutschen Fernsehpreis (SS Oktober 2021, 17). Das *L.MAG* informierte unter der Rubrik „Film“ in der Mai/Juni Ausgabe über die Ausstrahlung

von *Princess Charming* im Frühjahr 2021 (L.MAG print Mai/Juni 2021, 64). Zusätzlich dazu finden sich im *L.MAG* zwei Interviews, einmal auf der Website am 10.06.2021 mit Irina Schlauch, der *Princess* selbst sowie in der Printausgabe November/Dezember unter der Rubrik „Fernsehen“ mit den Kandidatinnen Bine und Johanna (L.MAG print November/Dezember 2021, 54-57). In beiden Interviews geht es um die Erfahrungen der Teilnehmenden im Rahmen der Show.

Wie schon bei den Tageszeitungen, finden sich auch in der Communitypresse größtenteils *meinungsäußernde* Artikel zur Show. Auch hier räumt das *L.MAG* der Show den meisten Raum ein. So hat das lesbische\* Magazin auf der Website allen neun Folgen der Show eine eigene Zusammenfassung gewidmet, die wöchentlich einen Tag nach Ausstrahlung veröffentlicht wurde. Neben einer Zusammenfassung inklusive direkten Zitaten aus der Show folgte im Anschluss daran eine kurze Bewertung der Folge durch Rubriken wie „In der Bagger-Offensive“, „Geküsst“, „Küssen+“, „Favoriten nach der Folge“, „Instagram-Boomer“ und „Nächste Woche“, in welchen die Autorin jede Woche aufs Neue Kandidat\*innen in den jeweiligen Kategorien nominierte (z.B. L.MAG.de 25.05.2021). Neben diesen Folgezusammenfassungen hat das *L.MAG* in Form einer Kolumne in der Frühlingsausgabe die Show angekündigt. Unter dem Titel „Wir brauchen lesbischen Trash“ wurde hier im Vorfeld der Ausstrahlung der Show mit dem Untertitel „[...] Wir werden auch ‚Princess Charming‘ ertragen müssen [...]“ über lesbische\* Unsichtbarkeit im Fernsehen und die mit Spannung erwartete Ausstrahlung der lesbischen\* Dating-Show berichtet (L.MAG März/April 2021, 46-47).

Zusätzlich dazu sind in allen drei Magazinen klassische Rezensionen zu *Princess Charming* zu finden. Während die *SIEGESSÄULE* (SS.de 01.06.2021 „Lesbisches Selbstbewusstsein im TV: Princess Charming“) und das *MISSY MAGAZINE* (MM.de 29.06.2021 „Princess Caring“) der Show Onlineartikel gewidmet haben, findet sich im *L.MAG* sowohl online eine längere Rezension unter dem Titel „Princess Charming für Anfängerinnen und Fortgeschrittene“ (L.MAG.de 26.06.2021), als auch in der Herbstaussgabe unter dem Titel „All we need is LESBISCHE SICHTBARKEIT“ (L.MAG print September/Oktober 2021, 60-61).

Zusätzlich dazu findet sich sowohl in der Winterausgabe der *SIEGESSÄULE* (SS print November/Dezember 2021, 50), als auch des *L.MAGS* (L.MAG November/Dezember 2021, 81) unter der Rubrik „Klatsch“ eine Erwähnung im Zusammenhang mit der Show, wobei kurze Interviewsequenzen von Teilnehmenden der Show neben anderem „Promi-Klatsch“ zitiert wurden.

Eine strukturelle Auffälligkeit ist hier noch festzuhalten: Sowohl die neun Folgezusammenfassungen auf *L.MAG.de*, als auch die Kolumnen und Rezensionen in den *L.MAG*

Printausgaben sowie auf *SIEGESSÄULE.de* stammen von der Autorin Karin Schupp, die für beide Magazine tätig ist. Schupp hat dementsprechend einen Großteil des hier untersuchten Materials verfasst und scheint damit eine der wenigen Journalist\*innen zu sein, die, für die drei Magazine, über das Format berichtet hat.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich alle drei Magazine mit dem Format *Princess Charming* durch mindestens einen seitenfüllenden Artikel auseinandersetzen. Schwerpunktmäßig berichten sie in Form von Rezensionen und Folgezusammenfassungen überwiegend positiv über die Show. Während das *L.MAG* sowohl online als auch in den Printausgaben über das ganze Jahr hinweg zur Show berichtet, haben *SIEGESSÄULE* und *MISSY MAGAZINE* jeweils eine längere Rezension verfasst, die *SIEGESSÄULE* erwähnt sie zusätzlich einmal in Nachrichtenform sowie in einer „Klatsch“ Rubrik.

Die Kerninhalte der Texte belaufen sich dabei, ähnlich wie bei den Tageszeitungen, auf die Auseinandersetzung mit dem Aufbau und Ablauf der Show sowie der Abgrenzung von anderen Reality TV Formaten. Dabei legen alle drei Magazine einen Fokus auf die Bedeutung der Show für die lesbische\* Community. Im *L.MAG* zeigt sich in der Kolumne von vor der Erstausstrahlung noch einmal besonders deutlich, welche Relevanz eine lesbische\* Dating-Show für die Community hat, wobei das Genre Reality TV zunächst einmal als problematisches Genre besprochen wird, wobei die Themen Gleichstellung und Misstrauen in den Fokus rücken (*L.MAG* print März/April 2021, 46-47). Auch die Diskrepanz zu schwuler\* Sichtbarkeit wird mehrfach thematisiert, beispielsweise durch den Vergleich zur bereits länger laufenden Show *Prince Charming* (*L.MAG* print September/Okttober 2021, 60-61). Ähnliches findet sich in der Rezension aus *SIEGESSÄULE.de*, in der mit Blick auf die Ausstrahlung von „Erleichterung“ die Rede ist (SS.de 01.06.21). Auf *Missy-Magazine.de* wird explizit aus Perspektive einer nicht-binären Person rezensiert, wobei Themen wie (problematische) Sprache und Sensibilität in der Show besprochen werden (MM.de 29.06.2021). Gleichzeitig zeichnen sich alle Texte durch eine gewisse Leichtigkeit im Schreibstil aus, was in der späteren Feinanalyse noch einmal genauer erläutert wird.

Um einen ersten Überblick über die Themen und Schlagworte zu geben, die in Bezug auf die erste forschungsleitende Frage im Zusammenhang mit der Darstellung lesbischer\* Lebenswelten durch *Princess Charming* in den Online- und Printausgaben der Magazine von Bedeutung sind, werden in Vorbereitung auf die Feinanalysen zwei Wortwolken erstellt. Sie geben einen ersten Eindruck von den Schlagworten, die sowohl in Bezug auf *Princess Charming*, als auch explizit in Bezug auf Reality TV allgemein in den Texten fallen. Mit Blick auf die Forschungsfragen geben sie einen ersten Impuls für mögliche Auffälligkeiten, die im Rahmen der

Feinanalyse genauer untersucht werden sollen. Hier fallen beispielsweise Worte wie „unge-  
wohnt“, „Erleichterung“ oder „Mitfiebern“ in den Blick, aber auch Begriffe wie „Bedauern“,  
„unsensibel“ oder „Grenzüberschreitend“.



Abbildung 16 Wortwolke zu ersten Schlagworten in L.MAG, MISSY MAGAZINE und SIEGESSÄULE zu Princess Charming. Eigene Darstellung

Bezogen auf die ersten Schlagworte, die im Kontext des Genres Reality TV fallen, zeichnet sich bereits eine ähnliche Wortwahl ab, wie es auch schon in den Tageszeitungen der Fall war. So ist im Zusammenhang mit dem Genre von „Lästereien“ die Rede, es geht um das „Melken“ von Kandidat\*innen, „Krawall“ und „Streit“ sowie „Häme“ und „Sexismus“ spielen eine Rolle. Außerdem ist von einer „Normschönheit“ in Bezug auf die Teilnehmenden die Rede und es wird von einer „Schmuddelkiste“ in Bezug auf die Mittel zum Aufbau von Dramaturgie geschrieben.



Abbildung 17 Wortwolke zu ersten Schlagworten in L.MAG, MISSY MAGAZINE und SIEGESSÄULE zu Reality TV. Eigene Darstellung

Aber auch „Unterhaltung“ ist in diesem Zusammenhang ein zentraler Begriff, der in der folgenden Feinanalyse unter Einbeziehung der theoretischen Vorarbeiten dieser Arbeit genauer betrachtet wird.

Im Anhang dieser Arbeit findet sich eine Tabelle aller analysierten Artikel, die eine Übersicht über das Untersuchungsmaterial bietet.

Nachdem nun sowohl die Tageszeitungen, als auch die Communitypresse strukturell analysiert wurden, folgt jetzt die Feinanalyse, im Rahmen derer die Forschungsfragen beantwortet werden.

## 6.2 Feinanalyse

In der Feinanalyse dieser Untersuchung werden insgesamt 13 Artikel aus den Tageszeitungen und der Communitypresse untersucht. Dabei handelt es sich um sog. „Leitartikel“, also Texte, die besonders prägnant für die Beantwortung der Fragestellung erscheinen. Dabei wird eine Auswahl von jeder Tageszeitung bzw. jedem Magazin getroffen, wobei jeweils die längsten Texte und Interviews besondere Berücksichtigung finden. Orientiert an den drei forschungsleitenden Fragen (Kapitel 5.1) werden diese Artikel detailliert anhand des Kategoriensystems (Kapitel 5.4.1) analysiert. Aus den Ergebnissen dieser Untersuchung werden anschließend drei Thesen gebildet, die die zentralen Ergebnisse und damit Antworten der forschungsleitenden Fragen zusammenfassen. Dabei wird in der ersten These eine Aussage über die Konstruktion lesbischer\* Sichtbarkeit durch die Berichterstattung über *Princess Charming* in den Presstexten getroffen. Die zweite These bezieht sich auf das gesellschaftliche Wissen über Reality TV als Genre, das durch die Texte zum Vorschein kommt. Die dritte und letzte These beantwortet schließlich die Frage nach dem Zusammenwirken beider Diskursstränge und den jeweiligen Auswirkungen aufeinander.

### 6.2.1 Bruch mit alten Repräsentationsmustern als Positivbeispiel für lesbische\* Sichtbarkeit

These 1: Wenn in der Berichterstattung zu *Princess Charming* über lesbische\* Sichtbarkeit gesprochen wird, wird die bisherige Unterrepräsentation lesbischer\* Menschen in den Medien sowohl aus der Community, als auch von den Tageszeitungen bemängelt und dementsprechend bei *Princess Charming* positiv hervorgehoben. Der positiven Einordnung der Show liegen zwei Bewertungsebenen zugrunde, welche die Repräsentations- und Darstellungsformen lesbischer\* Sichtbarkeit in den Presstexten verdeutlichen: Zum einen (1) die positive Bewertung der Kandidat\*innenauswahl bei *Princess Charming* als Repräsentat\*innen der lesbischen\*

Community. Grundlage für die Bewertung ist zum anderen (2) eine Strategie der Abgrenzung von alten Repräsentationsmustern, wobei sich von lesbischen\* Stereotypen sowie von anderen Fernsehformaten des Genres distanziert wird. Dadurch kommt es zur Erschaffung „neuer“ lesbischer\* Identifikationsfiguren.

In Bezug auf lesbische\* Sichtbarkeit durch *Princess Charming* als Diskursstrang in den betrachteten Presstexten können zwei Dimensionen der Sichtbarkeit erkannt werden: Zum einen die Textstellen, in denen direkt über Kandidat\*innen aus der Show berichtet wird und so eine Art „direkte“ Sichtbarmachung von Lesben\* durch Reproduktion stattfindet. Zum anderen aber auch die unterschwellige Repräsentation, die in den betrachteten Texten Wirkung entfaltet, beispielsweise wenn die Autor\*innen die Sichtbarkeit der Kandidat\*innen in einen weiteren Kontext setzen, Verhalten generalisieren oder auch aus persönlicher Perspektive, bzw. als Mitglieder der Community über die Show sprechen. Hier finden sich bestimmte Repräsentationsmuster von Lesben\*, die sich durch wiederholende Narrationen aus den Texten ergeben. Um eine Ordnung in die Texte zu bringen, wurde das Kategoriensystem angewandt, welches anhand der vier Untersuchungseinheiten nach Foucault (1973) die Texte grob aufgliedert.

Blicken wir auf die *Formation der Gegenstände*, also die Themen, die in den Texten besprochen werden, sowie den Kontext, in den sie gesetzt werden, fällt auf: In den untersuchten Texten wird stets betont, welche Seltenheit ein rein lesbisches\* Fernsehformat ist. So scheint es ein allgemeines Bewusstsein darüber zu geben, dass es sich hierbei um ein Problem handelt, welchem mit *Princess Charming* ein erster Gegenentwurf vorgelegt wird. Dies geschieht in beiden Untersuchungseinheiten gleichermaßen, sowohl in der Communitypresse, als auch in den Tageszeitungen. Die *taz* nennt die Show kurz nach Ausstrahlung ein „Geschenk“ (*taz.de* 28.05.2021), die *FAZ* inszeniert in einer Rezension die Show als „Sommermärchen“ (*FAZ print*, 11.07.2021, 16) und betont die Dringlichkeit des Formats durch eine Kontextualisierung: Lesbische\* Sichtbarkeit wird als Politikum betrachtet. So wird das Auftauchen einer rein lesbischen\* Dating-Show in einen Europa-politischen Kontext gesetzt:

„Eine Sendung, die queere Liebe verhandelt, kann nur politisch sein. In einem Jahr, in dem der EU-Mitgliedsstaat Ungarn ein Gesetz erlässt, dass es verbietet, junge Menschen über Homo- und Transsexualität aufzuklären, ist ein Format, das lesbische Liebe zeigt, von politischer Bedeutung. In der Türkei wurden jüngst die Menschen auf der Istanbuler Pride-Parade mit Tränengas von der Polizei angegriffen. Im georgischen Tiflis wurde die Parade abgesagt, weil die Veranstalter Angst um die Teilnehmer hatten. In unserem Nachbarland Polen gibt es sogenannte ‚LGBT-ideologiefreie‘ Zonen, in denen lesbische Liebe also gar nicht stattfinden dürfte. Und in Deutschland steigt die Zahl der homo- und transfeindlichen Übergriffe.“ (*FAZ print* 11.07.21, 16).

Das Zeigen von lesbischer\* Liebe im Fernsehen, in Form eines zunächst unpolitisch anmutenden Genres wie Reality TV, wird dabei von der Presse als „verdammte ungewohnt“

(SZ.de 23.07.2021) bezeichnet, *kann* gleichzeitig aber auch nur „gesamtgesellschaftlich bedeutsam“ (ebd.), bzw. politisch sein. Schon allein die Tatsache der bloßen Sichtbarkeit macht es politisch und wird in den Kontext von Verdrängung, Gewalt und Homophobie im realen Leben gesetzt. Dafür werden Beispiele aus Ländern wie Ungarn, der Türkei, Polen oder Georgien aufgezählt, in denen aktiv einer queeren Sichtbarkeit entgegengewirkt wird. An diesen Punkt soll im Rahmen der dritten These noch einmal angeknüpft werden.

Auch die Communitypresse betont in der September/Oktober 2021 Ausgabe des L.MAGs in einer zweiseitigen Rezension der Show, was für eine „nicht zu unterschätzende politische Bedeutung“ die Sendung hätte (L.MAG print Sep/Okt 2021, 61). Während die Tageszeitungen in diesem Zusammenhang die Bedeutung der Sichtbarkeit in einen außenpolitischen Kontext bringen und dabei lesbische\* und queere\* Sichtbarkeit nahezu gleichsetzen, blickt die Communitypresse zunächst nach Deutschland und betont hier den Stellenwert explizit lesbischer\* Darstellungen.

„[...] solange Homosexuelle immer noch mit schwulen Männern gleichgesetzt und CSD-Demos als ‚Schwulenparaden‘ bezeichnet werden, brauchen wir viel mehr Formate wie ‚Princess Charming‘, die Lesben sichtbarer machen.“ (ebd.).

Hier wird explizit auf eine zentrale These der lesbischen\* Community eingegangen, nämlich die „Unsichtbarmachung“ durch die Generalisierung von Homosexualität auf schwule\* Liebe. Auch da zeigt sich: Allein die Tatsache, dass es sich bei *Princess Charming* um eine *rein* lesbische\* Show handelt, trägt zur Sichtbarmachung bei – ganz nach dem Motto des Titels der L.MAG Rezension: „All wie need is LESBISCHE Sichtbarkeit“ (ebd.).

Wenn wir die *Formation der Äußerungsmodalitäten* in den Fokus nehmen, tauchen in den Texten sowohl legitime Sprecher\*innen aus der Community, als auch außerhalb der Community auf - unabhängig von ihrem Erscheinungsort in Tageszeitung oder Communitypresse. Dabei erlauben sich beide Untersuchungseinheiten eine Bewertung darüber, was aus ihrer Perspektive als „clever“ in Bezug auf die Repräsentation von Lesben\* gilt und was nicht. Eine besondere Stellung nimmt hierbei die „Bewertung“ der Wahl der Princess bzw. der Kandidat\*innen ein. Die Teilnehmer\*innen der Show werden ebenfalls als Repräsentationsfiguren für die lesbische\* Community betrachtet. Dabei werden vor allem Äußerlichkeiten und Verhaltensweise als Bewertungskriterien für eine erfolgreiche Repräsentation genommen. So schreibt eine Autorin in einer Rezension der FAZ über die Auswahl der Princess Irina:

„Irina Schlauch ist clever gecastet: Sie ist feminin, natürlich, sportlich, eloquent und arbeitet als Rechtsanwältin. Sie wählt ihre Worte mit Bedacht und ist ausgesprochen diplomatisch. Sie bietet kaum Angriffsfläche – vielleicht soll sie das als lesbische Frau auch nicht. Nicht nur die Kandidatinnen, auch die Sendungsmacher scheinen hier einen Auftrag zu erfüllen.“ (FAZ print 11.07.2021)

„Clever“ gecastet bedeutet in diesem Zusammenhang, dass kaum Kritikpunkte an der Person gefunden werden, bzw, dass die Princess sowohl von ihrem Verhalten her, als auch äußerlich einer breiten Norm entspricht. Eine Autorin der „Queerfrage“ der SZ findet:

„ ‚Princess‘ Irina ist mit ihrem kantigen Gesicht, den langen braunen Haaren, den braunen Augen und dem schlanken Körper maximal normschön. Eine Princess, die auch alle Menschen mit heteronormativer Sozialisierung problemlos attraktiv finden können.“ (SZ.de 23.07.2021)

Die Begriffswahl im Artikel der Süddeutschen, dass auch „Menschen mit heteronormativer Sozialisierung“ die Princess ansprechend finden könnten, deutet an, dass es eine Art stilles Übereinkommen darüber zu geben scheint, was sowohl homosexuelle als auch heterosexuelle Menschen attraktiv finden könnten. Anscheinend gibt es dementsprechend sogar einen „Auftrag“ der Sendungsmacher, lesbische\* Sichtbarkeit möglichst „clever“ durch einen Mix aus femininem Aussehen, Sportlichkeit und Eloquenz zu inszenieren. Nichts zu viel und nichts zu wenig – ein Mittelweg, der sowohl den Geschmack der queeren, als auch den der heterosexuellen Community treffen könnte. Die Perspektive auf die Art der Inszenierung der lesbischen\* Sichtbarkeit innerhalb der Show wirkt auf Seiten außerhalb der Community eher wie eine außenstehende Betrachtung. So kann die FAZ-Autorin nur indirekt vermuten, dass eine weniger „clevere“ Wahl dem Format hätte schaden können, beispielsweise durch die Erfüllung lesbischer\* Klischees oder das Ausschließen der straighten Zuschauer\*innen. Auch in der SZ versucht die Autorin die Bedeutung der Show einzuordnen, bleibt aber außenstehend: „Daher kann ich mir vorstellen, dass es gerade für Heranwachsende wertvoll sein kann, lesbische Liebe so geballt präsentiert zu bekommen, um die eigene Sexualität zu erkunden – und zu akzeptieren.“ (SZ.de 23.07.2021).

Auf Seiten der Community ist man sich ebenfalls einig, dass die Wahl der Princess als Repräsentationsfigur der lesbischen\* Community mit Bedacht gewählt war. Hier wird nochmal deutlich, was aus Community-Perspektive beispielsweise keine „clevere“ Wahl für die Princess gewesen wäre, nämlich die Wahl einer Person, die dem lesbischen\* Stereotyp entsprochen hätte. Dies wird im L.MAG am Beispiel der Kandidatin Saskia deutlich, einer Person mit abraisierten Haaren, vielen Tattoos und einem eher maskulinen Kleidungsstil:

„Irina Schlauch ist eine sportbegeisterte Anwältin aus Köln und Fan von Prince Charming [...]. Beworben hat sie sich als ganz normale Kandidatin, zeigte im Casting aber ihr Prinzessinnen-Potenzial. Dazu gehörten vor allem, dass sie als größter gemeinsamer Nenner für alle Geschmäcker gelten kann – eine edgy Kandidatin wie zum Beispiel Saskia [...] würde RTL sicherlich nicht zur ‚Princess‘ küren.“ (L.MAG.de 26.10.2021)

So scheint die „perfekte“ lesbische\* Princess eine Art „Everybody's Darling“ zu sein, die auch dem heteronormativen „Geschmack“ entspricht. Eine Person, die auf der einen Seite unterhalten kann, sich auf der anderen Seite aber auch bedacht und klug verhält. Dabei gibt es

Zuspruch auf Seiten der Tageszeitung dafür, dass die Princess nicht naiv ist, sondern die Art und Weise ihrer Darstellung selbst in die Hand nimmt:

„[...] nur steht dort kein gegeltes Unterhosenmodell, sondern Irina Schlauch, 30, Anwältin. ‚Ich hatte im Vorfeld schon Angst, dass die Show trashig werden könnte, [...]‘. Diese Befürchtung habe sie in den Vorgesprächen mit der Produktion angesprochen.“ (SZ.de 20.07.2021).

Außerdem ist Irina sich darüber bewusst, dass sie bei *Princess Charming* einen selbst formulierten „Bildungsauftrag“ (FAZ print 11.07.2021) zu erfüllen hat. Auch in einem Interview mit einer der Kandidat\*innen und der SZ betont die Kandidatin Wiki:

„Wir werden häufig gefragt, wie viel von der Produktion geleitet war, aber das kam alles von uns. Wir waren einfach so ein krasser Cast. Und alles, was wir besprochen haben, entstand in einem völlig natürlichen Miteinander.“ (L.MAG Print Nov/Dez 2021, 56)

Was die Kandidat\*innen also ausmacht, bzw. was sie zu „guten“ Kandidat\*innen und damit zu Repräsentationsfiguren macht, ist die Art und Weise, wie sie ihren eigenmotivierten Bildungsauftrag vermitteln: „sachlich, freundlich und respektvoll“ (SZ.de 20.07.2021), gleichzeitig aber auch „leicht und lustig“ (FAZ print 11.07.2021, 16). So kommt in einer Rezension der SZ die Produzentin der Show Nina Klink zu Wort und betont:

„Szenen, in denen eine Kandidatin anhand eines Cupcakes den vaginalen und klitoralen Orgasmus vorführt, wirken nicht wie *die Sendung mit der Maus* für Erwachsene, sondern sind so beiläufig wie elegant ins Dating-Geschehen eingewoben.“ (SZ.de 20.07.2021)

Auf diese Weise wird in den untersuchten Artikeln mehrfach auf eine Diskussion unter den Kandidat\*innen eingegangen, in der über die Wertung von sexuellen Vorlieben als Transfeindlichkeit gesprochen wird. Die Autorin der SZ Rezension stellt fest:

„Was den beiden Parteien anderswo schnell als ‚Zickenkrieg‘ ausgelegt worden wäre, nennt Bine auch nach der Ausstrahlung ein ‚sehr selbstreflektierendes Gespräch‘ [...]“ (SZ.de 20.07.2021).

Die Teilnehmer\*innen leisten damit indirekt unbezahlte Bildungsarbeit mit Humor. Das scheint beim Publikum gut anzukommen: „So können die Leute zuhören und vielleicht sogar etwas lernen“ (ebd.).

Außerdem ist ein wichtiges Bewertungskriterium der Kandidat\*innen, dass sie sich gegenseitig unterstützen und Zusammenhalt zeigen, auch über die Show hinaus:

„Diese lesbischen Menschen haben sich bis zur letzten Folge immer wärmer unterstützt, sie haben ihre Eifersucht kommuniziert und sich trotz allem in den Arm genommen, sie haben geweint, wenn jemand die Kette abgeben musste. Und nun, wo die Show längst vorbei ist, rennen sie sich gegenseitig durch die Instastories und kuscheln ganz viel. [...] Das ist Empowerment.“ (SZ.de 23.07.2021)

In diesem Zusammenhang wird, auch mit Blick auf die *Formation der Begriffe* sowie die *Formation der Strategie*, eine zentrale Narrationsart deutlich, die in den Texten Repräsentationsmuster von Lesben\* hervorbringt. Dies geschieht durch die Strategie der Abgrenzung

von einem lesbischen\* Stereotyp (wie bereits bei der Wahl der Princess entgegen des Stereotyps):

Und natürlich ist der gesamte Cast – wie in diesem Genre üblich – kritikwürdig jung, hübsch, schlank und (fast ausschließlich) weiß. Aber immerhin wird hier schon das erste, uralte Vorurteil der ‚hässlichen‘ Lesbe, die ‚keinen Mann abgekriegt hätte‘ ausgeräumt. Ja, so sehen wir (auch) aus: von superfeminin bis sportlich-butchtig, von Lockenpracht bis Glatzkopf“ (L.MAG print Sep/Okt 2021, 60 f.)

Die Betonung der femininen Eigenschaften der Princess findet in Abgrenzung vom Stereotyp der maskulinen Lesbe\* statt. Die Erfüllung des Gegenteils vom Stereotyp schafft also eine Aufwertung in der Bewertung der Sichtbarkeit. Dafür muss jedoch der Preis der „Normschönheit“ gezahlt werden. Auch die Abgrenzung zu Format-Vorgängern, unter anderem dem schwulen\* Format Prince Charming spielt dabei eine wichtige Rolle. So schreibt eine Autorin der Süddeutschen in der „Queerfrage“ vom 23.07.2021:

„Es hat sich so angefühlt, als hätten sie dauerhaft die möglichst unklischerte oder ‚authentische‘ lesbische Repräsentation im Kopf. Viel mehr noch als beispielsweise bei Prince Charming, wo das Bild vom körperfixierten Sexbock für mein Empfinden von Produktionsseite unangenehm ausgereizt wurde.“

Dabei wird sich auch von der Erotisierung von Lesben\* durch den heterosexuellen Mann abgegrenzt, einem bereits bekannten lesbischen\* Repräsentationsmuster (Bayramoglu 2018, 123):

„Aber es wurde auch über Themen gesprochen, die im Privatfernsehen selten oder nie vorkommen: das Aussehen von Vulven, der politische Aspekt des Coming-outs, homophobe Eltern, den Vorwurf der Transfeindlichkeit von Lesben, (überraschend viel) über Heirat und Kinderwunsch und immer wieder lesbischen Sex – ohne jedoch eine Wichsvorlage für Heteromänner zu bieten.“ (L.MAG print Sep/Okt 2021, 61)

Zwar wird unter den Kandidat\*innen viel über Sex gesprochen, jedoch werden die Kandidat\*innen bei *Princess Charming* nicht als Sexobjekt für „Heteromänner“ inszeniert, im Gegenteil: „Im Haus wird zwar viel über lesbischen Sex und Sexpraktiken gesprochen, aber das hat eher einen Informationswert.“ (L.MAG.de 26.10.2021). Hier wird ebenfalls ein Bildungscharakter betont, in Abgrenzung vom Stereotyp der erotischen Lesbe\*. Auch im *MISSY MAGAZINE* wird lobend betont: „Lesbische Sexualität und lesbisches Begehren wird [...] überhaupt nicht entsprechend einem pornografischen Male-Gaze inszeniert.“ (Missy-Magazine.de 29.06.2021).

An dieser Stelle kann festgehalten werden, dass es sich bei der Darstellungsweise zunächst um ein lesbisches\* Repräsentationsmuster handelt, welches bereits in den 1990er Jahren ein Entwicklungsschritt der lesbischen\* Sichtbarkeit in den Medien war, nämlich die Normalisierung des lesbischen\* Subjekts (Bayramoglu 2018, 111 ff.). Dabei handelt es sich um die Herstellung von Heteronormativität in Bezug auf lesbische\* Darstellung, hier in Form von „Normschönen“ Kandidat\*innen, die auch den heterosexuellen Zuschauer\*innen „gefallen“

könnten. Während diese Normalisierung in den 1990er Jahren noch mit Entsexualisierung und Entpolitisierung einherging (Maier 2007, 82), findet sie bei *Princess Charming* vor allem auf optischer Ebene statt. Aber gerade *weil* die Teilnehmenden der Show offen und trotzdem beachtet über lesbische\* Sexualität sprechen und damit diese alten Repräsentationsmuster durchbrechen, scheint es einen Umbruch in der Art und Weise lesbischer\* Darstellung in *Princess Charming* zu geben. Schaffer (2008) hält fest, dass das Eingehen normativer Identitätsvorgaben eine Gefahr für Sichtbarkeit werden kann (ebd., 51 ff.). In Bezug auf *Princess Charming* kann jedoch festgestellt werden: Trotz des Eingehens (vor allem optischer) normativer Identitätsvorgaben, wird die Show als „politisch“ (FAZ print 11.07.2021, 16) eingeordnet und als „Geschenk“ für lesbische\* Sichtbarkeit betrachtet (taz.de 28.05.2021). Ein\*e Autor\*in des MISSY MAGAZINES findet genau diesen Bruch mit gewohnten Repräsentationsmustern „revolutionär“ (Missy-Magazine.de 29.06.2021).

In diesem Zusammenhang ist ein weiterer Kontext der Abgrenzung zu finden. Im gleichen Text wird ein direkter Vergleich zwischen dem lesbischen\* Format und der heterosexuellen Dating-Show *Bachelorette* gezogen, wobei sich die lesbischen\* Kandidat\*innen in ihrer\* Verhaltensweise wegen ihrer „unverkrampten Offenheit“ beim Thema Sexualität positiv von den heterosexuellen Kandidat\*innen abgrenzen:

„[...] ohne eine wirkliche Auseinandersetzung zu suchen, sprechen die Kandidat\*innen bei „Princess Charming“ offen über das Aussehen, den Geruch und ihr eigenes Verhältnis zu ihren Vulven. Sie sprechen über Unsicherheiten und Bodyshaming, über Sexualpraktiken und Orgasmen und wie vielfältig lustvoll lesbische Sexualität gelebt werden kann. Eine solche Offenheit wurde in den heterosexuellen Formaten nicht einmal angetönt – es wäre unvorstellbar, dass ein Anwerber der „Bachelorette“ sagen würde: ‚Du, ich mag mega gerne analsex, magst du Sex mit Strap-ons? Was sind deine sexuellen Präferenzen, magst du es überhaupt, penetriert zu werden?‘“ (Missy-Magazine.de 29.06.2021)

Die positive Einordnung des Verhaltens innerhalb der Show geschieht also u.A. durch die Abgrenzung zu anderen Communities. So auch in einer Rezension der Herbstausgabe 2021 des L.MAG, in der die Kandidat\*innen als „[...] erfrischend weniger angepasst“ beschrieben werden, im Vergleich zu den „[...] Bachelor‘-Kandidatinnen“, die sich nicht trauen, in der abendlichen Ausscheidungsrunde auch mal Jeans und Sneakers statt Abendkleid und Highheels zu tragen.“ (L.MAG print Sep/Okt 2021, 61). Auch die FAZ nutzt die Strategie der Abgrenzung, indem sie auf die Diversität der Kandidat\*innen bei PC hinweist und so indirekt die Homogenität der Kandidat\*innen anderer Shows bemängelt. Dazu ein Beispiel der Vorbereitungen der Kandidat\*innen auf den ersten Party-Abend mit Princess Irina:

„In der lesbischen Version gibt es zwar auch jede Menge Haarspray und hohe Schuhe, andere Damen aber rasieren sich den Schädel oder bügeln ihren Anzug. Hinterher trinken sie gemeinsam am Pool und freuen sich einfach, als

Irina Schlauch im roten Cabrio vorgefahren wird: Sie trägt einen schlichten schwarzen jumpsuit und wenig Make-up. Die Frauen sind begeistert“ (FAZ print 11.07.2021, 16).

Auch vom schwulen\* Vorgänger-Format wird sich abgegrenzt: „Zuerst war, wie so oft, die schwule Variante dran. [...] Erst der Erfolg von ‚Prince Charming‘ bereitet ‚Princess Charming‘ den Weg.“ (L.MAG print März/Apr 2021, 47).

Im Hinblick auf die Repräsentations- und Darstellungsformen lesbischer\* Sichtbarkeit in den Presstexten kann also festgehalten werden, dass die neue, „revolutionäre“ Art der Darstellung lesbischer\* Lebenswelten in der Show als Chance für lesbische\* Sichtbarkeit angesehen wird, da sie sich von alten, lesbischen\* Repräsentationsmustern sowie anderen genreähnlichen Formaten abgrenzt. So soll mit der folgenden These herausgearbeitet werden, weshalb eine Abgrenzung von anderen Formaten aus Perspektive der Presse überhaupt relevant für die positive Bewertung der Darstellung in *Princess Charming* ist.

### 6.2.2 Reality TV im Widerspruch als Genre des menschlichen Abgrundes

These 2: Das gesellschaftliche Wissen über Reality TV, das durch die Presstexte zum Vorschein kommt, ist geprägt von negativen Rezeptionserfahrungen konkreter, anderer Reality Shows der letzten Jahre. Es gibt einen Konsens darüber, dass das Genre schon immer von einer Erzählweise geprägt war, die bewusst die Darstellung menschlicher Abgründe zum Ziel hat. Dabei wird dem Genre eine Art Eigendynamik zugeschrieben, die sich durch ein berechnendes Zusammenspiel von Produktionsfirmen, Schnitttechniken, Sendeanstalten, Teilnehmenden und Zuschauenden entfaltet. Die Einstellung, die in den Presstexten zum Genre Reality TV deutlich wird, ist somit größtenteils von Ablehnung geprägt. Trotzdem werden Shows dieser Art zu Unterhaltungszwecken genutzt, wobei sie der Aufrechterhaltung bestehender, gesellschaftlicher Hierarchien dienen.

Wenn im Folgenden über das gesellschaftliche Wissen zu Reality TV gesprochen wird, soll zunächst noch einmal klargestellt werden: Es handelt sich hier um die Analyse eines Diskursstrangs, der im Rahmen der Berichterstattung über *Princess Charming* in Verschränkung mit dem Diskursstrang zur lesbischen\* Sichtbarkeit auftaucht. So finden sich in den untersuchten Texten immer wieder Stellen, in denen zwar vordergründig über die Show berichtet bzw. sie rezensiert wird, dabei jedoch auch eine Einstellung gegenüber dem Genre im Allgemeinen deutlich wird. Ähnlich, wie die Feinanalyse zur lesbischen\* Sichtbarkeit ergeben hat, ist auch in Bezug auf diesen Diskursstrang festzustellen, dass das gesellschaftliche Wissen zum Genre vor allem in Momenten der Abgrenzung zum Vorschein kommt, nämlich wenn es um die

Abgrenzung der Show vom übergeordneten Genre allgemein geht. Das bedeutet: *Princess Charming* wird durch die Texte aus Tageszeitungen und Communitypresse durchaus dem Genre Reality TV zugeordnet, dabei jedoch ganz eindeutig von anderen Formaten bzw. den *eigentlichen* Strukturen und Formen des Genres abgegrenzt. Und genau hier, an dieser diskursiven Praxis (Foucault 1973, 171), setzt die Feinanalyse zur These zwei an.

Die ersten Analyseeblicke durch das Erstellen der Wortwolke und die theoretischen Ausführungen dieser Arbeit haben bereits gezeigt, was sich im Rahmen der Feinanalyse bestätigt: Dem Genre wird gesellschaftlich überwiegend mit Ablehnung begegnet. Dabei werden ihm ganz bestimmte Attribute zugeschrieben, die sich nach Analyse der ausgewählten Texte mit jeder neuen Reality TV Show zu bestätigen scheinen. *Princess Charming* bildet dabei aus Sicht der Autor\*innen eine Ausnahme. Was im Rahmen der Analyse zusätzlich deutlich gemacht werden kann, sind die verschiedenen Dimensionen der Ablehnung, die durch die Pressetexte erkennbar werden.

Betrachtet man zunächst die *Formation der Begriffe*, ist im Kontext der Umschreibung des Genres festzustellen, dass sich die Bezeichnung ebensolcher Shows als „Trash“ in allen untersuchten Medien durchgesetzt hat. In der SZ wird Reality-TV als „Trash-Lieferanten“ bezeichnet (SZ.de 20.07.2021), die Autorin der FAZ-Rezension formuliert mit einem gewissen Sarkasmus, es gäbe ein gesellschaftliches „Recht auf Trash“ (FAZ print 11.07.2021, 16), eine Autorin der *taz* stellt fest, dass Reality TV in Deutschland als Trash-TV „verschrien“ sei (taz.de 19.07.2021) und im L.MAG wird von „üblichen Zutaten, die das Genre zum Trash-TV verkommen ließen“ geschrieben (L.MAG print Sept/Okt 2021, 61). Auch im MISSY MAGAZINE und der SIEGESSÄULE werden ähnliche Umschreibungen verwendet (MM.de 29.06.2021; SS.de 01.06.2021). Es herrscht dabei ein allgemeiner Konsens darüber, dass es sich bei Reality TV um Fernsehen handelt, das wenig Ansehen genießt und dem niemand jemals ernsthaft einen tieferen Wert beigemessen hat: „Reality-Fernsehen stand noch nie unter dem Verdacht, besonders lehrreich zu sein.“ (SZ.de 20.07.2021). So finden sich in allen Texten Hinweise auf die Debatte, die unter dem Stichwort des „Unterschichtenfernsehens“ bereits im Kapitel 2.5 dieser Arbeit aufgearbeitet wurde. In diesem Zusammenhang beschreiben Klaus und Röser (2008), dass mit der öffentlichen Diskussion um den gesellschaftlichen Wert von Reality TV die Erkenntnis zum Vorschein kommt, dass Medien „[...] Mittel im Kampf um gesellschaftliche Bedeutung sind und zur Aufrechterhaltung gesellschaftlicher Hierarchien genutzt werden.“ (ebd., 264). So schreibt eine Autorin der SZ Rezension zu *Princess Charming* über die Konsument\*innen von Reality TV Shows: „Reality-Zuschauer sonnen sich gerne in ihrer Überlegenheit beim Trash-TV-Gucken, wie soll man da etwas lernen?“ (SZ.de 20.07.2021). Das „in

Überlegenheit sonnen“ beim Schauen von Reality TV lässt vermuten, dass die Zuschreibung über die Unterlegenheit der Teilnehmenden der Shows einen zentralen Stellenwert in der Rezeption von Reality TV Shows einnimmt. Der Kampf zur Aufrechterhaltung gesellschaftlicher Hierarchien kann u.A. durch die inflationäre Nutzung des Ausdrucks „Trash TV“ in allen Texten wiedergefunden werden. Außerdem kann, auch im Kontext der *Formation der Begriffe* sowie dem der *Strategien*, das Aufrechterhalten von bestimmten Erzählweisen aufgedeckt werden, wobei ein Bild des „Bösen“ auf Seiten des Reality TV erschaffen wird, dem man sich nur aus sicherer Distanz nähern sollte.

In der Diskussion um Formate dieser Art findet demnach eine ständige Aushandlung statt zwischen dem, was gesellschaftlich anerkannt bzw. *nicht* anerkannt ist. Dieses gesellschaftlich anerkannte Verhalten spiegelt sich in der Bewertung des Verhaltens von Produktionsfirmen, Sendeanstalten und Sendungsteilnehmenden wider. Zusätzlich zum Ausdruck des „Trash TV“ ist in allen Texten eine explizite Sprache in Bezug auf Shows des Genres festzustellen. So ist in anderen Fällen zunächst die Rede von „Kuppelshows“ (SS.de 01.06.2021). Es werden aber auch Begriffe wie „toxischer Dating-Trash“ (SZ.de 23.07.2021) oder die „perverse Ausstellung menschlicher Abgründe“ (ebd.) als Umschreibung verwendet. Es ist die Rede von „reinem Krawall“, ständigen „Lästereien“ (L.MAG print Sept/Okt 2016, 61), „Alkoholmissbrauch und Mobbing“ (SZ.de 20.07.2021). Dabei zeigt die Betrachtung der *Formation der Gegenstände*, welche Aspekte für die harte Kritik an Reality TV herangezogen werden. Dabei werden auch die Produktionsfirmen bzw. die Sender benannt (und teilweise miteinander vermischt). In einem Interview der *taz* mit der Kandidatin Wiki Riot geht es um die in der Show besprochenen Inhalte, die tatsächlich ausgestrahlt wurden. So berichtet die Kandidatin von politischen Gesprächen, die in der Villa geführt, aber nicht in voller Länge ausgestrahlt wurden. Verantwortlich macht sie dafür den Sender:

„taz.: Ist von deinen politischen Botschaften denn genug in der Sendung dringeblichen?“

Wiki: Auf gar keinen Fall. Einerseits ist das verständlich, denn das ganze Filmmaterial muss ja für eine Sendung auf 60 Minuten gekürzt werden. Aber wir haben uns über viele wichtige Themen ausführlich unterhalten, die dann gar nicht in der Sendung vorkommen. Zum Beispiel sexualisierte Gewalt. Dabei wäre es wichtig gewesen, die Show dafür zu nutzen, um auf dieses Thema aufmerksam zu machen. Aber wahrscheinlich war es dem Sender zu unlustig.“ (taz.de 19.07.21).

Die Kandidatin vermutet, auf Grund ihres Vorwissens über den Sender, bzw. die Produktionen, die sonst ausgestrahlt werden, dass das Thema „Sexualisierte Gewalt“ nicht in den Sendeplan passt, der eher an leichteren Inhalten orientiert ist. Auch in einer Rezension der SZ zur Show wird ein bestimmtes Vorwissen über die Produzierenden der lesbischen\* Dating-

Show deutlich, als in überraschter Tonalität herausgestellt wird, dass die Produktionsfirma, die *Princess Charming* produziert, normalerweise „klassisches“ Trash-TV produziert:

„Dass am Ende eben kein Format wie das *Sommerhaus der Stars* rauskam, ist nicht selbstverständlich. Schließlich ist für die queeren Datingformate dieselbe Produktionsfirma zuständig wie für das Format, das im vergangenen Jahr mit Alkoholexzessen und Mobbingattacken auf sich aufmerksam machte.“ (SZ.de 20.07.2021).

Das *Sommerhaus der Stars* ist eine Reality TV Show, die seit 2016 ebenfalls von der gleichen Firma wie *Princess Charming*, nämlich Seapoint, produziert wird. Im Rahmen der Sendung leben mehrere Paare für einige Wochen auf engem Raum miteinander in einem Haus. Der Alltag wird in dieser Show durch diverse Aufgaben – sogenannte Challenges – durchbrochen, die die Paare bewältigen müssen. Dabei stimmen die Paare selbst darüber ab, welches Paar die Show verlassen muss. Bis auf das „Rauswurfprinzip“ handelt es sich somit um einen recht ähnlichen Plot, wie der von *Princess Charming*. Die fünfte Staffel vom *Sommerhaus der Stars* aus 2020 wurde in der Öffentlichkeit jedoch stark kritisiert, u.A. wegen des Vorwurfs des Mobbings innerhalb der Show. Im gleichen SZ-Artikels, der hier zitiert wird, kommt auch *Princess Charming* Produzentin Nina Klink als legitime Sprecherin zu Wort, die von einer „Verrohung des Genres“ spricht, wobei sie sowohl einen „Höher-schneller-weiter-Wettlauf“ der Produzierenden negativ hervorhebt, als auch die Teilnehmer\*innen der Shows „nur noch in Formate gehen“ würden, „um dort mit Skandalen auf sich aufmerksam zu machen“ (SZ.de 20.07.2021). Dass es sich bei den Vorgängern von *Princess Charming* um „Trash“ handelte, ist also auch der Produzentin selbst bewusst. Ihr Kommentar verdeutlicht die gesellschaftliche Einordnung des Genres: Diese ist davon geprägt, dass man sich von ihm distanziert, es von außenstehender Perspektive betrachtet oder sich vor ihm in Sicherheit begibt. Auch in den anderen untersuchten Texten finden sich ablehnende und distanzierende Äußerungen gegenüber diesem oder ähnlichen Formaten, wie in der Rezension der SIEGESSÄULE, wo die Autorin über die Hintergründe zur Idee für *Princess Charming* spekuliert:

„Und die Idee wurde sicherlich weniger aus emanzipatorischen Zielen heraus geboren, denn aus der typischen Strategie, ein Erfolgsrezept weiter zu melken. Zudem ließen die Reality TV Desaster der letzten Monate wie „Promis unter Palmen“ Schlimmes befürchten.“ (SS.de 01.06.2021)

Auch hier findet sich mit „melken“ eine Formulierung, die den Vergleich zur Tierwelt öffnet und als Metapher des Ausnutzens gedeutet werden kann. So ist die als „Erfolgsrezept“ bezeichnete kapitalistische Strategie, die anstelle von Mehrwert, Aufklärung oder Bildung für die Gesellschaft vor allem wirtschaftliche Zwecke erfüllen soll. Ebenfalls auffällig ist der Vergleich zwischen *Princess Charming* und den Vorgänger-Formaten *Bachelor* und *Bachelorette*: „Die Kandidatinnen werden nicht, wie beim „Bachelor“ üblich in Abendgarderobe in Limousine vorgefahren, um sich dann vor laufender Kamera und lechzendem Bachelor der Fleischschau zu unterziehen.“ (FAZ print 11.07.2021, 16)

Hier wird eine weitere Ebene der Ablehnung des Genres deutlich, nämlich eine metaphorische Kritik am Verhalten der Teilnehmer\*innen. Im Falle des Bachelors, dem heterosexuellen Vorgänger-Format, in dem 20 Frauen um einen Mann „kämpfen“ wird ein animalisches Bild einer „Fleischbeschau“ beschrieben, wobei sich die unterlegenen Frauen einem „lechzendem“ Bachelor hingeben müssen. Auch in der SZ Rezension findet sich die Beschreibung des „gemeinen“ Reality TV-Redakteurs, für den Tränen und Streit ein „gefundenes Fressen“ seien (SZ.de 20.07.2021). Die Metaphern zur triebgesteuerten Tierwelt führen zur Entmenschlichung derjenigen, die an den Formaten teilnehmen und schaffen so eine Art Distanzierung zu den Zuschauenden. Zusätzlich fällt eine weitere Form der Distanzierung von den gezeigten Inhalten der Shows auf. So wird, neben diesen animalischen Erzählweisen, die aus Sicht der Autor\*innen das Patriarchat verdeutlichen, auch die heteronormative Erzählstruktur anderer Formate kritisiert. In der *taz* wird vom „altmodisch-heteronormativen Datinggerüst“ und einem „plumpen Konzept“ gesprochen (taz.de 30.07.2021). Heteronormativität wird als „altmodisch“ bezeichnet, also etwas, das der Vergangenheit zugeordnet wird. Dabei wird indirekt auf das „Ziel“ der Show Bezug genommen, nämlich das Eingehen einer (monogamen) Liebesbeziehung. Damit wird im gleichen Text der *taz* ebenfalls ein Abgrenzungsmechanismus zwischen *Princess Charming* und „normalen“ Dating-Shows genutzt, indem auf das direkte Beziehungsende zwischen der Gewinnerin Lou und Princess Irina eingegangen wird: „Warum sollen Irina und Lou dann noch auf den Beziehungskitsch eines Privatsenders reinfallen? Das passt nicht zu ihrem Stil.“ (taz.de 30.07.2021). Auch hier findet sich wieder eine Art Erzählweise, die als Aufrechterhaltung von Hierarchie gedeutet werden kann. Irina und Lou, in Abgrenzung zu „normalen“ Reality TV Teilnehmenden, beweisen Stil, indem sie sich eben *nicht* den altmodischen Zielen der Show hingeben. Dies erscheint paradox, da beide Teilnehmerinnen von Beginn an über das „Ziel“ der Show informiert waren. Trotzdem beweisen sie „Stil“, indem sie sich aktiv distanzieren. Die aktive Abwendung vom *eigentlichen* Ziel der Show wird den Teilnehmenden somit besonders anerkennend honoriert und rückt sie in ein positives Licht im Rahmen des Formats.

Doch nicht nur die Produktionsfirmen, die Sender und die Sendungsteilnehmenden stehen im Zentrum der Reality TV-Kritik, auch die Zuschauer\*innen, die von solchen Formaten zu „gehässigen und abwertenden Kommentaren“ auf Social Media eingeladen werden, tauchen in den Rezensionen zur Show auf (taz.de 28.05.2021). Auch die Autorin der SZ „Queerfrage“ stellt bei sich selbst kritisch fest: „Ich muss dazu sagen:

Ich kann Trash gut leiden. Trash als die perverse Ausstellung menschlicher Abgründe, in die sich Zuschauer\*in unbeschadet reinfallen lassen darf, oder eben: Unterhaltung auf Kosten anderer.“ (SZ.de 23.07.2021).

Trotz des Bewusstseins der Autorin über die Strukturen von Reality TV Shows, die „vor keiner Ethikkommission vertretbar“ wären (taz.de 30.07.2021), scheint es ein Bewusstsein über

eine Art Eigendynamik des Genres zu geben, die für Faszination auf Seiten der Zuschauenden sorgt. Die Auseinandersetzung mit dem Genre erscheint schon fast genussvoll. So berichtet ein\*e Autor\*in des MISSY MAGAZINES:

„Wir haben Protokolle über den Sexismus, der in den Sendungen „Der Bachelor“ und „Die Bachelorette“ auf dem Sender 3+ reproduziert wurde, verfasst. Akribisch hielten wir Kontext, das Zitat oder die Handlung sowie Kommentare fest und versahen die einzelnen Sexismen mit Labels. Für eine einzige Episode brauchten wir ca. 4,5 Stunden, um ein Protokoll zu erstellen von allem, was uns auffiel.“ (MM.de 29.06.2021)

Anstelle, sich vom Format abzuwenden, beschreibt die Person das genaue Gegenteil und verwendet einen Großteil der eigenen Freizeit auf die Analyse der Dating-Shows, um Protokolle über Sexismus zu erstellen. Ein vermeintlicher Widerspruch, doch durch die intensive Auseinandersetzung mit dem Genre bzw. den Verhaltensweisen der Teilnehmenden wird Abgrenzung erzeugt.

Es kann also zusammenfassend festgestellt werden, dass es eine große Übereinkunft über die Abwertung von Reality TV gibt. Kritisiert werden die Shows dabei auf vielen Ebenen: ihre Plots, die Produktionsfirmen, die Sender, die sie ausstrahlen, die Kandidat\*innen sowie die Zuschauer\*innen selbst. Aus ihrem Zusammenspiel ergibt sich aus Sicht der Presse eine Eigendynamik, in der gewollt menschliche Abgründe zum Vorschein kommen. Die Produzierenden, sowie Teilnehmenden der Shows werden dabei mit animalischen Metaphern beschrieben, wodurch ein Gefühl von Distanz zwischen Zuschauendem und Inhalt erzeugt wird. Dabei tauchen in den Texten sowohl die Produktionsfirmen, als auch die Zuschauenden als legitime Sprecher\*innen auf, die sich so von ihrem eigenen Verhalten distanzieren und das Format in seiner Eigendynamik ebenfalls aus der Distanz bewerten können. Die Verfasser\*innen tauchen größtenteils als Rezipient\*innen der Formate auf, die sich damit zwar den Konsum der Shows „eingestehen“, durch das Aussprechen der Kritik jedoch gleichzeitig von den Inhalten distanzieren. Trotzdem wird den Formaten ein Unterhaltungswert zugeschrieben, der gerade durch diese Distanz zum Geschehen zu entstehen scheint. Das Rezipieren von Zurschaustellung menschlicher Abgründe ist somit nur aus dem Hintergrund einer bewusst eingenommenen Distanz möglich.

### **6.2.3 Princess Charming - Das Sommermärchen als Chance für lesbische\* Sichtbarkeit**

These Drei: Obwohl es sich bei *Princess Charming* um ein Format handelt, das dem negativ behafteten Genre Reality TV zuzuordnen ist, wird die Show als Chance für lesbische\* Sichtbarkeit betrachtet. Indem die Dating-Show heteronormative und patriarchale Erzählstrukturen des Genres durchbricht, wird sie wegen ihres Unterhaltungsfaktors als passend für queere Repräsentation angesehen. Dabei entsteht durch die Kombination beider Faktoren ein positives Spannungsfeld: Die Erzählstrukturen des Genres wirken sich gerade nicht normalisierend,

sondern positiv herausragend auf die Sichtbarkeit der lesbischen\* Community aus. Hier nehmen die Kandidat\*innen eine entscheidende Rolle ein. Die Diskursstränge beeinflussen sich dabei gegenseitig positiv.

Wie im Verlauf der bisherigen feinanalytischen Untersuchungen bereits deutlich wurde, verlaufen die Diskursstränge um lesbische\* Sichtbarkeit und der gesellschaftlichen Einstellung gegenüber dem Genre Reality TV in der Berichterstattung über *Princess Charming* in eine Überschneidung. Nachdem in den vorherigen Thesen beide Diskursstränge möglichst getrennt voneinander betrachtet wurden, geht es jetzt darum, einen differenzierteren Blick auf die Überlappung beider Stränge zu werfen. Die lesbische\* Community führt seit jeher einen Kampf gegen die eigene Unterrepräsentation, wobei die Unsichtbarkeit von Lesben\* als ein Hauptproblem der Community betrachtet wird (Oesterle-Schwerin 1993,10). Zudem finden sich, wenn es denn Sichtbarkeit gibt, Reproduktionen lesbischer\* Stereotype oder bestimmter, wiederkehrende Repräsentationsmuster von lesbischen\* Subjekten in den Medien (Amberg 2011; Bayramoglu 2018). So ist, neben einigen anderen Mustern, u.A. die *Normalisierung des lesbischen\* Subjekts* eine zentrale Erzählform (Bayramoglu 2018, 111 ff.). Auch in TV-Serien lassen sich seit den 1990er Jahren vermehrt Normalisierungsstrategien in der Darstellung lesbischer\* Charaktere beobachten (Maier 2007, 82), die zwar einerseits zur Sichtbarkeit von Lesben\* im TV beitragen, sie aber dabei in ihrer Darstellung so sehr „normalisierten“, dass die lesbische\* Sexualität vollkommen in den Hintergrund trat und „entsexualisiert“ wurde (ebd.). Die in dieser Arbeit mehrfach zitierte Analyse Bayramoglus (2018) hält mit Blick auf diese Repräsentationsmuster in den Boulevardmedien fest: „Ein boulevardjournalistisches Interesse, queere Repräsentationen als positiv darzustellen, führt meistens dazu, dass politisches Potenzial des Queeren verschwindet bzw. in die Normalität integriert wird.“ (Bayramoglu 2018, 20). Der Gedanke des Risikos der Normalisierung lesbischer\* Darstellung und des Einbüßens politischer Potenziale, erscheint mit Blick auf die Analyse der Presstexte relevant.

Mit *Princess Charming*, einer Reality TV Dating-Show, erscheint im Sommer 2021 ein Format bei RTL+, bzw. später dann auf dem Privatsender Vox, das explizit lesbische\* Sichtbarkeit in den Mittelpunkt stellt. Doch konnte im Rahmen der letzten These herausgearbeitet werden, dass das Genre in Deutschland für seine heteronormativen Darstellungsformen sowie patriarchale Erzählstrukturen scharf kritisiert wird. So scheint es einen Konsens darüber zu geben, dass Reality TV gerade wegen seines Schwerpunktes auf dem niedrigschweligen Unterhaltungsfaktor wenig „lehrreich“ für die Zuschauer\*innen erscheint, sondern vielmehr menschliche Abgründe zur Schau stellt (SZ.de 20.07.2021). Damit läuft die Show als Plattform für lesbische\* Sichtbarkeit Gefahr, bisherige Stereotype und Repräsentationsmuster zu

reproduzieren. So tritt auch die lesbische\* Community im Vorfeld der Ausstrahlung, zunächst einmal kritisch an das Format heran (L.MAG März/Apr 2021). Die Einstellung zur Show ist also zu Beginn der Berichterstattung eine sehr kritische, gerade wegen des Vorwissens über Vorgängerformate und der Befürchtung negativer Sichtbarkeit für die Community. Die gleiche Autorin schreibt in einem Online-Artikel der SIEGESSÄULE: „Na klar, wir wollen Gleichstellung und mehr Sichtbarkeit – aber haben wir damit auch ‚Princess Charming‘ gemeint?“ (SS.de 01.06.2021).

In den vorherigen Thesen konnte jedoch schon herausgearbeitet werden: *Princess Charming* wird sowohl auf Seiten der Communitypresse, als auch in den ausgewählten Tageszeitungen als Chance für lesbische\* Sichtbarkeit angesehen, als „Sommermärchen“ (FAZ print 11.07.2021) bezeichnet und als Show mit Haltung positiv rezensiert (L.MAG. Nov/Dez 2021, 55). Da es sich hier um eine Diskursstrangverschränkung handelt, wird es zu einigen Wiederholungen aus den beiden vorherigen Thesen kommen, die aber nun in Hinsicht auf ihr Zusammenwirken akzentuiert werden.

Der Titel eines Interviews aus der *taz* mit *Princess Charming* Kandidatin Wiki Riot lautet „Wir haben Reality TV revolutioniert!“ (taz.de 19.07.2021). Die Kandidatin spricht von einer Revolution des Genres, angestiftet und umgesetzt durch die Kandidat\*innen selbst. Betrachten wir diese Aussage unter dem Aspekt der *Formation der Äußerungsmodalitäten* in den untersuchten Texten, kann festgestellt werden: Es gibt einen scheinbar fruchtbaren Austausch zwischen den legitimen Sprecher\*innen innerhalb der Texte. So finden wir die Produktionsfirmen, als Sprecher\*innen für ihr Genre und ihre Formate. Sie werden zunächst an den Pranger gestellt, von den Autor\*innen der Texte, von den Zuschauer\*innen, von den Kandidat\*innen bei *Princess Charming* – sie alle tauchen ebenfalls als legitime Sprecher\*innen auf, werden interviewt oder zitiert (siehe z.B. taz.de 19.07.2021, MM.de 29.06.2021). Zu sehen ist diese Entwicklung in der Betrachtung zweier Artikel aus dem L.MAG 2021. In der Kolumne aus der März/April 2021 Ausgabe unter dem Titel „WIR BRAUCHEN LESBISCHEN TRASH“ nimmt die Autorin eine fast schon unterwürfige Haltung dem Genre gegenüber ein. Der Artikel erschien kurz vor der Ausstrahlung der Show und stellt zur Debatte: „Wer Gleichstellung will, darf sich nicht nur die Rosinen rauspicken. Wir werden auch ‚Princess Charming‘ ertragen müssen [...].“ (L.MAG print März/Apr 2021, 46). Die Autorin ist skeptisch, was die Formatwahl für lesbische\*, mediale Repräsentation angeht, betont aber die Wichtigkeit jeglicher Sichtbarkeit. Dass sich überhaupt viele Menschen die Show anschauen könnten, bezweifelt die Autorin. Weiter schreibt sie:

„Der Cast in solchen Formaten, ob nun hetero oder homo, ist typischerweise jung und entspricht der Mainstream-Ästhetik. Und so wird’s der Produktionsfirma *Seapoint* (die auch ‚The Bachelor‘ und ‚Prince Charming‘ dreht)

wohl auch in „Princess Charming“ kein Anliegen sein, das gesamte Spektrum lesbischer Vielfalt abzubilden.“ (ebd.)

Aus diesen Zeilen spricht große Skepsis der Autorin, bezogen auf die Art und Weise der Repräsentation, wobei sie sich an den Vorgängerformaten orientiert und wenig Vielfalt im Cast vermutet. Und trotzdem scheint die Show wichtig für die Community, die sich eben nicht nur die „Rosinen rauspicken“ dürfe. Als weiterreichende Forderungen schreibt sie:

„Wir wollen in jedem TV-Genre die unterschiedlichsten queeren Frauen sehen, und wir brauchen auch hinter den Kulissen definitiv mehr Lesben. Erst dann werden wir nicht mehr bei jeder stereotypen oder unschmeichelhaften Darstellung laut aufschreien.“ (L.MAG März/Apr 2021, 46)

Eine breite Sichtbarkeit von Lesben\* in den Medien ist somit aus Sicht der Community noch lange nicht gegeben. Wenn sie denn aber gegeben wäre, so wäre der Umgang mit *negativer* Sichtbarkeit, hier definiert durch stereotype oder unschmeichelhafte Darstellungen von Lesben\*, ein Leichteres. Einige Monate später, in der Herbstausgabe des L.MAG zieht die Autorin Bilanz. In der Zwischenzeit hat das L.MAG eine umfangreiche Berichterstattung über die Show produziert und jeder Folge auf der Homepage eine ausführliche Zusammenfassung gewidmet. „All we need is LESBISCHE SICHTBARKEIT!“ heißt der Abschlussartikel des Magazins zur Show (L.MAG print Sept/Okt 2021, 60f.) und leitet ein:

„Wer hätte gedacht, dass ausgerechnet eine Datingshow mehr für die lesbische Sichtbarkeit tun würde als das komplette Fernsehprogramm im letzten Jahr zusammen? Und doch eroberte ‚Princess Charming‘ nach seinem Start Ende Mai die sonst so kritischen Lesbenherzen [...]“ (ebd., S. 60)

Die Autorin bezeichnet hier die Community als „sonst so kritische Lesbenherzen“ und weist damit noch einmal deutlich auf die Skepsis der lesbischen\* Zuschauer\*innen einem Format wie *Princess Charming* gegenüber hin – als Resultat von Erfahrungen der Stigmatisierung und Stereotypisierung von Lesben\* in Fernsehshows bzw. in den Medien. Doch „ausgerechnet eine Datingshow“ hat nach Meinung der Autorin eine positive Auswirkung auf die Sichtbarkeit der lesbischen\* Community gehabt. Und gleichzeitig macht der Artikel noch einmal die Importance der bloßen Sichtbarkeit deutlich.:

„Wann haben wir vorher in einer Fernsehproduktion schon mal 21 Lesben auf einen Schlag gesehen? Und wie oft spielt das „L“ im immer länger werdenden Akronym LGBTIQ\* je eine Hauptrolle?“ (ebd.)

Die Autorin verweist hier auf die Breite der queeren Community, zusammengefasst unter dem „LGBTIQ\*“ Kürzel, in welchem sich auch das „L“ für lesbian wiederfindet, jedoch laut Autorin bald neben den vielen anderen Selbstbezeichnungen verloren zu gehen scheint. Der Verweis auf die Unzufriedenheit mit der lesbischen\* Unsichtbarkeit geht damit sowohl in Richtung einer Gesellschaft mit heteronormativen Grundzügen, als auch der eigenen, queeren Community. Blicken wir in diesem Zusammenhang also auf die Formation der Strategien und der Darstellung von Problem und Lösung, kann festgehalten werden: Laut der Presstexte

haben wir es mit zweierlei Problemen zu tun: So wird die Unterrepräsentation von Lesben\* in den Medien sowohl auf die dort vorherrschende Dominanz von Heteronormativität zurückgeführt, als auch als Problem innerhalb der queeren Community erkannt. Die lesbische\* Community taucht dabei, vor allem mit Blick auf die Community-Texte, als geschlossene Gruppe auf, die sich klar gegen diese Unsichtbarkeit positionieren möchte. *Princess Charming* als lesbische\* Dating-Show wirkt diesem Problem auf den ersten Blick entgegen, jedoch mit einer direkten Einschränkung: Das Format Reality TV wird von den legitimen Sprecher\*innen der Texte nicht anerkannt, bzw. wird ihm auf Grund von Vorwissen über andere Formate des Genres viel Skepsis entgegengebracht. Hier stimmt die Voreinstellung in Tageszeitungen und Communitypresse miteinander überein. So könnte es Stereotype reproduzieren und die lesbische\* Community oberflächlich repräsentieren, also eine negative Auswirkung auf die Sichtbarkeit von Lesben\* haben. Das „Problem“ Reality TV als Genre des menschlichen Abgrundes wird dabei von den legitimen Sprecher\*innen außenstehend erklärt, selbst wenn Produzent\*innen zu Wort kommen. Darüber, dass das Genre in den vergangenen Jahren kritische Inhalte auf Grund von Mobbing und Bloßstellung produziert hat, sind sich alle Sprecher\*innen einig. So auch bei der Tatsache, dass es sich bei dem Genre um ein Unterhaltungsformat handelt, das u.A. gerade wegen der Darstellung menschlicher Abgründe auf die Zuschauenden unterhaltend wirkt. Dem Genre wird dabei, auch anhand animalischer Metaphern, immer wieder eine Art Eigendynamik zugeschrieben, die unkontrollierbar scheint, selbst für die Produzent\*innen der Show. An dieser Stelle setzt, mit Blick auf die Formation der Strategien, die Antwort auf die Frage an, weshalb aus Sicht der Sprecher\*innen PC eben *kein* klassisches „Trash TV“ darstellt:

„Und dann gibt es ‚Princess Charming‘: Wo Klugheit, Mitgefühl und die Komplexität menschlicher Beziehungen das plumpe Konzept Datingshow so kraftvoll überstrahlen, dass auch die letzte Person, die meint, dass Unterhaltung und Anspruch nur getrennt gingen, endlich etwas gecheckt haben müsste.“ (taz.de 30.07.21)

Hier zeigt sich das Spannungsfeld, das sich aus Sicht der Pressestimmen bei *Princess Charming* ergeben hat: Durch die Kombination von „Unterhaltung und Anspruch“ entsteht etwas „von Bedeutung“. Der Unterhaltungsfaktor, der dem Genre Reality TV durchaus auch unabhängig von *Princess Charming* zugesprochen wird, wird im Zusammenhang mit dem „Anspruch“, den Kandidat\*innen von *Princess Charming* zugeschrieben, positiv gewertet. So titelt das L.MAG den letzten *Princess Charming*-Artikel aus der Winterausgabe 2021 mit „Reality Show mit Haltung.“ (L.MAG print Nov/Dez 2021, 55). Hier könnte der Eindruck entstehen, allein die Tatsache, dass die Kandidat\*innen lesbisch\* sind, würden den Anspruch der Show erhöhen. Ganz so einfach ist es aus den Preetexten jedoch nicht herauszulesen. So führt der taz-Artikel weiter aus:

„Die Frauen\* von Princess Charming haben komplett die Sendung übernommen. Sie haben wichtige Gespräche über Gender geführt. Sie haben die lesbische Community repräsentiert und so etwas von Bedeutung geschaffen.“ (taz.de 20.07.21)

Die Tatsache, dass das Wissen über lesbisches\* Leben und lesbische\* Liebe gesellschaftlich noch oberflächlich und teilweise stereotyp geprägt ist, führen die Kandidat\*innen eine Art selbstgestalteten Bildungsauftrag aus, indem über lesbische\*, queere und feministische Themen und Diskussionen innerhalb der Community gesprochen wird, klären die Kandidat\*innen die Zuschauer\*innen auf, wie in diesem Artikel des L.MAG erklärt wird:

„Allein der Anblick so vieler selbstbewusster, zufriedener Lesben wird für so manche Zuschauer:innen ein Aha-Moment gewesen sein. Aber es wurde auch über Themen gesprochen, die im Privatfernsehen selten oder nie vorkommen: das Aussehen von Vulven, der politische Aspekt des Coming-outs, homophobe Eltern, den Vorwurf der Transfeindlichkeit von Lesben, (überraschend viel) über Heirat und Kinderwunsch und immer wieder lesbischen Sex [...] (L.MAG print Sept/Okt 2021, 61).

In einem Interview mit der taz sagt Kandidat\*in Wiki Riot dazu über sich selbst:

„Vor allem wollte ich ich selbst sein und den Zuschauer:innen, also vor allem weiblich gelesenen Menschen vermitteln, dass sie tun und lassen können, was immer sie wollen. Unabhängig von gesellschaftlichen Normen, die uns vorgeschrieben wollen, dass wir nicht laut und wild sein dürfen oder dass uns Haare an den Beinen oder unter den Achseln wachsen dürfen.“ (taz.de 19.07.2021)

Dabei umgehen die Kandidat\*innen die sonst „typischen“ Muster von Reality TV, indem sie beispielsweise sexistische Sichtweisen aufbrechen oder den Konkurrenzkampf untereinander in den Hintergrund rücken:

„Ich bin immer wieder beeindruckt, wie sehr „care“ unter den Kandidat\*innen füreinander Teil der Serie ist. Obwohl es einen Konkurrent\*innenkampf um die Princess gibt und mittlere Dramen inszeniert werden müssen, rückt das sehr oft in den Hintergrund und ein kollektives empathisches Interesse der Kandidat\*innen tritt an dessen Stelle.“ (MM.de 29.06.2021)

Die FAZ rezensiert auf Seiten der Tageszeitungen die Show am 11.07.2021 unter dem Titel „Zungenküsse und Champagner“ und setzt *Princess Charming* in einen politischen Kontext: „Eine Sendung, die queere Liebe verhandelt, kann nur politisch sein.“, woraufhin queere feindliche Vorfälle in Deutschland und anderen Europäischen Ländern des Jahres 2021 aufgezählt werden (FAZ print 11.07.21, 16). Die Gegenüberstellung von gewaltvollem Entgegenwirken queerer Sichtbarkeit in Europa auf der einen Seite und einer Reality TV Show auf der Anderen, scheint im ersten Moment eine starke Fallhöhe zu bieten. Doch scheinbar macht die reine Tatsache, dass lesbische\* Liebe sichtbar gemacht, bzw. „verhandelt“ wird, die Show für die Autorin zu einem Politikum.

Insgesamt zeigt ein feinanalytischer Blick auf die Tageszeitungen und Communitypresse, dass, obwohl es sich bei *Princess Charming* um ein Format handelt, das dem negativ behafteten Genre Reality TV zugeordnet wird, die Show in den Presstexten insgesamt positiv

verhandelt wird und sich somit, auch aus Sicht der Communitypresse, positiv auf die Sichtbarkeit von Lesben\* ausgewirkt hat. Darüber hinaus wird vor allem das Durchbrechen heteronormativer und patriarchaler Erzählstrukturen, die das Genre für gewöhnlich aufweist, positiv hervorgehoben. Der Unterhaltungsfaktor solcher Shows wird zudem als passend für queere Repräsentation angesehen. So werden Lesben\* in der Show gerade *nicht* normalisierend dargestellt oder entsexualisiert (Maier 2007, 82), vielmehr wird, entsprechend des Genres, „[...] in erster Linie gefeiert, geflirtet und geküsst [...]“ (L.MAG print Sept/Okt 2021, 61). Dadurch entsteht ein positives Spannungsfeld: Die Erzählstrukturen des Genres wirken sich gerade nicht normalisierend, sondern positiv hervorragend auf die Sichtbarkeit der lesbischen\* Community aus. Die Kandidat\*innen der ersten Staffel von *Princess Charming* sind dabei für die Presse entscheidend, denn sie setzen „statt Lästereien und Krawall [...] auf Zusammenhalt und schlossen Freundschaften, die über die Sendung hinaus andauern“ (L.MAG print Sept/Okt 2021, 61). Die Diskursstränge beeinflussen sich somit gegenseitig positiv.

## 7 Fazit und Ausblick

An dieser Stelle soll das Fazit dieser Arbeit gezogen und ein Ausblick auf zukünftige Forschungsfragen gegeben werden, die sich im Verlauf der Analyse herausgebildet haben. Die Erkenntnisse aus Theorie und diskursanalytisch orientierter Analyse werden vor dem Hintergrund der in der Einleitung formulierten forschungsleitenden Fragen noch einmal zusammengefasst.

Zu Beginn dieser Arbeit wurde festgehalten, dass im Rahmen der Auseinandersetzung mit der Fernsehshow *Princess Charming* für diese Untersuchung zwei Forschungsgegenstände von Bedeutung sind: Zum einen das Forschungsfeld des Genres Reality TV, welchem die Show zuzuordnen ist und zum anderen die Bedeutung lesbischer\* Sichtbarkeit, die in der lesbischen Dating-Show zum Tragen kommt. Somit wurde sich beiden Themenfeldern zunächst unabhängig voneinander zugewandt, um ein theoretisches Grundgerüst zu schaffen.

Das Genre Reality TV kann dabei zunächst als ein Phänomen betrachtet werden, das durch seine Heterogenität besticht und sich dabei im ständigen Wandel befindet (Schurzmann-Leder 2021, 70). Dabei lassen sich die meisten deutschen Reality TV-Formate auf Vorbilder in US-amerikanischen Sendungen zurückverfolgen (Wegener 1994), wobei es sich inzwischen um deutlich mehr als 400 existierende Reality TV-Formate handeln dürfte belaufen dürfte (Lünenborg et al. 2011). *Princess Charming* ist dem Untergenre Dating-Show zuzuordnen, wobei das Konzept auf den Vorgängerformaten *Der Bachelor* und *Die Bachelorette* basiert. Dabei sucht

eine Single-Person nach der großen Liebe, woraufhin sich 20 Kandidat\*innen als potenzielle Partner\*innen anbieten und in einer Villa über mehrere Wochen um die Zuneigung des Bachelors, der Bachelorette oder auch der Princess Charming konkurrieren. *Princess Charming* ist dabei die erste, lesbische\* Dating-Show weltweit und startete im Mai 2021 zunächst auf der Streaming-Plattform *RTL+*, wenige Monate später dann auch im linearen Fernsehen auf dem Sender *Vox*.

Erste, theoretische Arbeiten zum Genre in den 1990er Jahren sahen zunächst vor allem die Darstellung von Gewalt und krimineller Handlungen als Merkmale des Genres an (Wegener 1994, Keppler 1994, Winterhoff-Spurk et al. 1994). In den 2000er Jahren wurden dann als spezifischere Merkmale bestimmte Inszenierungsstrategien sowie Grenzüberschreitungen als Stilmittel herausgearbeitet (Klaus und Lücke 2003). Diese Inszenierungspraktiken wurden, mit Blick auf die produktionstechnischen Hintergründe von Reality TV, in den letzten Jahren auf das Reality TV der heutigen Zeit hin angepasst und weiter ausgearbeitet. Kennzeichnend für die Shows ist, dass sie auf die Zuschauenden „affizierend“ wirken, also Gefühle der Identifikation mit dem Show-Geschehen sowie den Teilnehmenden hervorrufen sollen (Reckwitz 2016). Die Produzent\*innen haben in diesem Zusammenhang eine Machtposition innerhalb der Herstellung und Aufrechterhaltung von Emotionen aufseiten der Teilnehmenden inne (Lünenborg et al. 2021). Unter anderem auf Grund dieser Inszenierungspraktiken und der früher dominanteren Darstellung von Gewalt und Kriminalität innerhalb der Shows des Genres, hat sich in den 2000er Jahren eine Debatte um das sog. „Unterschichtenfernsehen“ entwickelt, die bis heute auch Einfluss auf den gesellschaftlichen Umgang mit Reality TV hat (Klaus und Röser 2008). So werden die Shows des Genres alltagssprachlich häufig mit dem Begriff „Trash TV“ gleichgesetzt und damit übersetzt als „Fernsehen für die Mülltonne“ bezeichnet (Thiele 2016, 98). Der Begriff findet sich auch im Rahmen der diskursanalytisch orientierten Analyse dieser Arbeit wieder. In Blick auf die Rezeption von Reality TV ist festzuhalten, dass das Genre an der Herstellung und Verbreitung von aussagekräftigen Vorstellungen über stereotype Bilder zu Klasse, Geschlecht oder race entscheidend beteiligt sein kann (Lünenborg, Martens, et al. 2011). Doch auch, wenn die Shows des Genres mit Stereotypen arbeiten, bedeutet das nicht, dass die Inhalte automatisch eine direkte Übersetzung in den Alltag der Zuschauenden finden (Hamm 2021, 108). Die Inhalte können auf verschiedenste Art rezipiert und interpretiert werden. Die Rezipient\*innen sind durch ihre Sozialisierung und das Aufwachsen mit Reality TV Formaten inzwischen in der Lage, den Inszenierungscharakter der Shows zu durchschauen (Murray und Ouellette 2009, 5f.). Außerdem wird das Genre interaktiv genutzt, womit Reality TV durchaus neue Formen kultureller Teilhabe mit sich bringt (ebd.). So kann Reality TV

kontextbezogen als soziales Phänomen angesehen werden (Hill 2015, 7). Das Genre kann dabei Schlussfolgerungen bezüglich aktueller, gesellschaftlicher Verhältnisse liefern, wie Heteronormativität oder Benachteiligung von Minderheiten (Hofmann, Karsten und Wiedemann 2001; Schürmann-Leder 2021, 78.).

Im zweiten, theoretischen Teil dieser Arbeit wurde der Forschungsgegenstand lesbische\* Sichtbarkeit beleuchtet. Dafür wurde zu Beginn des Kapitels erarbeitet, dass der Begriff Lesbe\* zur Herstellung intersektionaler Sichtbarkeit in dieser Arbeit mit dem Gendersternchen versehen wird. Außerdem wurde darauf hingewiesen, dass sich nicht alle lesbischen\* Menschen mit dem Ausdruck Lesbe\* identifizieren (Kuhnen 2017, 14).

Dabei zeigt die Auseinandersetzung mit lesbischer\* Geschichte, dass in diesem Zusammenhang die Homosexuellenbewegung, als auch die Frauenbewegung ein wichtiger Teil in der Entwicklung der lesbischen\* Sichtbarkeit waren und bis heute sind (Amberg 2011). So hat die Homosexuellenbewegung einen präsenten Platz in der Entwicklung lesbischer\* Sichtbarkeit, jedoch haben unter anderem intersektionale Strukturen den Weg von Lesben\* in eine neue, eigene Richtung geleitet (ebd., 19 ff.) Die spezifischen Diskriminierungsmuster, mit denen sich Lesben\* bis heute konfrontiert sehen, sind dabei Andere, als die schwuler\* Menschen und spiegeln sich beispielsweise auch in Film und Fernsehen wider. So gab es zwar schon in den 1970er Jahren erste Fernsehsendungen über explizit lesbische\* Aktivitäten, wobei lesbische\* Liebe hier in vielen Fällen eher als eine Art Sexualpraktik von Vielen dargestellt wurde (Jurschik 1998, 3). Damit wurde lesbischer\* Liebe ihre Ernsthaftigkeit abgesprochen. Mitte der 1990er Jahre entwickelten sich dann weitere, stereotype Erzählungen über Lesben\*, wie beispielsweise das Bild der „pathologischen Killerlesbe“, oder der „ästhetisierten, lesbischen Frau“, die aus einem heteronormativen Blick heraus dargestellt wird (Amberg 2011, 49 f.). Gerade weil die meisten Menschen ihre Einstellung vor allem durch Bücher, Fernsehen oder andere Medien entwickeln, hat die mediale Repräsentation von Lesben\* einen starken Einfluss auf die gesellschaftliche Einstellung lesbischen\* Menschen gegenüber, wie auch auf das Selbstbild von Lesben\*. Wie jedoch bereits aufgezeigt wurde, zeigen Studien gleichzeitig, dass die Gruppe selten in Berichterstattung oder fiktionalen Programmen vorkommt (Prommer, Stüwe und Wegner 2021; Prommer, Stüwe und Wegner 2020). Bei der Fokussierung der Darstellung von Lesben\* in der Presse wird deutlich, dass auch hier eine starke Unterrepräsentation von Lesben\* festzustellen ist (Amberg 2011, 199). Ab den späten 1960er Jahren ist dabei die Entwicklung bestimmter Repräsentationsmuster von Lesben\* zu erkennen, die sich bis in die 2010er Jahre hin weiterentwickelten. Zusammenfassend sollen an dieser Stelle die Kriminalisierung der Lesbe\* sowie die Erotisierung des lesbischen\* Subjekts benannt werden. Außerdem taucht die Erzählung

der Lesbe\* als gescheiterte Heterosexuelle sowie später dann der Normalisierung des lesbischen\* Subjekts in den Medien auf, mit der auch eine Entpolitisierung und Entsexualisierung einhergeht (Bayramoglu 2018, 111 ff.). Lesben\* sehen sich somit auf der einen Seite mit einer Unterrepräsentation bzw. Unsichtbarkeit in den Medien konfrontiert, die als ein Hauptproblem der lesbischen Community benannt wird (Oesterle-Schwerin 1993, 10). Ein Blick auf die Momente der Sichtbarkeit zeigt auf der anderen Seite, dass Lesben\* hier häufig durch stereotype Darstellungsformen repräsentiert werden, was sich sowohl im Fernsehen, als auch in der Presse widerspiegelt. Damit fällt der Reality TV Show *Princess Charming*, als einem rein lesbischen\* Format, eine besondere Rolle zu, sowohl für die lesbische\* Community, als auch gesamtgesellschaftlich. Dies motivierte dazu, sich im Rahmen dieser Arbeit mit der Berichterstattung über die Show intensiver auseinanderzusetzen.

Die Analyse war dabei inspiriert von den Gedanken des Philosophen Michel Foucault zum Diskursbegriff (Foucault 1973), den methodischen Weiterarbeiten zur Kritischen Diskursanalyse (Jäger und Jäger 2007) und der qualitativen Inhaltsanalyse (Meyen 2019). Foucault betrachtet unser Wissen nicht als etwas Absolutes, das konstant ist und eine feste Einheit bildet. Vielmehr ist für ihn Wissen eine Möglichkeit, um Stellung einzunehmen und um Gegenstände überhaupt benennen zu können (Foucault 1973, 259f.). Ein Diskurs ist somit der Prozess „[...] der sprachlichen Erzeugung von Realität“ (Ullrich 2008, 22). In den Diskursen rund um *Princess Charming* als lesbische\* Dating-Show formt sich also ein Teil unseres Wissens über lesbisches\* Leben. Damit haben die Diskurse eine besondere Machtposition, wenn es um unser kollektives und individuelles Bewusstsein über eine (medial) unterrepräsentierte Gruppe geht.

Im Rahmen dieser Arbeit war es nicht möglich, den gesamten Diskurs um *Princess Charming* abzubilden. Es konnten jedoch durch eine diskursanalytisch orientierte Analyse ausgewählter Presstexte aus Tageszeitungen und lesbisch\*/queeren Communitymedien, einige diskursive Linien nachgezogen werden, die sich im Rahmen der Berichterstattung über die Show gezeigt haben. Jäger und Jäger (2007) haben im Rahmen der Kritischen Diskursanalyse Foucaults Überlegungen zum Diskurs weiterentwickelt und konkrete Anweisungen für das methodische Vorgehen vorgeschlagen (Jäger und Jäger 2007, 171 ff.). Diese Vorgehensweise war auch Grundlage für diese Arbeit für die im weiteren drei forschungsleitenden Fragestellungen entwickelt wurden. Diese wenden sich dabei sowohl dem Themenfeld lesbischer\* Sichtbarkeit, als auch Reality TV zu, wobei beide Themen in der letzten Forschungsfrage in ihrem Spannungsfeld betrachtet werden:

- 1. Welche Repräsentations- und Darstellungsformen lesbischer\* Sichtbarkeit werden in der Berichterstattung der deutschen Tageszeitungen und Communitypresse über das Reality TV Format *Princess Charming* konstruiert?**
- 2. Welches gesellschaftliche Wissen über Reality TV wird durch die Pressetexte vermittelt und welche Einstellung gegenüber dem Genre wird dabei deutlich?**
- 3. Inwiefern wirken die Diskursstränge um Reality TV und lesbische\* Sichtbarkeit in den Pressetexten zusammen? Findet eine Abwertung der öffentlichen, lesbischen\* Darstellung anhand des Genres statt? Oder wird das Genre-Vorwissen durch eine neue Form lesbischer\* Sichtbarkeit durch *Princess Charming* beeinflusst?**

Um diesen drei Forschungsfragen auf den Grund zu gehen, wurde mit Hilfe von drei Analyseschritten eine diskursanalytisch orientierte Analyse ausgewählter Pressetexte durchgeführt. Berücksichtigt wurden dafür die deutschen Tageszeitungen *Süddeutsche Zeitung*, die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* und *taz. die Tageszeitung*, die als Qualitätszeitungen eingeordnet und damit u.A. von Boulevardzeitungen abgegrenzt wurden (Meyen, et al. 2019, 33; Blum 2011, 7). Zusätzlich wurden drei Communitymagazine untersucht. Zum einen das explizit an eine lesbische\* Leser\*innenschaft gerichtete *L.MAG*, das feministische Popkulturmagazin *MISSY MAGAZINE* und das queere Berliner Stadtmagazin *SIEGESSÄULE*. Eingegrenzt wurde das Untersuchungsmaterial auf alle Artikel aus dem Jahr 2021, dem Erscheinungsjahr von *Princess Charming*. Berücksichtigt wurden dabei auch die Onlineauftritte der Zeitungen bzw. Magazine, da diese vor allem für die lesbische\* Community von Bedeutung sind. Anhang einer Schlagwortanalyse mit Fokus auf Artikel zur Ausstrahlung von *Princess Charming* ergab sich dabei eine Anzahl von 38 Texten aus Tageszeitungen und Communitymedien, print, sowie online. Diese sind im Anhang 1 dieser Arbeit in einer Übersicht zusammengestellt.

Das Untersuchungsmaterial wurde nach Jäger und Jäger (2007) zunächst einer Strukturanalyse unterzogen, wobei in einem ersten Schritt ein grober Überblick über die ausgewählten Zeitungen und Magazine gegeben wurde. Die politische bzw. gesellschaftliche Verortung wurde benannt und die Leser\*innenschaft und Auflage eingegrenzt (ebd., 298). Daraufhin wurden die Artikel, orientiert an den drei forschungsleitenden Fragen, nach auffälligen Schlagworten untersucht, welche in Wortwolken dargestellt wurden. Diese lieferten erste interpretatorische Inspirationen für die spätere Feinanalyse.

Diese folgte dann im nächsten Schritt, wobei insgesamt 13 Texte aus allen sechs Zeitungen und Magazinen anhand eines selbst erstellten Kategoriensystems, orientiert an den Formationsregeln nach Foucault (1973, 61 ff.) diskursanalytisch orientiert analysiert wurden. Aus

der Analyse ergaben sich drei Thesen, die eine Antwort auf die drei forschungsleitenden Fragen gaben und damit die Ergebnisse dieser Arbeit zusammenfassen.

Dabei zeigt die Analyse der ausgewählten Communitypresse und der Tageszeitungen, dass die bisherige Unterrepräsentation lesbischer\* Menschen in den Medien sowohl aus der Community, als auch von den Tageszeitungen bemängelt und dementsprechend bei *Princess Charming* lobend hervorgehoben wird. Dabei können in den betrachteten Presstexten zwei Dimensionen der Sichtbarkeit erkannt werden: Zum einen die Textstellen, an denen direkt über die Kandidat\*innen aus der Show berichtet wird und so eine Art „direkte“ Sichtbarmachung von Lesben\* durch Reproduktion stattfindet. Zum anderen aber auch die unterschwellige Repräsentation, die in den betrachteten Texte Wirkung entfaltet, beispielsweise wenn die Autor\*innen die Sichtbarkeit der Kandidat\*innen in einen weiteren Kontext setzen, Verhalten generalisieren oder auch aus persönlicher Perspektive, bzw. als Mitglieder der Community über die Show sprechen. Hier finden sich bestimmte Repräsentationsmuster von Lesben\*, die sich durch wiederholende Narrationen aus den Texten ergeben. Der positiven Einordnung der Show liegen vor allem zwei Bewertungsebenen zugrunde, welche die Repräsentations- und Darstellungsformen lesbischer\* Sichtbarkeit in den Presstexten verdeutlichen: Auf der einen Ebene die positive Bewertung der Kandidat\*innenauswahl innerhalb der Show, die als Repräsentat\*innen der lesbischen\* Community angesehen werden. Grundlage für die positive Bewertung ist dabei auf der zweiten Ebene eine Strategie der Abgrenzung. Zum einen die Abgrenzung von alten, lesbischen\* Repräsentationsmustern, wobei in den Texten vor allem die Abkehr von lesbischen\* Stereotypen bei *Princess Charming* gelobt wird. Zum anderen ist eine Distanzierung von anderen Fernsehformaten des Genres zu erkennen, die ebenfalls als Strategie der Abgrenzung gedeutet werden kann. Dadurch kommt es für die Autor\*innen mit *Princess Charming* zur Erschaffung „neuer“ lesbischer\* Identifikationsfiguren, wobei diese neue Sichtbarkeit als gesamtgesellschaftlich bedeutsam und damit politisch eingeordnet wird.

In Bezug auf den Forschungsgegenstand Reality TV und mit Blick auf die zweite, forschungsleitende Frage ist festzustellen: Das gesellschaftliche Wissen über Reality TV, das durch die Presstexte vermittelt wird, ist geprägt von negativen Rezeptionserfahrungen konkreter, anderer Reality Shows der letzten Jahre. In diesem Zusammenhang gibt es einen Konsens darüber, dass das Genre schon immer von einer Erzählweise geprägt war, die bewusst die Darstellung menschlicher Abgründe auch durch Einflussnahme der Produktionsfirmen auf die Kandidat\*innen zum Ziel hat. Dabei wird dem Genre eine Art Eigendynamik zugeschrieben, die sich durch ein berechnendes Zusammenspiel von Produktionsfirmen, Schnitttechniken, Sendeanstalten, Teilnehmenden und Zuschauenden entfaltet. Die Einstellung, die in den Presstexten

zum Genre Reality TV deutlich wird, ist somit größtenteils von Ablehnung geprägt. Trotzdem werden Shows dieser Art zu Unterhaltungszwecken genutzt, wobei sie der Aufrechterhaltung bestehender, gesellschaftlicher Hierarchien dienen.

Abschließend wurden die Pressetexte mit Blick auf das Zusammenwirken beider Untersuchungsgegenstände betrachtet. Dabei wurde deutlich, dass, obwohl es sich bei *Princess Charming* um ein Format handelt, das dem negativ behafteten Genre Reality TV zugeordnet wird, die Show als Chance für lesbische\* Sichtbarkeit betrachtet wird. Indem die Dating-Show aus Sicht der Autor\*innen heteronormative und patriarchale Erzählstrukturen des Genres durchbricht, wird sie wegen ihres Unterhaltungsfaktors als passend für queere Repräsentation angesehen. Dabei entsteht durch die Kombination beider Faktoren ein positives Spannungsfeld: Die Erzählstrukturen des Genres wirken sich gerade *nicht* normalisierend, sondern positiv herausragend auf die Sichtbarkeit der lesbischen\* Community aus. Hier nehmen die Kandidat\*innen eine entscheidende Rolle ein, die sich aus Sicht der legitimen Sprecher\*innen der Presseexte verhältnismäßig unbeeinflusst einbringen konnten. Die Diskursstränge beeinflussen sich dabei gegenseitig positiv.

Mit Blick auf die Begrenztheit dieser Arbeit, sowohl in Bezug auf den Untersuchungszeitraum, als auch auf das betrachtete Untersuchungsmaterial zeigt sich, dass eine Ausweitung beider Faktoren einen weitaus umfassenderen Einblick in die Bedeutung einer lesbischen\* Reality TV Show für die Sichtbarkeit der lesbischen\* Community liefern könnte. So würde beispielsweise eine Gegenüberstellung der Berichterstattung zur schwulen\* Dating-Show *Prince Charming* weitere Informationen über die spezifischen Repräsentations- und Darstellungsformen der lesbischen\* Community bieten. Eine Archäologie oder Genealogie des Wissens über die Diskurse um *Princess Charming* könnte zudem aufzeigen, welche nachhaltigen Auswirkungen die Show auf die Diskurse um lesbische\* Sichtbarkeit hatte. So könnte beispielsweise, in Anlehnung an Bayramoglu (2018), mit Blick auf das lesbische\* Repräsentationsmuster der Normalisierung, die Hypothese des möglichen Verlusts des politischen Potenzials des Queeren durch die Integration in den Mainstream in den Blick genommen werden (ebd., 20). Zu diesen weiterführenden Forschungsanliegen möchte diese Arbeit abschließend einladen.

## 8 Literaturverzeichnis

- @Zombrella, Chaosgöre. 2021. „Wahrenddessen: das hier.“ *Twitter*. 20. Juni. Zugriff am 12. November 2021. <https://twitter.com/zombrella/status/1406381488602501123>.
- AGF. 2021. „Bewegtbild-Nutzung in der Corona-Krise. AGF Corona-Report 2021: Nachrichtenhype und Suche nach Ablenkung.“ 04. Zugriff am 11. 05 2022. [https://www.agf.de/fileadmin/agf/service/Pressemitteilungen/2021/AGF\\_Corona-Report\\_2021\\_April\\_2021\\_Charts.pdf](https://www.agf.de/fileadmin/agf/service/Pressemitteilungen/2021/AGF_Corona-Report_2021_April_2021_Charts.pdf).
- AHA Berlin. 2015. „Das AHA-Info und die Siegestsäule.“ Zugriff am 12. 04 2022. <https://www.aha-berlin.de/aha/geschichte/aha-info-und-siegessaeule>.
- Allen, Kim, und Heather Mendick. 2012. „Keeping it Real? Social Class, Young People and Authenticity in Reality TV.“ *Sociology* (47/3) 460-476.
- Allgemeine, Augsburg. 2022. *Welche Bachelor-Paare sind noch zusammen?* 26. 01. Zugriff am 28. 01 2022. <https://www.augsburger-allgemeine.de/panorama/bachelor-paare-wer-ist-noch-zusammen-wer-ist-getrennt-2003-bis-2021-id43763386.html>.
- Alms, Christoph R. 2017. „Jung, lesbisch, unsichtbar? Nö! Zur Situation von lesbischen Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland.“ In *Lesben Raus! Für mehr lesbische Sichtbarkeit*, von Stephanie Kuhnen, 59-69. Berlin: Querverlag.
- Amberg, Elke. 2011. *Schön! Stark! Frei! Wie Lesben in der Presse (nicht) dargestellt werden*. Roßdorf: Ulrike Helmer Verlag.
- Annikazion. 2021. „YouTube.“ *Lesben + Datingshow = Princess Charming | FOLGE 1*. 30. 05. Zugriff am 15. 02 2022. [https://www.youtube.com/watch?v=c\\_IJF2GiBDg&list=PL43aFuUQsZisrEQZlhypvz9Sb-6Rcl-uP](https://www.youtube.com/watch?v=c_IJF2GiBDg&list=PL43aFuUQsZisrEQZlhypvz9Sb-6Rcl-uP).
- Babsi Tollwut. 2019. "Pro Popo". *HipHop ist am Arsch*. Berlin: Records DK
- Balsam, KF., K. Lehavot, und B. Beadnell. 2011. „Sexual revictimization and mental health: a comparison of lesbians, gay men, and heterosexual women.“ *J Interpers Violence* (26/9), 1798–1814.
- Baur, A. 2019. *Penis, Pool, „Prince Charming“ – der „schwule Bachelor“ hätte so viel mehr sein müssen. bento* 09. 09. 11. Zugriff am 04. 01 2022. <https://www.bento.de/tv/prince-charming-der-schwule-bachelor-lohnt-sich-die-dating-show-a-eb97b321-383c-4638-8ad1-641b665f3a71>.
- Bayramoglu, Yener. 2018. *Queere (Un-)Sichtbarkeiten. Die Geschichte der queeren Repräsentationen in der türkischen und deutschen Boulevardpresse*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Beck, Klaus. 2012. *Das Mediensystem Deutschlands: Strukturen, Märkte, Regulierung*. Wiesbaden : Springer VS.
- Bell-Jordan, Latrina E. 2008. „Black. White. and a Survivor of The Real World: Constructions of Race on Reality TV.“ In *Critical Studies in Media Communication* (25), 353-372.
- Blazekovic, Aurelie von. 2021. „Trash-TV : Pure Menschenverachtung. Die Ablehnung von Elendsvoyeurismus im Fernsehen hat nichts mit Geschmack zu tun.“ *Sueddeutsche.de*. 30. 05. Zugriff am 20. 01 2022. <https://www.sueddeutsche.de/medien/trash-tv-pure-menschenverachtung-1.5308145>.
- Blum, Roger. 2011. „Leidende Leuchttürme. Über die Unentbehrlichkeit von Qualitätsmedien.“ In *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien*, von Roger Blum, Heinz Bondadelli, Kurt Imhof und Otfried Jarren, 7-14. Wiesbaden: VS Verlag.
- Bränström, R., ML. Hatzenbuehler, und JE. Pachankis. 2016. „Sexual orientation disparities in physical health: Age and gender effects in a population-based study.“ *Soc Psychiatry Psychiatr Epidemiol* (51/2), 289–301.
- Bublitz, H. 2003. *Diskurs*. Bielefeld: transcript.

- Bundesregierung. 2021. „Mehr Fortschritt wagen. Bündnis für Freiheit, Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit.“ *Koalitionsvertrag 2021 – 2025 zwischen der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD), BÜNDNIS 90 / DIE GRÜNEN und den Freien Demokraten (FDP)*. Zugriff am 10. 05 2022. <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/974430/1990812/04221173eef9a6720059cc353d759a2b/2021-12-10-koav2021-data.pdf?download=1>.
- Burgi, Martin, und Daniel Wolff. 2016. *Rehabilitierung der nach § 175 StGB verurteilten homosexuellen Männer: Auftrag, Optionen und verfassungsrechtlicher Rahmen. Antidiskriminierungsstelle des Bundes*. Berlin: Nomos.
- Chalaby, Jean. 2016. „Seventy years in the making. The advent of the transnational television format trading system.“ In *New Patterns in global television formats*, von Karina Aveyard, Alver Moran und Pia Maybritt Jensen, 63-78. Bristol: Intellect.
- Cooke-Jackson, Angela, und Elizabeth K. Hanson. 2008. „Appalachian Culture and Reality TV: The Ethical Dilemma of Stereotyping Others.“ *Journal of Mass Media Ethics (28/3)* 183-200.
- Dehm, Ursula. 1984. *Fernseh-Unterhaltung. Zeitvertreib, Flucht oder Zwang? Ei-ne sozialpsychologische Studie zum Fernsehen*. Mainz: Hase & Kohler.
- Dennert, Gabriele, Christiane Leidinger, und Franziska Rauchhut. 2007. *In Bewegung bleiben. 100 Jahre Politik, Kultur und Geschichte von Lesben*. Berlin: Querverlag.
- DESTATIS. 2021. „Statistisches Bundesamt.“ *Bevölkerungsstand: Amtliche Einwohnerzahl Deutschland 2021*. Zugriff am 29. November 2021. [https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/\\_inhalt.html](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/_inhalt.html).
- Deutscher Fernsehpreis. 2021. *Der Deutsche Fernsehpreis 2021. Beste Unterhaltung Reality Princess Charming*. Zugriff am 02. 02 2022. <https://www.deutscherfernsehpreis.de/verleihung/nominierungsdetails/details-2021/2021-beste-unterhaltung-reality-princess-charming/>.
- Deutschland, Redaktionsnetzwerk. 2020. „Princess Charming“ - Nicht „bi“ sondern lesbisch auf TVnow. 11. 12. Zugriff am 20. 01 2022. <https://www.rnd.de/medien/princess-charming-nicht-bi-sondern-lesbisch-auf-tvnow-RMOC35DMQURX3NLILLCRFRMBZM.html>.
- Donati, Paolo. 2001. „Die Rahmenanalyse politischer Diskurse.“ In *Handbuch sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Bd. 1. Theorien und Methoden*, von Rainer Keller, Andreas Hirsland, Werner Schneider und Willy Wiehöver, 145-175. Opladen.
- EU-Kommission. 2019. „Special Eurobarometer 493. Report. Discrimination in the European Union.“ *Directorate-General for Communication*. Zugriff am 14. November 2021. [https://data.europa.eu/data/datasets/s2251\\_91\\_4\\_493\\_eng?locale=de](https://data.europa.eu/data/datasets/s2251_91_4_493_eng?locale=de).
- eurotopics. 2022b. „Frankfurter Allgemeine Zeitung.“ *eurotopics. Der tägliche Blick in Europas Presse*. Zugriff am 16. 03 2022. <https://www.eurotopics.net/de/148548/frankfurter-allgemeine-zeitung>.
- . 2022a. „Süddeutsche Zeitung.“ *eurotopics. Der tägliche Blick in Europas Presse*. Zugriff am 16. 03 2022. <https://www.eurotopics.net/de/148780/sueddeutsche-zeitung>.
- . 2022c. „taz, die tageszeitung.“ *eurotopics. Der tägliche Blick in Europas Presse*. Zugriff am 17. 03 2022. <https://www.eurotopics.net/de/148812/taz-die-tageszeitung>.
- Fahim, Kareem, und Antonia Noori Farzan. 2021. „ASIA. Turkish police break up Pride parade with tear gas.“ *washingtonpost.com*. 26. 06. Zugriff am 10. 05 2022. <https://www.washingtonpost.com/world/2021/06/26/istanbul-pride/>.
- Fairclough, Norman. 2003. *Analyzing discourse*. London: Routledge.
- Fairclough, Norman. 2012. „Critical discourse analysis.“ *International Advances in Engineering and Technology (7)* 452-487.

- faz.de. 2019. „Frankfurter Allgemeine Zeitung. 70 Jahre F.A.Z.“ 01. 11. Zugriff am 16. 03 2022. <https://www.faz.net/aktuell/70-jahre-f-a-z/die-unwahrscheinliche-erfolgsgeschichte-der-f-a-z-16460690.html>.
- Fellner, Astrid M. 2006. „Que(e)r durch den Mainstream? The L-Word und die Probleme der Normalität.“ In *[sic!] Forum für Feministische Gangarten*, 18-20.
- Fiebig, Peggy. 2020. „Deutschlandfunk.“ *Drei Jahre Ehe für alle Viel erreicht – noch viel zu tun*. 30. Juni. Zugriff am 29. November 2021. <https://www.deutschlandfunk.de/drei-jahre-ehe-fuer-alle-viel-erreicht-noch-viel-zu-tun-100.html>.
- Foucault, Michel. 1973. *Archäologie des Wissens*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft.
- . 1974. *Die Ordnung des Diskurses*. Frankfurt a.M.: Fischer Verlag.
- . 1979. *Sexualität und Wahrheit: Der Wille zum Wissen*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Frisch, M., und J. Simonsen. 2013. „Marriage, cohabitation and mortality in denmark: National cohort study of 6.5 million persons followed for up to three decades (1982 – 2011).“ *nt J Epidemiol* (42/2), 559–578.
- Frizzoni, Brigitte. 2014. „Zwischen Trash-TV und Quality-TV Wertediskurse zu serieller Unterhaltung.“ In *Populäre Serialität: Narration - Evolution - Distinktion*, von Frank Kellete, 339-352. Bielefeld: transcript.
- Gamson, Joshua. 2003. „Reflection on Queer Theory and Communication.“ *Journal of Homosexuality* (45/2-4), 385-389.
- Gasteiger, Ludwig. 2008. „Michel Foucaults interpretative Analytik und das unbestimmte Ethos der Kritik.“ In *Kritik mit Methode? Forschungsmethoden und Gesellschaftskritik*, von Ulrike Freikamp, Matthias Leanza, Janne Mende, Stefan Müller, Peter Ullrich und Heinz-Jürgen Voß, 33-51. Berlin: Karl Dietz Verlag .
- Glas, Othmara. 2021. „: „Wir können nicht auf eine Straße voller Schläger gehen“.“ *faz.de*. 05. 07. Zugriff am 10. 05 2022. <https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/menschen/erste-pride-parade-in-tiflis-abgesagt-17422895.html>.
- Gorton, Kristyn. 2009. *Media audiences. Television, meaning and emotion. Media topics*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Graml, Regine, Tobias Hagen, Yvonne Ziegler, Kristine Khachatryan, und M.A. Ricky Astrida Herman. 2020. *The L-Word in Business. Eine Studie zur Situation lesbischer Frauen in der Arbeitswelt - mit Handlungsempfehlungen für Arbeitgeber\_innen*. Frankfurt; Berlin: Bundesstiftung Magnus Hirschfeld.
- Grimme Preis. 2020. *56. Grimme Preis 2020. Prince Charming (Seapoint Productions für TVNOW)*. Zugriff am 20. 01 2022. <https://www.grimme-preis.de/archiv/2020/preistraeger/p/d/prince-charming-seapoint-productions-fuer-tvnow/>.
- Hürner, Julia. 2010. „Lebensumstände lesbischer Frauen in Österreich und Deutschland - von den 1920er Jahren bis zur NS-Zeit.“ *Dissertation 2010. Universität Wien*. Zugriff am 02. 05 2022. <https://theses.univie.ac.at/detail/10268#>.
- Hamm, M. 2021. „Flirten, Daten, Fights, Feiern.“ *Zeitung für Sexualforschung* (34) 103-109.
- Hanika, Jan-Claudius. 2021. *Corona-Rückblick 2021: Virusvarianten, Wellen und Impfstoffe*. 30. 12. Zugriff am 02. 05 2022. <https://www.br.de/nachrichten/wissen/corona-rueckblick-2021-virusvarianten-wellen-und-impfstoffe,SsEYVOa>.
- Heidmann, Patrick. 2021. „„Pussy Power“-Rufe und queere Vielfalt bei „Princess Charming“. Abgerufen am 06.10.2021 unter:“ *Queer.de*. Zugriff am 06. 10 2021. [https://www.queer.de/detail.php?article\\_id=38954](https://www.queer.de/detail.php?article_id=38954).
- Hill, Annette. 2019. *Media experiences. Engaging with drama and reality television*. London: Routledge.
- . 2015. *Reality TV*. Milton Park: Routledge.

- . 2005. *Reality TV. Audiences and Popular Factual Television*. London/New York: Routledge.
- Hofmann, Birgit, Nora Karsten, und Andreas Wiedemann. 2001. „Ein Fenster zur Gesellschaft. Geschlechterkonflikte in Daily Talkshows.“ In *Tabubruch als Programm. Privates und Intimes in den Medien*, von Friederike Herrmann und Margret Lünenborg, 119-139. Opladen: Leske und Budrich.
- Hooks, Bell. 2020. *Die Bedeutung von Klasse*. Münster: Unrast Verlag.
- Ipsos. 2021. „LGBT+ Pride 2021 Global Survey.“ Zugriff am 15. November 2021. [https://www.lsvd.de/media/doc/3168/lgbt\\_pride\\_2021\\_global\\_survey\\_report\\_ipsos.pdf](https://www.lsvd.de/media/doc/3168/lgbt_pride_2021_global_survey_report_ipsos.pdf).
- Iskandar, Katharina, und Michael Hanfeld. 2005. „Willkommen in der Unterschicht.“ *FAZ*. 28. 04. Zugriff am 18. 01 2022. <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/kino/fernsehkonsument-willkommen-in-der-unterschicht-1234609.html>.
- IVW. 2021a. „Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern.“ Zugriff am 14. 03 2022. <https://www.ivw.de>.
- IVW. 2021b. „Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.“ *Auflagenzahlen des 4. Quartals 2021*. Zugriff am 10. 04 2022. <https://www.ivw.de/print/quartalsauflagen/pressemitteilungen/auflagenzahlen-des-4-quartals-2021>.
- IZI. 2015. „Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen.“ *Der Bachelor – Warum gerade hochgebildete junge Frauen sich für die „Castingshow zur Traumfrau des Jahres“ begeistern*. Zugriff am 09. 10 2021. [https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/presse/Pressemitteilungen/PM-2015/PM\\_Bachelor\\_20](https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/presse/Pressemitteilungen/PM-2015/PM_Bachelor_20).
- Jäger, Margarete, und Siegfried Jäger. 2007. *Deutungskämpfe. Theorie und Praxis Kritischer Diskursanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Jäger, Siegfried. 2011. „Diskurs und Wissen.“ In *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse*, von R. Keller, A. Hirsland, W. Schneider und W. Viehöver, 91–124. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- . 2009. *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung*. Münster: UNRAST-Verlag.
- Jagose, Annemarie. 2005. „Queer Theory. Eine Einführung.“ Von Corinna Genschel, Caren Lay, Nancy Wagenknecht und Volker Woltersdorff. Berlin: Querverlag.
- Jakob, Nora. 2021. „DWDL.“ *Princess Charming: Wie wunderbar lesbische Liebe sein kann*. Zugriff am 09. 10 2021. [https://www.dwdl.de/meinungen/83692/princess\\_charming\\_wie\\_wunderbar\\_lesbische\\_liebe\\_sein\\_kann/](https://www.dwdl.de/meinungen/83692/princess_charming_wie_wunderbar_lesbische_liebe_sein_kann/).
- Jarren, Otfried, und Martina Vogel. 2011. „Leitmedien" als Qualitätsmedien: Theoretisches Konzept und Indikatoren.“ In *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien*, von Roger Blum, Heinz Bonfadelli, Kurt Imhof und Otfried Jarren, 17-29. Wiesbaden: VS Verlag.
- Jurschik, Karin. 1998. *Es gibt nichts, worüber wir nicht reden könnten*. Köln: Kölner StadtRevue (11).
- Kühn, Monne. 2007. „Haut der geilen Männerpresse eine in die Fresse. Itzehoer Prozess-Protest 1974.“ In *In Bewegung bleiben. 100 Jahre Politik, Kultur und Geschichte von Lesben*, von Gabriele Dennert, Christiane Leidinger und Franziska Rauchut, 68-71. Berlin: Querverlag.
- Küpper, Beate, Ulrich Klocke, und Lena-Carlotta Hoffmann. 2017. „Einstellungen gegenüber lesbischen, schwulen und bisexuellen Menschen in Deutschland 2017 - Ergebnisse der Befragung im Auftrag der Antidiskriminierungsstelle des Bundes.“ Zugriff am 14. November 2021. <https://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/downloads/DE/publikationen/>

- Umfragen/Umfrage\_Einstellungen\_geg\_lesb\_schwulen\_und\_bisex\_Menschen\_DE.pdf?\_blob=publicationFile&v=2.
- Keller, Reiner. 2011. *Wissenschaftssoziologische Diskursanalyse. Grundlegung eines Forschungsprogramms*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kemper, Andreas, und Heike Weinbach. 2009. *Klassismus. Eine Einführung*. Münster: Unrast-Verlag.
- Keppeler, Angela. 1994. *Wirklicher als die Wirklichkeit. Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung*. Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuchverlag.
- Kerosin95. 2021. „FUTTER.“ *Volume I*. Wien: ink music.
- Klaus, Elisabeth. 2008. „Fernsehreifer Alltag: Reality TV als neue, gesellschaftsgebundene Angebotsform des Fernsehens.“ In *Medienkultur und soziales Handeln*, von Tanja Thomas, 157-174.
- Klaus, Elisabeth, und Jutta Röser. 1996. „Fernsehen und Geschlecht. Geschlechtsgebundene Kommunikationsstile in der Medienrezeption und -produktion.“ In *BlickRichtung Frauen. Theorien und Methoden geschlechtsspezifischer Rezeptionsforschung*, von Gudrun Marci-Boehncke, Petra Werner und Ulla Wischermann, 37-60. Weinheim: Dt.-Studien-Verlag.
- Klaus, Elisabeth, und Jutta Röser. 2008. „„Unterschichtenfernsehen“: Beobachtungen zum Zusammenhang von Medienklassifikationen und sozialer Ungleichheit.“ In *Medien – Diversität – Ungleichheit. Zur medialen Konstruktion sozialer Differenz*, von Ulla Wischermann und Tanja Thomas, 263-279. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klaus, Elisabeth, und Stephanie Lücke. 2003. „Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Doku Soap.“ *Medien & Kommunikation* 195-212.
- Klein, D. 2019. *Schwule Datingshow. „Prince Charming“: Überraschend unterhaltsam. queer.de*. 19. 12. Zugriff am 04. 01. 2022. [https://www.queer.de/detail.php?article\\_id=35134](https://www.queer.de/detail.php?article_id=35134).
- Krämer, Carmen. 2020. „Menschenwürde und Reality TV – eine ethische Analyse.“ Zugriff am 01. 05 2022. <https://publications.rwth-aachen.de/record/785501/files/785501.pdf>.
- Kraszewski, Jon. 2004. „Country Hicks and Urban Cliques: Mediating Race, Reality, and Liberalism on MTV’s „The Real World“.“ In *Reality TV. Remaking Television Culture*, von Susan Murray und Laurie Ouelette, 179-196. New York/London: New York University Press.
- Kuhnen, Stephanie. 2017. „Schrödingers Lesbe. Sind in dem Buchstaben L jetzt Lesben drin oder nicht? The Making of Lesben raus!“ In *Lesben Raus! Für mehr lesbische Sichtbarkeit*, von Stephanie Kuhnen, 11-17. Berlin: Querverlag.
- L.MAG. 2021. „L.MAG. Das Magazin für Lesben. Mediadateen 2021. Print & Online.“ Zugriff am 14. 03 2022. [https://cdn.siegessauele.de/documents/L-MAG\\_Mediadaten\\_2021\\_DE.pdf](https://cdn.siegessauele.de/documents/L-MAG_Mediadaten_2021_DE.pdf).
- l.mag.de. 2022. „L.MAG History.“ Zugriff am 20. 03 2022. <https://www.l-mag.de/ueber-uns/l-mag-history.html>.
- Löblich, M. 2016. „Theoriengeleitete Forschung in der Kommunikationswissenschaft.“ In *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft*, von S. Averbek-Lietz und M. Meyen, 67-79. Wiesbaden: Springer.
- Lücke, Stephanie. 2002. *Real Life Soaps. Ein neues Genre des Reality TV*. Münster: Lit Verlag.
- Lünenborg, Margreth. 2005. *Journalismus als kultureller Prozess: Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Lünenborg, Margreth, Claudia Töpfer, Dirk Martens, und Tobias Köhler. 2011. *Skandalisierung im Fernsehen. Strategien, Erscheinungsformen und Rezeption von Reality TV Formaten*. Landesanstalt für Medien. Düsseldorf: VISTAS Verlag GmbH.
- Lünenborg, Margreth, Claudia Töpfer, Laura Sūna, und Tanja Maier. 2021. *Affektive Medienpraktiken. Emotionen, Körper, Zugehörigkeiten im Reality TV*. Wiesbaden: Springer VS.
- Lünenborg, Margreth, Dirk Martens, Tobias Köhler, und Claudia Töpfer. 2011. „Skandalisierung im Fernsehen. Strategien, Erscheinungsformen und Rezeption von Reality TV Formaten.“ *Schriftenreihe Medienforschung der LfM. Band 65*. Zugriff am 10. 05 2022. [https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user\\_upload/lfm-nrw/Foerderung/Forschung/Dateien\\_Forschung/LfM-Band-65.pdf](https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Foerderung/Forschung/Dateien_Forschung/LfM-Band-65.pdf).
- Lantzsch, Katja, Klaus-Dieter Altmeyen, und Andreas Will. 2009. „Trading in TV entertainment. An analysis.“ In *TV formats worldwide. Localizing global programs*, von Albert Moran, 77-95. Bristol: Intellect.
- Love, Heather K. 2009. „Emotional Rescue.“ In *Gay Shame*, von David Halperin und Valerie Traub, 256-276. Chicago: The University of Chicago Press.
- Maier, Tanja. 2010. „Das Alltägliche im Nichtalltäglichen. Geschlecht, Sexualität und Identität in "The L-Word".“ In *Alltag in den Medien - Medien im Alltag*, von Jutta Röser, Tanja Thomas und Corinna Peil, 104-118. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maier, Tanja. 2007. „Ganz normal anders? Normalisierungsstrategien in Serien.“ In *Sex/ismus und Medien*, von Kerstin Knopf und Monika Schneikart, 73-92. Herbolzheim: Centaurus-Verlag.
- . 2005. *Macht und Repräsentation. Feministische Perspektiven einer kritischen Fernsehwissenschaft*. Oldenburg: Dissertation an der Carl von Ossietzky Universität.
- Marchart, Oliver. 2008. *Cultural Studies*. Konstanz: UVK.
- Mast, Jelle. 2016. „Negotiating the ‘Real’ in ‘Reality Shows’. Production side discourses between deconstruction and reconstruction.“ *Media, Culture & Society (38/6)* 901–917.
- Mesquita, Sushila. 2008. „Heteronormativität und Sichtbarkeit.“ In *Heteronormativität und Homosexualitäten*, von Rainer Bartel, 129-147. Innsbruck: Studien Verlag.
- Meyen, Michael, Maria Löblich, Senta Pfaff-Rüdiger, und Claudia Riesmeyer. 2019. *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Mikos, Lothar. 2000. „Big Brother als performatives Realitätsfernsehen - Ein Fernsehformat im Kontext der Entwicklung des Unterhaltungsfernsehens.“ In *Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time*, von Frank Weber, 161-178. Münster: Lit-Verlag.
- . 2012. „Das Spiel mit der Realität. Darstellungsformen im Reality-TV.“ *TELEVISION*, 25. 01: 48-51.
- Mirellativegal. 2021. „YouTube.“ *Liebe auf den ersten Blick - Princess Charming Folge 1&2*. 06. 06. Zugriff am 15. 02 2022. [https://www.youtube.com/watch?v=Q4Wo8GXnD\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=Q4Wo8GXnD_Q).
- MISSY. 2022. „MISSY MAGAZIN für Pop, Politik und Feminismus.“ *Über uns*. Zugriff am 19. 03 2022. <https://missy-magazine.de/ueber-uns/>.
- MISSY-Magazin. 2021. „Missy Magazine Mediadaten 2021. Print und Online.“ Zugriff am 14. 03 2022. <https://missy-magazine.de/wp-content/uploads/2021/01/Mediadaten-2021-Missy-Magazine.pdf>.
- missy-magazine.de. 2021. „Missy 01/08.“ Zugriff am 20. 03 2022. <https://missy-magazine.de/archiv/missy-0108/>.
- . 2021. „Missy 01/08.“ Zugriff am 20. 03 2022. <https://missy-magazine.de/archiv/missy-0108/>.
- Murray, Susan, und Laurie Ouellette. 2009. *Reality TV: Remaking television culture*. London/New York: New York University Press.

- Nicodemus, Katja, und Peter Kümmel. 2021. „Outing im Schauspiel.“ *Zeit.de*. 11. 02. Zugriff am 10. 05 2022. <https://www.zeit.de/2021/07/outing-schauspiel-actout-sueddeutsche-homosexualitaet-lgbtq/komplettansicht>.
- Nolte, Paul. 2004. *Generation Reform: Jenseits der blockierten Republik*. München: Beck.
- NOW, TV. 2021. *Princess Charming*. Köln: RTL interactive 2021. Zugriff am 04. 01 2022. <https://www.tvnow.de/shows/princess-charming-19168>.
- Oesterle-Schwerin, Jutta. 1993. „Lesben - eine arme diskriminierte Minderheit? Zur gesellschaftlichen Situation von Lesben.“ In *Was haben Frauenbeauftragte mit Lesben zu tun?*, von Lesbenring e.V, 5-10. Ebersbach: Selbstverlag.
- Perincioli, Cristina. Datum unbekannt. „Hexenjagd.“ *feministberlin*. Zugriff am 01. 02 2022. <https://feministberlin.de/gewalt/hexenjagd-2/>.
- Philo, Greg. 2007. „Can Discourse Analysis Successfully Explain the Content of Media and Journalistic Practice?“ *Journalistic Studies* (8/2) 175-196.
- Ploderl, M., und R. Fartacek. 2009. „Childhood gender nonconformity and harassment as predictors of suicidality among gay, lesbian, bisexual, and heterosexual Austrians.“ *Arch Sex Behav* (38/3), 400-410.
- Prommer, Elisabeth, Julia Stüwe, und Juliane Wegner. 2020. „Geschlechterdarstellung und Diversität in Streaming- und SVOD-Angeboten. "Alles so schön bunt hier?".“ *Universität Rostock. MaLisa Stiftung*. <https://malisastiftung.org/studie-geschlechterdarstellungen-diversitaet-streaming-und-svod-serien/>.
- Prommer, Elisabeth, Julia Stüwe, und Luliane Wegner. 2021. „Sichtbarkeit und Vielfalt: Fortschrittstudie zur audiovisuellen Diversität.“ *Institut für Medienforschung, Universität Rostock*. Zugriff am 22. November 2021. <https://malisastiftung.org/fortschrittsstudie-audiovisuelle-diversitaet-ergebnisse-tv-deutschland/>.
- Prommer, Erlizabeth, und Christine Linke. 2017. „Audiovisuelle Diversität? Geschlechterdarstellungen in Film und Fernsehen. Audiovisuelle Diversität.“ *Institut für Medienforschung, Universität Rostock*. Zugriff am 15. November 2021. <https://malisastiftung.org/studie-audiovisuelle-diversitaet/>.
- Pullen, Christopher. 2004. „The Household, The Basement and The Real World. Gay identity in the constructed reality environment.“ In *Understanding Reality Television*, von Su Holmes und Deborah Jermyn, 211-232. London/New York: Routledge.
- Rützel, Anja. 2021. „Spiegel.de.“ „*Princess Charming*“ ist das wichtigste Trash-Format des Jahres. Zugriff am 09. 10 2021. <https://www.spiegel.de/kultur/tv/princess-charming-bei-tvnow-und-vox-das-wichtigste-trash-format-des-jahres-a-68d4cf6a-0002-0001-0000-000178402377>.
- Raabe, Johannes. 2013. „Zeitung.“ In *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*, von Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius und Otfried Jarren, 383-385. Wiesbaden: Springer VS.
- Reckwitz, Andreas. 2016. *Kreativität und Soziale Praxis Studien zur Sozial- und Gesellschaftstheorie*. Bielefeld: transcript.
- Reuters, Lena. 2021. „ZDFneo: Miniserie "Loving her" : Beziehungsbiografie.“ *Sueddeutsche.de*. 03. 07. Zugriff am 31. 01 2022. <https://www.sueddeutsche.de/medien/zdfneo-miniserie-loving-her-1.5339312>.
- RTL.de. 2021. *Diversität siegt: "Princess Charming" räumt beim "Deutschen Fernsehpreis" 2021 ab*. 16. 09. Zugriff am 04. 01 2022. <https://www.rtl.de/cms/diversitaet-siegt-princess-charming-raeumt-beim-deutschen-fernsehpreis-2021-ab-4832367.html>.
- . 2020. *Erst der Prince, jetzt eine Princess! Bisexuelle „Princess Charming“ sucht auf TVNOW bald die Frau oder den Mann fürs Leben*. Köln: RTL 2020. Zugriff am 07. 01 2022. <https://www.rtl.de/cms/bisexuelle-princess-charming-sucht-auf-tvnow-bald-die-frau-oder-den-mann-fuers-leben-4632751.html>.

- Süddeutsche Zeitung. 2011. „Zahlen, Daten, Fakten zur Süddeutschen Zeitung.“ In *Marktforschung, Stand August 2011*, von Süddeutsche Zeitung. München.
- Schaffer, Johanna. 2008. *Ambivalenzen der Sichtbarkeit*. Bielefeld: transcript.
- Schröder, Jens. 2016. *Marktdaten Medien Die populärsten Online-News-Angebote der Unter-30-Jährigen: N24, stern, Zeit und taz besonders stark*. 24. 03. Zugriff am 03. 05 2022. <https://meedia.de/2016/03/24/die-populaersten-online-news-angebote-der-unter-30-jaehrigen-n24-stern-zeit-und-taz-besonders-stark/>.
- . 2012a. *Publishing Analyse: der typische Süddeutsche.de-Leser*. 05. 12. Zugriff am 02. 05 2022. <https://meedia.de/2012/12/05/analyse-der-typische-sueddeutsche-de-leser/>.
- . 2012b. *Publishing. Analyse: der typische FAZ.net-Leser*. 19. 12. Zugriff am 02. 05 2022. <https://meedia.de/2012/12/19/analyse-der-typische-faz-net-leser/>.
- Schröder, Thomas. 2021. „Reality-TV und die Wirklichkeit. Überlegungen aus medienwissenschaftlicher Perspektive.“ In *Dokufiktionalität in Literatur und Medien*, von Agnes Bidmon und Christine Lubkoll, 207-224. Berlin; Boston: De Gruyter.
- Schurzmann-Leder, Lena. 2021. „Reality TV - Perspektiven auf ein populärkulturelles Genre.“ In *Körper, Leistung, Selbstdarstellung. Medienaneignung jugendlicher Zuschauerinnen von Germany's Next Topmodel*, 70-79. Bielefeld: transcript Verlag.
- Sedgwick, Eve Kosofsky. 2003. *Touching Feeling: Affect, Pedagogy, Performativity*. Durham: Duke University Press.
- Siniawski, Adalbert. 2009. *Schwul-lesbischer Journalismus in Deutschland*. Marburg.
- . 2009. *Schwul-lesbischer Journalismus in Deutschland*. Marburg: Tectum.
- Special Media SDL. 2021a. „L.MAG. Der Magazin für Lesben. Mediadaten 2021. Print & Online.“ Zugriff am 19. 03 2022. [https://cdn.siegessaule.de/documents/L-MAG\\_Mediadaten\\_2021\\_DE.pdf](https://cdn.siegessaule.de/documents/L-MAG_Mediadaten_2021_DE.pdf).
- . 2021b. „Mediadaten 2021. Siegessäule, L-Mag, Siegessäule Kompass, Siegessäule Gay Guide, Online, Events.“ Zugriff am 11. 04 2022. [https://cdn.siegessaule.de/documents/SDL\\_Mediadaten-DE\\_Web\\_2021.pdf](https://cdn.siegessaule.de/documents/SDL_Mediadaten-DE_Web_2021.pdf).
- Spotify. 2022. *Podcast Folgen Princess Charming*. 22. 02.
- Steele, C.M., und J. Aronson. 1995. „Stereotype threat and the intellectual test performance of African Americans.“ *Journal of Personality and Social Psychology* (69), 797-797.
- Stehling, Miriam. 2015. *Die Aneignung von Fernsehformaten im transkulturellen Vergleich. Eine Studie am Beispiel des Topmodel Formats*. Wiesbaden: Springer VS.
- SZ.de. 2021. „Süddeutsche Zeitung. Neueste Nachrichten seit 1945.“ Zugriff am 19. 03 2022. <https://www.sueddeutsche.de/projekte/artikel/verlag/75-jahre-sueddeutsche-zeitung-e178831/>.
- taz.de. 2021. „taz. die tageszeitung. Es begann in einem kalten Ladenlokal.“ Zugriff am 20. 03 2022. <https://taz.de/taz-Geschaeftsfuehrer-als-Zeitzeuge/!166546/>.
- Tesenfitz, Nina. 2021. „Manifest #ActOut.“ #ActOut. Zugriff am 10. 05 2022. <https://act-out.org>.
- Thiele, Martina. 2016. „Arm und (un-)sichtbar? Kritik stereotyper Fernseh-Vorführungen.“ In *Anerkennung und Sichtbarkeit. Perspektiven für eine kritische Medienkulturforchung*, von Tanja Thomas, Lina Brink, Elke Grittmann und Kaya de Wolff, 87-102. Bielefeld: transcript.
- . 2015. *Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes*. Bielefeld: transcript.
- Tomberger, Corinna. 2012. „Das Berliner Homosexuellen-Denkmal: Ein Denkmal für Schwule und Lesben?“ In *Homophobie und Devianz. Weibliche und männliche Homosexualität im Nationalsozialismus*, von Insa Eschebach, 187-207. Berlin.
- TVNOW. 2019. *Prince Charming Staffel 1*. Zugriff am 26. 01 2022. <https://www.tvnow.de/shows/prince-charming-17742/staffel-1>.
- . 2021. *Princess Charming. Staffel 1*. Zugriff am 27. 01 2022a. <https://www.tvnow.de/shows/princess-charming->

- 19168?gclid=Cj0KCQiAosmPBhCPARIsAHOen-Ned3UiyWglwNep9o6wyz2GuI8wYjTlzevZ5IJXdxr0ZWfeIyUXrf4aAijgEALw\_wcB.
- . 2021b. *Princess Charming. Staffel 1. Folge 1*. Zugriff am 17. 01 2022. <https://www.tvnow.de/shows/princess-charming-19168>.
- Ullrich, Peter. 2008. „Diskursanalyse, Diskursforschung, Diskurstheorie. Ein- und Überblick.“ In *Kritik mit Methode? Forschungsmethoden und Gesellschaftskritik*, von Ulrike Freikamp, Matthias Leanza, Janne Mende, Stefan Müller, Peter Ullrich und Heinz-Jürgen Voß, 19-32. Berlin: Karl Dietz Verlag.
- Ulrich, Wolf-Christian. 2021. „Umstrittenes Gesetz : "Eine Schande": EU geht gegen Ungarn vor.“ *zdf.de*. 23. 06. Zugriff am 10. 05 2022. <https://www.zdf.de/nachrichten/politik/ungarn-homosexuelle-gesetz-eu-kommission-100.html>.
- Vahsen, Mechthilde. 2008. „Wie alles begann. Frauen um 1800.“ *Bundeszentrale für politische Bildung*. Zugriff am 01. 02 2022. <https://www.bpb.de/gesellschaft/gender/frauenbewegung/35252/wie-alles-begann-frauen-um-1800>.
- van Dijk, Teun. 1993. „Principles of Critical Discourse Analysis.“ *Discourse & Society (4)* 249-283.
- von La Roche, Walther. 2013. *Einführung in den praktischen Journalismus*. Wiesbaden: Springer VS.
- WDR. 2021. „EM-Stadion in Regenbogenfarben? München will Zeichen gegen Homophobie setzen.“ *WDR.de*. 21. 06. Zugriff am 10. 05 2022. <https://www1.wdr.de/nachrichten/homophobie-fussball-em-regenbogen-100.html>.
- Wegener, Claudia. 1994. *Reality-TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information*. Opladen: Leske + Budrich.
- Winterhoff-Spurk, Peter, Veronika Heidinger, und Frank Schwab. 1994. *RealityTV. Formate und Inhalte eines neuen Programmgenres*. Saarbrücken: Logos.
- WWU Münster. 2019. „taz-Transformation aus Sicht der Leser\*innen und Nutzer\*innen.“ *ta.de*. Zugriff am 02. 05 2022. [https://download.taz.de/taz-Befragungen\\_2019.pdf](https://download.taz.de/taz-Befragungen_2019.pdf).

## 9 Abbildungsverzeichnis

<b>Abbildung 1</b> Titelbild Princess Charming mit Irina Schlauch (TVNOW, Princess Charming. Staffel 1 2021).....	10
<b>Abbildung 2</b> Thumbnails der YouTube-Kommentar-Formate zu Princess Charming von Annikazion und Mirellativegal (Screenshots) .....	19
<b>Abbildung 3</b> Vorkommen von LGB* in fiktionalen TV-Produktionen 2020 (Prommer, Stüwe und Wegner 2021).....	29
<b>Abbildung 4</b> Darstellung vielfältiger, sexueller Lebensentwürfe im Streaming-Bereich (Prommer, Stüwe und Wegner 2020).....	30
<b>Abbildung 5</b> Das Kategoriensystem.....	52
<b>Abbildung 6</b> Beispielbilder Süddeutsche Zeitung von 1945 und 2021 (SZ.de 2021) .....	57
<b>Abbildung 7</b> Beispielbilder Frankfurter Allgemeine Zeitung 1957 und 2019 (faz.de 2019)..	58
<b>Abbildung 8</b> Beispielbilder taz. die tageszeitung 1978 und 2018 (taz.de 2021) .....	58
<b>Abbildung 9</b> Auflagedaten zur Medienauswahl Tageszeitungen (Datengrundlage: IVW 2021a).....	59
<b>Abbildung 10</b> Wortwolke zu ersten Schlagworten in taz, FAZ und SZ in Bezug auf Princess Charming. Eigene Darstellung.....	62
<b>Abbildung 11</b> Wortwolke zu ersten Schlagworten in taz, FAZ und SZ in Bezug auf Reality TV. Eigene Darstellung.....	63
<b>Abbildung 12</b> Beispielbilder L.MAG 2003 und 2022 (l.mag.de 2022) .....	64
<b>Abbildung 13</b> Beispielbilder SIEGESSÄULE April 1984 und April 2022 (AHA Berlin 2015) .....	65
<b>Abbildung 14</b> Beispielbilder MISSY MAGAZINE 2008 und 2021 (missy-magazine.de, Missy 01/08 2021).....	66
<b>Abbildung 15</b> Auflagedaten zur Medienauswahl Communitypresse (Datengrundlage: MISSY-Magazine 2021; Special Media SDL 2021) .....	67
<b>Abbildung 16</b> Wortwolke zu ersten Schlagworten in L.MAG, MISSY MAGAZINE und SIEGESSÄULE zu Princess Charming. Eigene Darstellung.....	70
<b>Abbildung 17</b> Wortwolke zu ersten Schlagworten in L.MAG, MISSY MAGAZINE und SIEGESSÄULE zu Reality TV. Eigene Darstellung.....	70

## 10 Anhang

### 10.1 Tabellarische Übersicht über das Untersuchungsmaterial

Zeitung / Magazin	Erscheinungs- datum	Titel	Textsorte	Einbezogen in Fein- analyse (x=ja)
SZ (print)	20.07.2021	„Unter Prinzessinnen“	Rezension	x
SZ.de	20.07.2021	„Unter Prinzessinnen“	Rezension	(x) Dublette
Jetzt.de (SZ)	23.07.2021	„Querfrage: Lesben, wie findet ihr die Datingshow ‚Princess Charming?‘“	Kolumne	x
SZ.de	27.07.2021	„Demaskiert“	Rezension	
FAZ (print)	11.07.2021	„Zungenküsse und Champagner“	Rezension	x
FAZ.de	13.07.2021	„Zungenküsse und Champagner	Rezension	(x) Dublette
FAZ (print)	06.10.2021	„Zu wenig divers? Stu- die zu TV-Programm“	Nachricht	
taz (print)	14.05.2021	„Unisex: Unterdrückung als sanftes Ignorieren und Überschatten“	Kolumne	
taz.de	14.05.2021	„Ignorieren und Überschatten“	Kolumne	Dublette
taz.de	30.05.2021	„Die digitale Wanderdüne“	Interview	
taz.de	28.05.2021	„Das perfekte Gesprächsthema“	Kolumne	x
taz (print)	29.05.2021	„Liebeserklärung: Princess Charming	Kolumne	(x) Dublette

taz (print)	31.05.2021	„Von der versöderten Union, linker Recherche und dem Schulsystem als digitale Wanderdüne“	Interview	Dublette
taz.de	19.07.2021	„Wir haben Reality-TV revolutioniert“	Interview	x
taz (print)	20.07.2021	„Wir haben Reality-TV revolutioniert“	Interview	(x) Dublette
taz.de	30.07.2021	„Liebeserklärung: Wider den Beziehungskitsch“	Kolumne	x
taz (print)	31.07.2021	„Liebeserklärung: Princess Charming“	Kolumne	(x) Dublette
taz (print)	27.12.2021	„Jetzt mal ehrlich, 2021“	Jahresrückblick	
SS.de	01.06.2021	„Lesbisches Selbstbewusstsein im TV: ‚Princess Charming‘“	Rezension	x
SS (print)	Oktober 2021	„Kurz und bündig“	Nachricht	
SS (print)	November 2021	„Klatsch“	Nachricht	
MM.de	29.06.2021	„Princess Caring“	Rezension	x
L.MAG (print)	März / April 2021	„WIR BRAUCHEN LESBISCHEN TRASH“	Kolumne	x
L.MAG (print)	Mai / Juni 2021	„Coming Soon Filme+Serien“	Nachricht / Serien-Vorschau	
L.MAG.de	25.05.2021	„ ‚Princess Charming‘: So war die erste Folge“	Rezension / Folgenrückblick	
L.MAG.de	01.06.2021	„ ‚Princess Charming‘: Das war Folge 2“	Rezension / Folgenrückblick	
L.MAG.de	08.06.2021	„ ‚Princess Charming‘: Das war Folge 3“	Rezension / Folgenrückblick	

L.MAG.de	10.06.2021	„ , Princess Charming‘ Irina Schlauch: ‚Es war ein tolles Abenteuer für jede von uns‘“	Interview	x
L.MAG.de	15.06.2021	„ ,Princess Charming‘: Das war Folge 4“	Rezension / Folgenrückblick	
L.MAG.de	22.06.2021	„ ,Princess Charming‘: Das war Folge 5“	Rezension / Folgenrückblick	
L.MAG.de	29.06.2021	„ ,Princess Charming‘: Das war Folge 6“	Rezension / Folgenrückblick	
L.MAG.de	06.07.2021	„ ,Princess Charming‘: Das war Folge 7“	Rezension / Folgenrückblick	
L.MAG.de	13.07.2021	„ ,Princess Charming‘: Das war Folge 8“	Rezension / Folgenrückblick	
L.MAG.de	20.07.2021	„ ,Princess Charming‘: Das war das Finale“	Rezension / Folgenrückblick	
L.MAG (print)	September / Oktober 2021	„All we need is LESBI- SCHE SICHTBAR- KEIT“	Rezension	x
L.MAG.de	26.10.2021	„ ,Princess Charming‘ für Anfängerinnen und Fortgeschrittene“	Rezension	x
L.MAG (print)	November / Dezember 2021	„Reality Show mit Hal- tung“	Interview	x
L.MAG (print)	November / Dezember 2021	„Klatsch“	Nachricht	

## 10.2 Ausschnitt aus dem Untersuchungsmaterial

Im Folgenden findet sich ein Ausschnitt aus dem Untersuchungsmaterial. Dabei handelt es sich um diejenigen Presstexte, zu denen der öffentliche Zugang erschwert ist, da sie nur über die Leipziger Nationalbibliothek in Printform zugänglich sind. Diese wurden händisch abfotografiert, da das Einscannen der Dokumente untersagt war.

L-MAG Mai/Juni 2021, Film S. 64



L.MAG März/April 2021, Mainstream S.46-47



MAINSTREAM

„Wer Reality-Shows ganz allgemein für schlimmen Trash hält, wird wohl auch bei ‚Princess Charming‘ nicht einschalten“

## WIR BRAUCHEN LESBISCHEN TRASH

Wer Gleichstellung will, darf sich nicht nur die Rosinen rauspicken. Wir werden auch „Princess Charming“ ertragen müssen, denn wir wollen in jedem TV-Genre unterschiedliche queere Frauen sehen, fordert Klatsch-Kolumnistin Karin Schupp

46

L.MAG März/April 2021, Mainstream S.46-47



Flirts am Pool. Dinner im Kerzenschein. Geplänkel in der Kandidatinnen-Villa. Und: „Willst du diese Rose haben?“ So ähnlich wird die weltweit erste lesbische Datingshow „Princess Charming“ wohl aussehen, die die Mediengruppe RTL für ihren Streamingdienst TVNOW angekündigt hat. Das wird aber auch Zeit! Oder auch: Das haben wir nicht gemeint, als wir Gleichstellung forder-

tät! Tatsächlich ist man recht spät damit dran, nun auch Frauen auf die Suche nach der „passenden Princess an deiner Seite“ (so der Castingaufruf) zu schicken: der Kuppel-Klassiker „Der Bachelor“ startete bereits 2003. Aber im notorisch heterosexuellen deutschen Fernsehen dauert's halt immer ein bisschen länger. Zuerst war – wie so oft – die schwule Variante dran. Und der Grimme-Preis, mit dem „Prince Charming“ 2020 ausgezeichnet wurde, beweist, wie ungewöhnlich ein homosexuelles Format heute noch ist: für sein uraltes Konzept hat die Show den Preis sicher nicht gekriegt. Erst der Erfolg von „Prince Charming“ (Staffel drei ist in Arbeit) bereite die „Princess“ den Weg. Mit emanzipatorischen Zielen hat das wohl weniger zu tun als mit der klassischen Senderstrategie, ein funktionierendes Rezept so lange zu melken, bis niemand mehr zuschaut.

Aber so ganz ohne Männer konnte man sich das zunächst trotzdem nicht vorstellen: In der ersten Ankündigung im Oktober 2020 sollten noch „sowohl lesbische und bisexuelle Frauen als auch heterosexuelle Männer“ um eine bisexuelle „Prinzessin“ buhlen. Dieser Plan und die nachgeschobene Begründung, man habe halt „so divers wie möglich“ sein wollen, stießen (wenig überraschend) auf massive Kritik. Es spreche nichts gegen die Sichtbarmachung von Bisexuellen, sagte etwa Jenny Luca Renner, die für den Lesben- und Schwulenverband in Deutschland (LSVD) im ZDF-Fernsehrat sitzt, dem *Berliner Kurier*, aber: „Man hätte auch einfach 20 bisexuelle Frauen casten können.“ Ob es nun Einsicht war oder schlicht an Bewerbungen fehlte: RTL schwenkte im Dezember „auf vielfachen Wunsch von Publikum und Bewerbungskreis“ um und verspricht jetzt „ehrliche, große Gefühle allein unter Frauen“ und fragt: „Wie gehen die Ladys untereinander auf Tuchfühlung?

Wie daten Frauen, die auf Frauen stehen?“

TV-Vorbilder gibt's nur für die bisexuelle Männer-gegen-Frauen-Variante: In der US-Show „A Shot at Love with Tila Tequila“ (MTV, 2007/2008) hatte der damalige MySpace-Star Tila Tequila (die in Wirklichkeit hetero war, wie sie später zugab) die Wahl zwischen Lesben und Heteromännern, entschied sich in Staffel 1 für einen Mann und wurde in Staffel 2 von ihrer Auserwählten abgewiesen. Weniger trashig, aber auch weniger erfolgreich war die britische Datingshow „The Bi Life“ (2018), die neun bisexuelle Männer und Frauen in eine Villa einquartierte und schaute, was passierte. (Spoiler: Es fanden sich nur gleichgeschlechtliche Paare.)

Der Cast in solchen Formaten, ob nun hetero oder homo, ist typischerweise jung und entspricht der Mainstream-Ästhetik. Und so wird's der Produktionsfirma Seapoint (die auch „The Bachelor“ und „Prince Charming“ dreht) wohl auch in „Princess Charming“ kein Anliegen sein, das gesamte Spektrum lesbischer Vielfalt abzubilden. Der klassische Vorwurf, dass „so etwas ja doch nur für Heteromänner“ gedreht wird, stimmt zwar sicherlich nicht, aber im Massenmedium Fernsehen darf's halt nicht nur der kleinen lesbischen (und übrigens auch nicht homogenen) Zielgruppe gefallen.

Wer Reality-Shows ganz allgemein für schlimmen Trash mit verhaltensauffälligen Influencerinnen und tätowierten Muskelprotzen hält, wird wohl auch bei „Princess Charming“ nicht einschalten – und muss es ja auch nicht. Aber wer Gleichstellung will, darf sich nicht nur die Rosinen rauspicken, soll heißen: Wir werden auch lesbischen Trash aushalten müssen. Das gilt jedoch nur, wenn RTL & Co. hier nicht stehen bleiben oder gar – worst case – im Falle eines Flops von „Princess Charming“ zu dem Schluss kommen, dass lesbische Inhalte nicht gefragt sind. Wir wollen in jedem TV-Genre die unterschiedlichsten queeren Frauen sehen, und wir brauchen auch hinter den Kulissen definitiv mehr Lesben. Erst dann werden wir nicht mehr bei jeder stereotypen oder unschmeichelhaften Darstellung laut aufschreien. Deshalb, liebe Fernsehsender, lasst „Princess Charming“ bitte nur den Anfang machen!

L.MAG November/Dezember 2021, Fernsehen S. 54-57



L.MAG November/Dezember 2021, Fernsehen S. 54-57



## Reality Show mit Haltung

Ab Oktober läuft „Princess Charming“ im Free-TV. Die TV-Show feiert lesbische Liebe und die Vielfalt der sexuellen Identitäten. Die Kandidatinnen Bine und Johanna sprechen mit L-MAG über lesbische Sichtbarkeit und ihr Liebesleben als Fernsehpromis

Deutschlands erste lesbische Dating-Show zeigt, dass Reality-TV auch anders geht: ohne künstliches Drama, dafür mit jeder Menge Haltung. Natürlich wird auch bei „Princess Charming“ gedatet und geflirtet, was das Zeug hält. Kein Wunder also, dass die Sendung nicht nur in der queeren Community hohe Wellen schlägt, sondern auch beim Deutschen Fernsehpreis ausgezeichnet wurde. Ab 29. Oktober läuft sie im Free-TV auf VOX.

**L-MAG: „Princess Charming“ wird manchmal vorgeworfen, dass die Show nicht zu lesbischer Sichtbarkeit beiträgt, weil sie eh nur von Leuten in der Community gesehen wird. Was meint ihr dazu?**

**JOHANNA:** Sichtbarkeit kann auch entstehen, weil Leute, die sich vorher nicht getraut haben, sichtbar zu sein, in Erscheinung treten. Ich bekomme öfters Feedback, dass Leute mit ihrer Sexualität jetzt nicht mehr hinterm Berg halten. Wir müssen nicht unbedingt die Menschen erreichen, die damit nichts zu tun haben. Es geht hier auch darum, ein Format für uns zu machen.

**BINE:** Leute außerhalb der Community zu

erreichen, kann natürlich trotzdem unser Wunsch sein. Aber Johanna hat Recht, Menschen sollen sich mit uns identifizieren können. Das ist vor allem dann wichtig, wenn sie sonst wenige queere Vorbilder haben, zum Beispiel weil sie in dörflichen Gegenden wohnen. Mich schreiben sowohl 13-Jährige als auch Mitte-50-Jährige an. Diese Altersspanne abzudecken ist ungewöhnlich für eine Reality-Show. Außerdem bekomme ich oft Feedback von heterosexuellen cis Frauen, die schreiben, dass sie sich als Frau gut repräsentiert fühlen. Diese Sichtbarkeit kommt also noch *dazu!*

**Hat euch dieser lesbische Bildungsauftrag motiviert, an der Show teilzunehmen?**

**BINE:** Am Anfang dachte ich mir: „Ich find die Sendung toll, ich bin single. Warum nicht?“ Der Bildungsauftrag kam mit dem Bewusstsein, dass ich da wirklich dran teilnehme und damit was anstellen kann.

**JOHANNA:** Bei mir war es genau andersrum. In den Endrunden vom Bewerbungsprozess hatte ich das Gefühl, ich halte hier nur Vorträge über Medientheorie und Gender. Ich hab diesen Aufklärungsauftrag als Rechtfertigung gebraucht, da hinzugehen.

L.MAG November/Dezember 2021, Fernsehen S. 54-57



## FERNSEHEN

*Sind Shows wie „Bauer sucht Frau“ zum Schmei von gestern? Zum ersten Mal sucht ein deutsches Fernsehen eine Liebe nach einer Partnerin.*

**Vor der Kamera waren so viele queere Menschen zu sehen. Wie sah es hinter der Kamera aus?**

**BINE:** Die Kameramenschen waren im Großen und Ganzen männlich gelesene Personen. Wie es in der Produktion aussah, haben wir nicht richtig mitbekommen. In der Quarantäne haben uns mehr weiblich gelesene Personen betreut. Da war meine Erfahrung aber, dass es sehr wenig Sensibilität bezüglich Queersein gab.

**JOHANNA:** Die Interviews zwischendurch haben mehrheitlich Frauen geführt, ein Mann war dabei. Diese Gesprächssituationen entstehen je nachdem, was in der Villa passiert und nach einer Weile hat sich die Erkenntnis eingestellt, dass man bei manchen Themen besser eine Frau nimmt. Das war wichtig für den Safe Space in der Interviewsituation, sonst hätte das nicht so gut geklappt.

**Die Produktionsfirma scheint anders an die Show hergegangen zu sein als an gängige Reality-Formate. Zum Beispiel ist ein Konflikt in Folge eins aus dem Ruder gelaufen, wurde aber nicht gezeigt. Inwieweit habt ihr als Gruppe die Show zu dem gemacht, was sie ist?**

**BINE:** Wir werden häufig gefragt, wie viel von der Produktion geleitet war, aber das kam alles von uns. Wir waren einfach so ein krasser Cast. Und alles, was wir besprochen haben, entrand in einem völlig natürlichen Miteinander. Wir hatten aber das Glück, dass die Produktion uns eine Plattform gegeben und so viel von den Gesprächen gesendet hat. Sie haben anscheinend gemerkt, dass das, was wir da ansprechen, wichtig ist.

**JOHANNA:** Wenn man FLINTAS – also Frauen, Lesben, inter-, nichtbinäre, trans- und agender Menschen – in eine Villa zusammenpackt und sagt „Redet über was ihr wollt!“, dann stoppen wir halt nicht beim Lesbischsein, sondern gehen richtig ins Große. Das ist auch das Zauberhafte daran. Ich bin da rausgegangen mit so einer richtigen FLINTA-Liebe.

**Wie ging es euch kurz nach dem Dreh?**

**JOHANNA:** Ich bin da raus und es war so, wie ein ganzes Leben gelebt zu haben. Ich hatte das Gefühl, mich noch nie so radikal in so kurzer Zeit verändert zu haben. Bis zur Ausstrahlung folgte dann eine Zeit der Leere, wie das Grasbüschel, das im Wilden Westen rumfliegt. Niemand hat richtig verstanden, was da abgegangen ist, und ich wollte auch nicht

drüber reden. Ich hatte das Gefühl, je öfter ich drüber rede, desto mehr trampel ich das platt. Und ich will ja, dass das genauso bleibt. Die Wahrheit ist natürlich: Das geht nicht.

**BINE:** Ich hab vor der Ausstrahlung immer gedacht, ich muss erst mal wieder in der Realität ankommen. Damit ging es mir ziemlich schlecht, weil es halt nicht funktioniert hat. Irgendwann hab ich verstanden, dass es diese Realität einfach nie wieder geben wird. Als ich realisiert hab, dass die Sendung jetzt zu mir und meinem Leben gehört, ging es mir gut. Ich konnte mich darauf einlassen, dass die Show alles verändert hat und habe sehr viel Stärke und Selbstbewusstsein aus dieser Erfahrung gezogen.

**Seid ihr durch die Show Ansprechpartnerinnen für queere Menschen geworden?**

**BINE:** Definitiv. Es schreiben mir auch Eltern und erzählen, wie stolz sie auf ihre Kinder sind. Aber oft fragen mich Leute nach Rat! Es ist heavy mitzukriegen, wie Menschen leiden, denen es nicht so gut geht wie uns. Da zu helfen und Ansprechpartnerin zu sein ist krass, manchmal schwer, aber auch schön.

**JOHANNA:** Man tut ja unmittelbar was Gutes und kriegt auch so viel wieder. Das ist die

ultim  
Arbei  
noch  
hat d  
an a  
Hat  
bee  
bra  
Joh  
ein  
in  
ha

PHOTO: RITA

L.MAG November/Dezember 2021, Fernsehen S. 54-57

**„Wir waren einfach so ein krasser Cast“**

... alternative Belohnung, besser als alles, was Arbeit einem geben kann. Ich fang deswegen noch mal an, auf Lehramt zu studieren. Mir hat die Show vor Augen geführt, wie viel ich von anderen weitergeben kann.

**Hat die Show euer Verhältnis zum Dating beeinflusst? Habt ihr jetzt Bock darauf oder braucht ihr erst einmal eine Pause?**

JOHANNA: Ich bin direkt von „Princess“ in eine Beziehung rein und Daten ist jetzt erst in erster Linie gelehrt, Bock aufs Daten zu haben, aber nur wenn es passt. Also nicht zu

lang in Sachen heranzuhängen, wo man sich dreimal trifft und mega in der Friendzone ist. Bixi: Unmittelbar danach – damit meine ich vier Monate später – macht es mich eher vorsichtiger, gerade weil ich in der Öffentlichkeit wahrgenommen werde. Menschen denken vielleicht, sie kennen mich schon. Ich hab vorher auch nicht so viel gedatet, war da aber immer transparent. Und das werde ich beibehalten, weil ich gesehen habe, wie gut doch meine Kommunikation ist.

**Und was wünscht ihr euch für die zweite Staffel von „Princess Charming“?**

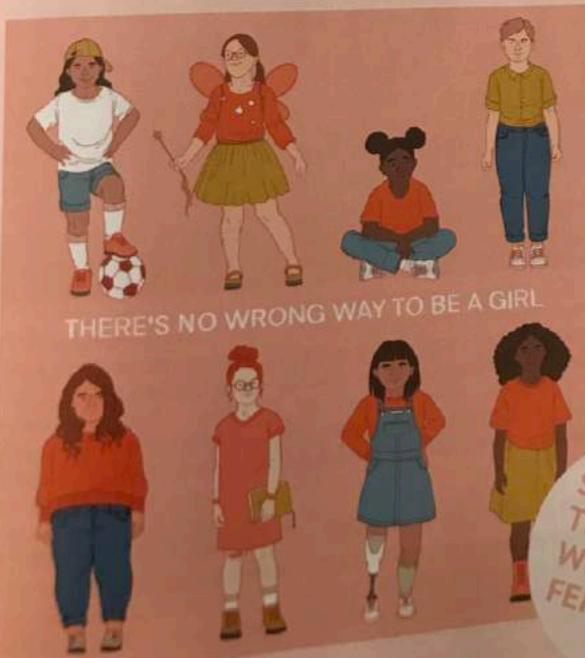
JOHANNA: Eine größere Diversität innerhalb des Casts, vielleicht auch weniger akademisierte Leute. Außerdem gab es ein paar patriarchale Erzählstrukturen, die dieses Mal beibehalten wurden. Zum Beispiel hat man Gea und Wiki als Einzige dabei gezeigt, wie sie die Aufklärungsarbeit leisten, obwohl wir es eigentlich alle gemacht haben. Es würde uns weiterbringen, wenn man da auch weiße

cis Frauen sieht. Sonst entsteht der Eindruck, dass sich die marginalisierten Gruppen selbst um Aufklärung kümmern müssen.

Bixi: Ja, Diversität in alle Richtungen, was Körperformen, Hautfarbe und Geschlecht angeht. Und was Johanna sagt, finde ich auch gut! Diese Aufklärungsarbeit wurde von allen geleistet und wenn man zeigt, dass wir zusammen dafür einstehen, ist es noch größer und noch überwältigender.

// Theresa Rodewald

„Princess Charming“, ab 29.10., 20.15 Uhr bei VOX als Free-TV-Premiere, in den Folge-wochen immer freitags ab 22.15 Uhr



**an.schläge  
abonnieren!**

**an.schläge**  
DAS FEMINISTISCHE MAGAZIN  
[www.anschlaege.at](http://www.anschlaege.at)

SAVE  
THE WORLD  
WITH  
FEMINISM

L.MAG November/Dezember 2021, Klatsch S. 81



Die US-Promi-Tanzshow „Dancing with the Stars“ hat in ihrer 30. (1) Staffel ihr erstes gleichgeschlechtliches Paar. Und anders als ihre Vorgängerinnen Kerstin Ott in „Let’s Dance“, Virginia Ernst in der österreichischen (Beide 2019) und Box-Olympiasiegerin Nicola Adams (2021) in der britischen Version, tanzt der Teenie-Star **JOJO SIWA [1, li.]** mit ihrer Profi-Partnerin **JENNA JOHNSON [1, re.]** ganz vorne mit. Die 18-jährige Siwa stand 2020 auf der *Time*-Liste der „100 einflussreichsten Menschen der Welt“ und outhete sich Anfang des Jahres bei ihren rund 33 Millionen *Tik Tok*-Fans als queer. **Irina Schlauch**, die Umworbene in „Princess Charming“ (*Vox*, ab 29. Oktober), tritt im Dezember im „Ninja Warrior Germany“-Promi

Special (*RTL*) an und ist Anfang 2022 in einer Folge der *ZDF*-Krimiserie „Soko Stuttgart“ zu sehen. Eine Karriere im Trash-TV ist am ehesten von Mitfavoritin **Elsa** zu erwarten. „Vielleicht ‚Kampf der Realitystars‘, da könnte ich mich sehen, mal so etwas anderes“, sagte die Berlinerin bei *Promiflash*. **Lou Schaaf**, die in der lesbischen Datingshow noch für die „Prinzessin“ schwärmte, ist mittlerweile mit der Fußballnationalspielerin **Sara Doorsoun** (VfL Wolfsburg) zusammen. In „Bauer sucht Frau“ (*RTL*, ab 1. November) sucht diesmal die patente **Pferdewirtin Lara [3]** ihre Traumfrau. Die 26-Jährige aus Schleswig-Holstein ist nach **Lena** (2013) erst die zweite lesbische Bäuerin in der trutschigsten aller Kuppelshows; eine weitere

Kandidatin hatte sich 2014 vor dem Dreh schon anderweitig verliebt. Comeback zum 20. Geburtstag: **t.A.T.u.** haben ihre Reunion für Frühling 2022 angekündigt. Das russische Pseudolesben-Duo, das mit dem Video zu ihrem Welthit „All The Things She Said“ etliche Coming-outs auslöste, hatte sich vor zehn Jahren im Streit getrennt. Die beiden könnten nicht unterschiedlicher sein. Während sich die Hetera **LENA KATINA [5, re.]** im homophoben Russland für LGBTQ\*-Rechte einsetzt, äußerte sich die bisexuelle **JULIA VOLKOVA [5, li.]** 2014 abfällig gegenüber Schwulen, im September kandidierte sie bei den Parlamentswahlen für die Putin-nahe Partei „Einiges Russland“ (scheiterte aber mit nur 990 Stimmen).

L-MAG September/Oktober 2021, Fernsehen S. 60-61



L.MAG September/Oktober 2021, Fernsehen S. 60-61

**Links:**  
21 paarungswillige Lesben: von  
superfeminin bis sportlich-butchtig,  
von Lockenpracht bis Glatzkopf

**Rechts oben:**  
Der erste Kuss: Elsa kommt „Princess  
Charming“ beim Einzeldate ganz nah

**Rechts unten:**  
Lesbische Vorbilder im Fernsehen:  
Elsa und Gea

hat“, ausgeräumt. Ja, so sehen wir (auch) aus: von superfeminin bis sportlich-butchtig, von Lockenpracht bis Glatzkopf. Und: erfrischend weniger angepasst als die norm schönen „Bachelor“-Kandidatinnen, die sich nicht trauen, in der abendlichen Ausscheidungsrunde auch mal Jeans und Sneakers statt Abendkleid und Highheels zu tragen.

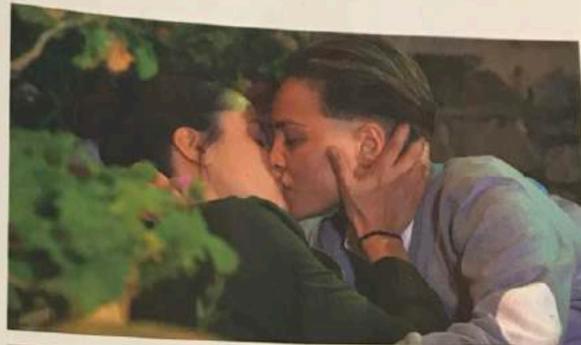
#### Orgasmus verstehen dank Cupcake

Entscheidender als die Optik ist aber, dass fast alle „Princess Charming“-Kandidat:innen (der Gender-Doppelpunkt steht für die nichtbinäre Gea) mit dem Anspruch anreisten, unsere Community anständig zu repräsentieren, und ein gewisses Sendungsbewusstsein mitbrachten, zum Beispiel: „die vielen bunten Farben des Regenbogens zeigen“ (Gea), „heteronormative Denkweisen auflösen“ (Elsa), „lesbische Vorbilder im Fernsehen bieten“ (Miri).

Statt auf Lästereien und Krawall, den sonst üblichen Zutaten, die das Genre zum Trash-TV verkommen ließen, setzten sie auf Zusammenhalt und schlossen Freundschaften, die über die Sendung hinaus andauern. Zur respektvollen Atmosphäre trug erfreulicherweise auch die Produktion bei, die auf aufgebauerte Dramen und Häme im Off-Kommentar verzichtete und zwei Frauen, die die Harmonie störten, umstandslos rauswarf.

Natürlich wird in „Princess Charming“ in erster Linie gefeiert, geflirtet und geküsst, aber ihren selbst gewählten Bildungsauftrag lösten die Kandidat:innen tatsächlich ein.

Allein der Anblick so vieler selbstbewusster, zufriedener Lesben wird für so manche Zuschauer:innen ein Aha-Moment gewesen sein. Aber es wurde auch über Themen



gesprächen, die im Privatfernsehen selten oder nie vorkommen: das Aussehen von Vulven, der politische Aspekt des Coming-outs, homophobe Eltern, den Vorwurf der Transfeindlichkeit von Lesben, (überraschend viel) über Heirat und Kinderwunsch und immer wieder lesbischen Sex – ohne jedoch eine Wichsvorlage für Heteromänner zu bieten. Die konnten stattdessen – dank Bines Erklärung des weiblichen Orgasmus mittels eines Cupcakes – einiges lernen!

#### Ab Herbst im Free-TV

All das wird im Herbst, wenn „Princess Charming“ bei Vox wiederholt wird, ein noch breiteres TV-Publikum erreichen. Und 2022 kommt Staffel zwei mit 21 weiteren paarungswilligen Lesben!

Man kann ein Konzept wie „Princess Charming“ nicht mögen, aber solange Homosexuelle immer noch häufig mit schwulen Männern gleichgesetzt und CSD-Demos als „Schwulenparaden“ bezeichnet werden, können wir nicht genug Formate haben, die Lesben sichtbar machen. Und so eine Sendung hat eine nicht zu unterschätzende politische Bedeutung – zumal in Zeiten, in denen in Polen „LGBT-freie Zonen“ eingerichtet, in Ungarn Darstellungen nicht-heterosexueller Identitäten verboten und Lesben auch hierzulande bepöbelt oder gar angegriffen werden. Hoffentlich kommen also noch viel mehr Sendungen dieser Art dazu, egal welchen Genres!

**Princess Charming, neun Folgen plus Wiedersehensfolge, bei TVNOW im Stream und im Herbst auf VOX im Free-TV**

Siegessäule Oktober 2021 NEWS, S. 17

schwulen  
bergärtner vom  
be-Blog „Unser  
arten“; Martin  
d Robert (v. l.)

ert und Mar-  
d berichten  
Stück Land  
ler machen

springen!  
n und be-  
Websta,  
naten ge-  
verei eine  
hat: „So  
in reines  
h darum,  
nd Nah-  
en.“ Und  
auch für  
st nicht  
anlagen  
n falsch.  
nd hoch  
las leis-  
0 Euro  
ro pro  
n „Ein  
elitä-  
Robert,  
oziale

nd das-  
Und  
auch  
amer  
von  
ekar

## Kurz und bündig

+++ Das **Berliner Register**, das rechtsextreme und diskriminierende Vorfälle dokumentiert, hat Anfang September seinen Jahresbericht für 2020 vorgelegt. Dabei wird auch zentral auf LGBTQ\*-Feindlichkeit eingegangen. 169 queerfeindliche Fälle wurden für 2020 in Berlin dokumentiert, im Jahr 2019 waren es 222. Im Vergleich zu anderen Motiven wie Rassismus und Antisemitismus sei der Anteil von brutalen Angriffen und Beleidigungen im öffentlichen Raum bei den registrierten LGBTQ\*-Fällen besonders hoch gewesen. Auch zeige die Auswertung, dass hauptsächlich Gewalt gegen Männer erfasst wurde. Zudem seien die Zahlen relativ niedrig. Dies sei vor allem auf das hohe Dunkelfeld, aber auch den zu geringen Bekanntheitsgrad des Berliner Registers zurückzuführen. Ziel sei es deshalb, Betroffene zu motivieren ihre Fälle bei den entsprechenden Anlaufstellen des Projekts zu melden. Infos unter [berliner-register.de](http://berliner-register.de)

+++ Mehrere Berliner Clubs haben Anfang September den **Code of Conduct** für eine nachhaltige Clubkultur unterzeichnet. Mit dabei sind u. a. das Schwuz und der Suicide Club. Der Code of Conduct ist eine freiwillige Selbstverpflichtung der Clubbetreiber\*innen umweltfreundlicher zu arbeiten. Dazu gehören u. a. eine Reduktion von CO2, Energiesparmaßnahmen oder auch die Nutzung von ausschließlich wiederverwendbarem Geschirr.

+++ Eine Aussage von CDU-Politiker und Kanzlerkandidat **Armin Laschet** zur Ehe für alle sorgte medial für Empörung. Laschet behauptete in der ZDF-Wahlsendung „Klartext, Herr Laschet“ vom 9. September, dass er 2017 bei der Abstimmung über die Ehe für alle im Bundestag dafür votiert hätte, sofern es ihm möglich gewesen wäre. Damals war er jedoch kein Mitglied des Bundestages. Allerdings hatte sich Laschet in Interviews zum damaligen Zeitpunkt noch deutlich gegen die Ehe für alle ausgesprochen. Unter dem Hashtag #LaschetLuegt hatten sich daraufhin zahlreiche Kritiker\*innen zu Wort gemeldet, mehrere große Nachrichtenmagazine berichteten. Laschet lenkte daraufhin ein und behauptete gegenüber dem *Tagesspiegel*, er hätte sich missverständlich ausgedrückt. Er meinte, dass er heute dafür stimmen würde. Wenige Tage später behauptete er allerdings erneut in einer Show auf *Pro Sieben*, als er von Kinderreporter\*innen interviewt wurde, dass er sich damals in Interviews nicht gegen die Ehe für alle ausgesprochen hätte.

+++ Am 16. September wurde der **Deutsche Fernsehpreis** vergeben. Unter den Nominierten sind u. a. die von der Kritik gefeierte lesbische TV-Datingshow „Princess Charming“ in der Kategorie „Beste Unterhaltung Reality“ und der Sechsteiler „Para – Wir sind King“ in der Kategorie „Beste Drama-Serie“. In „Para“ geht es um vier in Berlin-Wedding lebende Freund\*innen, von denen die von Jodel Mokonzi dargestellte Fanta lesbisch ist. Den Ehrenpreis der Stifter erhielt der schwule Entertainer Hape Kerkeling.

+++ Der **Völklinger Kreis e. V.** feiert in diesem Jahr seinen 30. Geburtstag. Der Bundesverband schwuler Führungskräfte wurde im September 1991 gegründet mit dem Ziel, ein diskriminierungsfreies Umfeld für schwule Manager, Unternehmer und Freiberufler zu schaffen. Anlässlich des Jubiläums fand Mitte September ein Online-Panel statt, bei dem über die Unterschiede der Karrieren von LGBTQ\* damals und heute gesprochen wurde.

NEWS 17

## LEO SPIK • BERLIN

Kunstversteigerungen  
gegründet 1919



Paul Wunderlich  
Minotaurus  
1977, H. 77,5 cm

679. Auktion  
30.9. - 2.10.2021  
Vorbesichtigung  
25. - 28.9.2021

[www.leo-spik.de](http://www.leo-spik.de)  
+49 30 883 61 70  
10707 Berlin  
Kurfürstendamm 66

PRIDE WEEKS LICHTENBERG

# Lesung mit Karen-Susan Fessel

## 8. Oktober 2021 19 Uhr

Die Autorin liest aus ihrem neuen Roman »In die Welt«  
Wo leben, wenn wir älter werden  
– und mit wem? Lesung und  
Diskussion in der alten Schmiede  
Anmeldung: [info@leslefam.de](mailto:info@leslefam.de)

alte schmiede  
Spittastr. 40  
10917 Berlin

[info@leslefam.de](mailto:info@leslefam.de)  
[www.leslefam.de](http://www.leslefam.de)

Lesben Lieben Familie  
LesLeFam  
lesberiebefamilie

Es gelten die aktuellen  
Regeln zum Infektions-  
schutz.



Bild: Gary Meadman/  
Umgebung

Siegessäule November 2021, Klatsch S. 50

50 KLATSCH



**Daniel Craig**



**Indya Moore**



**Miriam Bouaouina**



**Elliot Page**



FOTO: DORIS WILK/ALAMY

**Batwoman** ist lesbisch, **Harley Quinn** ist queer – und **Superman** ist bisexuell! Im neuen DC Comic „**Superman: Son of Kal-El**“ rettet neuerdings Clark Kents Sohn Jon Kent die Welt und kommt in Band 5 (ab 09.11.) mit dem Reporter Jay Nakamura zusammen. „Es wäre eine verpasste Gelegenheit gewesen, wenn ich Clark durch einen weiteren heterosexuellen Retter ersetzt hätte“, sagte Comic-Autor **Tom Taylor** vorab und versprach, dass Jay „eine viel aktivere Rolle in Jons Story spielen wird“ als seinerzeit Lois Lane für Jons Vater.

„Solange ich denken kann, gehe ich in Schwulenbars“, sagte **Daniel Craig** im schwulen Podcast „Lunch With Bruce“. „Ein Grund dafür ist, dass ich dort nicht so oft in Streit gerate ... weil mich dieses aggressive Dick Swinging in Heterobars nervt. Alle sind gechillt, es ist ein sehr sicherer Ort.“ Mit dem nächsten Satz jedoch ruinierte der frischgebackene 007-Rentner wieder alle Fantasien: „Und ich konnte dort Frauen kennenlernen, die aus demselben Grund wie ich da waren.“

Das russische Pseudolesben-Duo **t.A.T.u.** („All The Things She Said“) hat sein Comeback für Frühjahr 2022 angekündigt. Haben wir darauf gewartet? Während sich die Hetera **Lena Katina** in ihrer Heimat für LGBTQ\*-Rechte einsetzt, tat sich die bisexuelle **Julia Volkova** mit schwulenfeindlichen Bemerkungen hervor (gegen Lesben hat sie nichts) und kandidierte bei den Wahlen im September für die Putin-nahe Partei „Einiges Russland“ (bekam aber nur 919 Stimmen).

„Pose“-Star **Indya Moore** goes Blockbuster: In „**Aquaman 2**“ (Kinostart: Dezember 2022) wird die trans Schauspielerin die schurkische Rolle „**Karshon**“ alias „**The Shark**“ spielen.

Nach neun Jahren „kreativer Pause“ von **Peter Plate** und **AnNa R.** gibt's was Neues von **Rosenstolz**, wenn auch (noch) keine Musik: Die UFA produziert für den MDR und die ARD-Mediathek eine Dokumentation über das Popduo, einen Starttermin gibt's noch nicht.

„Ich war in der Villa wie im echten Leben“, sagte Ex-„**Princess Charming**“-Teilnehmerin und „Kandidatin der Herzen“ **Miriam Bouaouina** im Podcast „Busenfreundin“, „im Dating-Life“ sei sie normalerweise nur „einen Tick cooler“. Da die lesbische Kuppelshow (TVNOW/seit 29.10. bei Vox) schon im April gedreht wurde, ist es kein Spoiler, zu verraten, dass einige Kandidatinnen inzwischen (neu) liiert sind, darunter auch Miri (eine Kölner Influencerin soll die Glückliche sein), Elsa mit einer Tänzerin und Lou mit der Fußballerin **Sara Doorsoun** (VfL Wolfsburg).

Apropos Dating: **Elliot Page** („The Umbrella Academy“) wurde auf der Dating-App Raya, einer Art Promi-Tinder, gesichtet. Der Oscar-nominierte Schauspieler outete sich im vergangenen Dezember als trans und gilt seit der Trennung von seiner Frau **Emma Portner** im letzten Jahr als Single. Die Kritik, dass auf seinem Album „**Montero**“ kein Schwarzer Kollege zu hören ist, parierte **Lil Nas X** („Old Time Road“) auf Twitter knapp: „Vielleicht, weil die nicht mit mir arbeiten wollen.“ Einer aber schon: „Über dem Hip-Hop steht eine homophobe Wolke und er wird sie zerlegen. Meine Unterstützung hast du“, schrieb Kid Cudi in **Time** – dort steht der schwule Rapper in der Liste der „100 einflussreichsten Menschen 2021“ – und schlug einen gemeinsamen Song und ein „sexy Video“ vor.

Versteckt schwule Fußballer sollen sich mal nicht so anstellen, findet **Thomas Hitzlsperger**. „Das Gequatsche, man könne das als Spieler nicht riskieren, weil die Fans oder Sponsoren negativ reagieren könnten: Das ist nicht mehr zeitgemäß“, so der Ex-Fußballnationalspieler und Präsident des VfB-Stuttgart, der sich 2014 outete, in der **Augsburger Allgemeinen**. „Die Fans sind viel weiter.“ Das Leben ändere sich zwar „dramatisch“ aber: „Ich würde sagen: hauptsächlich positiv.“

Der Plan, sich mit Cannabisprodukten ein zweites Standbein aufzubauen, ist für Rockstar **Melissa Etheridge** noch nicht aufgegangen. Es sei einfach „schwer für kleine Marken wie unsere“, sagte die passionierte Kifferin, die im letzten Jahr „Etheridge Botanicals“ gründete, der Website **Celeb-Stoner**. Ihre Firma profitiere auch nicht von einem Promi-Bonus: „Wir verkaufen nicht mehr als andere. Aber wir halten durch!“

SEITE 50: DANIEL CRAIG: MARKUS SPANNSCHNEIDER/ALAMY; INDYA MOORE: JAMES HAMILTON/ALAMY; MIRIAM BOUAOUINA: JAMES HAMILTON/ALAMY; ELLIOT PAGE: JAMES HAMILTON/ALAMY

## **11 Eigenständigkeitserklärung**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Ort, Datum

Unterschrift