



Steffen Hallaschka: 'Wir werden so manches Klischee zerstören!' ('Wie tickt Deutschland?', Sa., 21.09., 20.15 Uhr)

Steffen Hallaschka: "Wir werden so manches Klischee zerstören!" ("Wie tickt Deutschland?", Sa., 21.09., 20.15 Uhr)
Am Samstagabend vor der Bundestagswahl, 21.09., 20.15 Uhr, stellt RTL die Frage "Wie tickt Deutschland?". In einem außergewöhnlichen Liveshow-Event prüft Moderator Steffen Hallaschka die Fernsehnation auf Herz und Nieren: Wie präsent sind Vorurteile in unserer Gesellschaft? Wie stehen die Zuschauer zum Thema Ehrlichkeit? Wovon haben sie Angst, was lieben sie? Und was würde unsere Bundeskanzlerin verdienen, wenn das Publikum darüber abstimmen dürfte? Die Zuschauer können das innovative Event-Format von zuhause aus interaktiv mitgestalten, indem sie sich bei RTL INSIDE (als App oder im Internet auf www.rtl.de) direkt ins Geschehen einklicken und damit Teil des großen Live-Experiments werden. "Wie tickt Deutschland?" ist Steffen Hallaschkas Show-Premiere am Samstagabend bei RTL und liefert journalistisch fundierte Unterhaltung mit hohem Nutz- und Informationswert, wie sie die Zuschauer bereits vom wöchentlichen Erfolgsformat "stern TV" kennen und schätzen.
Im Interview erklärt der Moderator das besondere Konzept der Event-Show und verrät, weshalb es für ihn wichtig ist, gesellschaftliche Diskussionen anzuregen:
(Das vollständige Interview finden Sie im RTL-Presszentrum: <http://kommunikation.rtl.de>)
1. Was erwartet die Zuschauer bei "Wie tickt Deutschland?"
Steffen Hallaschka: "Für den Samstagabend vor der Bundestagswahl haben wir uns eine große Event-Show vorgenommen: Wir wollen herausfinden, wie die Deutschen in ganz vielen Fragen des Lebens ticken. Während der Sendung können sich die Zuschauer live von zuhause aus beteiligen und unsere Fragen beantworten, die sich rund um alle Lebensbereiche drehen: Familie, Kriminalität, das Zusammenleben mit Ausländern und vieles mehr."
2. Wie repräsentativ sind die Umfragen, die in der Show vorkommen?
"Wir haben Fragen vom Meinungsforschungsinstitut "Forsa" ausarbeiten lassen und somit repräsentative Auswertungen über die Denkweisen der Deutschen zu bestimmten Themen. Die Auswertung von RTL INSIDE liefert zusätzlich das unmittelbare Meinungsbild der TV-Zuschauer zuhause."
3. Es wird in der Show auch Experimente geben. Wie kann man sich diese vorstellen?
"Wir testen zum Beispiel, wie hilfsbereit die Deutschen sind. Für dieses Experiment bin ich getarnt als Obdachloser in Hamburg auf die Straße gegangen und habe versucht, Geldspenden zu bekommen. Es gab ein sehr überraschendes Ergebnis, dass ich jetzt noch nicht verraten will, aber auch mein eigenes Vorurteil über die Hilfsbereitschaft der Deutschen ist über den Haufen geworfen worden."
4. "Wie tickt Deutschland?" läuft im Rahmen der Wahlberichterstattung und verbindet den klassischen Showcharakter mit einer spannenden Live-Studie. Sind eben diese journalistisch fundierten Inhalte der Mehrwert der Sendung?
"Für mich ist das Besondere an der Sendung, dass wir ein Portrait der Deutschen zeichnen und so ein aktuelles Meinungsbild bekommen werden. Vermutlich werden wir auch Überraschungen erleben, da so manches Klischee mit Sicherheit zerstört wird. Außerdem werden die Zuschauer zu Hause natürlich kräftig mitdiskutieren, weil jedes unserer Experimente zu der Frage einlädt: "Wie hätte ich mich eigentlich in der Situation verhalten?" - Das wird jede Menge Debatten-Stoff liefern und deswegen ist diese Show am Vorabend der Bundestagswahl auch perfekt platziert. Wir werden die Menschen noch einmal anregen, über das gesellschaftliche Zusammenleben nachzudenken. Am Ende der Sendung werden wir dann die "Sonntagsfrage" beantworten, denn wir wollen natürlich wissen, wie sich die Deutschen am Wahl-Sonntag voraussichtlich entscheiden werden."
5. An der konkreten Wahlentscheidung wird die Show aber wahrscheinlich nicht so viel verändern. Oder meinen Sie, dass man noch so manche Schalter umlegen kann?
"In der Sendung geht es nicht um Parteipolitik. Ich würde mich jedoch freuen, wenn die Leute am Samstagabend über das Abstimmen und auch über das Live-Voting per App so viel Freude an der Teilnahme und Diskussion zu gesellschaftlichen Themen bekommen, dass sie wie selbstverständlich am Sonntag auch ihr Wahlrecht wahrnehmen werden. Das ist einfach eines der Rechte, um die uns viele Menschen in der Welt beneiden - und das sollte man nicht achtlos wegwerfen."
6. Inwiefern haben Sie sich schon entschieden hinsichtlich der Wahlen?
"Ich habe mich insofern entschieden, dass ich besser die Briefwahl beantrage, weil ich nicht weiß, ob ich am Tag nach der Sendung rechtzeitig in meinem Wahlkreis zu Hause sein werde. Das ist die einzige Entscheidung, die bisher sicher gefallen ist!"
Das vollständige Interview sowie weitere Infos zu "Wie tickt Deutschland?" und Fotos vom Obdachlosen-Experiment sind im RTL-Presszentrum abrufbar: <http://kommunikation.rtl.de>
Rückfragen: Matthias Frey, RTL Kommunikation, Tel. 0221-4567 4223, matthias.frey@rtl.de


Pressekontakt

RTL Group

L-1543 Luxembourg

Firmenkontakt

RTL Group

L-1543 Luxembourg

RTL Group was born of the merger between CLT-UFA and Pearson TV in April 2000. CLT-UFA itself was created when the TV and radio group owned by Bertelsmann AG and the German newspaper group WAZ merged with the Belgian-Canadian Groupe Bruxelles Lambert (GBL). In July 2001, Bertelsmann became majority shareholder of RTL Group following a stock swap with GBL in which GBL changed its 30 percent stake in RTL Group against a 25 percent stake in Bertelsmann AG. In December 2001, Bertelsmann entered into an agreement with Pearson plc to acquire its 22 percent stake in RTL Group. Bertelsmann's interest in RTL Group is now 90.4 percent. The remaining 9.6 percent of RTL Group are publicly traded on the Brussels and Luxembourg stock exchanges. RTL Group operates in more than 40 countries. (a selection) Germany, France, Belgium, Luxembourg, Netherlands, Great Britain, Croatia, Hungary, Russia, Spain, Portugal, USA, Australia. RTL Group is Europe's leading commercial broadcaster with interests in 32 television channels and 31 radio stations in eleven countries and content production throughout the world.