

# Inhalt

## I Wesen

Der Hohn macht die Musik. Die Inszenierung von Talentfreiheit in  
der Musikcastingshow „Deutschland sucht den Superstar“ ..... 15  
*Daniel Klug*

Training für die Wirklichkeit? Musikcastingshows zwischen  
Unterhaltung und Aneignung..... 37  
*Barbara Hornberger*

Mit Haut und Haaren der Inszenierung verkauft? Eine qualitative  
Befragung zur Selbst- und Fremdotszenierung der Kandidaten in  
deutschen Musikcastingshows ..... 53  
*Benedikt Spangardt & Anne Kleinfeld*

Die Jury zwischen Expertentum und Prominenz: Merkmale der  
Juroren von Musikcastingshows im internationalen Vergleich ..... 81  
*Elke Kronewald, Martin Lücke, Tobias List, Melissa Männle &  
Franziska Pace*

Erfolgsfaktor Identität – Ansatzpunkte der Markenbildung für  
Musikcastingshows ..... 107  
*André Gärisch*

## II      **Nutzung und Wirkung**

We Don't Need Another Hero – Eine Untersuchung von  
Rezeptionsmotiven für Musikcastingshows früher und heute..... 131  
*Janina Hottinger & Nicolas Ruth*

Wie geht Casting? Alltagstheorien der jungen Zielgruppe über die  
Funktionsweise von Musikcastingshows..... 153  
*Thorsten Naab & Christoph Klimmt*

The Voice of the Fans: Die Bewertung von „The Voice of Germany“  
in sozialen Medien – eine qualitative Inhaltsanalyse ..... 179  
*Andreas Fahr & Alexander Ort*

Gute Jury – Schlechte Jury: Der Einfluss parasozialer Interaktion zwischen  
Juroren und Zuschauern auf den Erfolg von Musikcastingshows..... 197  
*Jana Heins, Nicolas Ruth & Holger Schramm*

The Voice of the Music Industry. Zum Tonträgerabsatz als Funktion  
von Musikcastingshows. Welche Faktoren erklären das  
Kaufverhalten der Zuschauer? ..... 225  
*Holger Schramm, Nicolas Ruth & Benedikt Spangardt*

Erfahrungsbericht zweier Castingkandidaten – Interview mit Eva  
Croissant und Tobias Regner..... 251

**Autoren..... 265**