

ATV unter Druck: Das Geschäft mit der Liebe vor einer Pause!

ATV pausiert die umstrittene Reality-Show „Das Geschäft mit der Liebe“ nach Kritik an sexistischen Inhalten und Qualitätsmängeln.



Kasachstan, Land - Das österreichische Reality-Format „Das Geschäft mit der Liebe“ von ATV ist seit vielen Jahren ein Quotenhit und hat in der vergangenen Saison etwa 172.000 Zuschauer pro Folge angezogen. In dieser elften Staffel suchen Männer nach ihren „Traumfrauen“ in Kasachstan und Thailand. Jüngst geriet die Sendung jedoch in die Kritik, insbesondere wegen einer umstrittenen Szene, in der eine stark betrunkene Frau von einem Mann getragen wird, nachdem dieser über sein Sexualverhalten gesprochen hat. Diese Darstellung führte zu einem Aufschrei und scharfer Kritik von verschiedenen politischen Vertretern, darunter die Vorsitzenden der SPÖ, ÖVP, Neos und Grünen, die den Inhalt als „sexistisch, rassistisch und frauenverachtend“ bezeichneten.

Die Kritiker argumentieren, dass Frauen in der Sendung wie Waren behandelt werden und dass Gewalt sowie Demütigungen normalisiert werden. Medienminister Babler hat angekündigt, die Inhalte der Sendung mit der ATV-Geschäftsführung zu besprechen, um die Vorwürfe näher zu betrachten. In Reaktion auf diese Kritik wies ATV die Vorwürfe zurück und erklärte, dass die fragliche Folge aufgrund versagender Qualitätskontrolle offline genommen werden musste. Um weitere Probleme zu vermeiden, soll eine erneute Qualitätskontrolle für die noch nicht ausgestrahlten Episoden erfolgen.

Kritik und Reaktionen

Aufgrund der anhaltenden Diskussion wird „Das Geschäft mit der Liebe“ am 26. März pausiert. ATV erklärte dazu, dass die fünfte Folge nicht den Kern des Formats widerspiegle, was einige der Zuschauer jedoch skeptisch betrachtet. Thomas Gruber, CEO von ProSiebenSat.1Puls4, sprach über die Notwendigkeit, eine Balance zwischen Unterhaltung und den ethischen Grenzen von Reality-TV-Formaten zu finden.

Diese Auseinandersetzungen zeigen einen größeren Trend innerhalb der Medienlandschaft, in der Gender Studies und Affect Studies das Verhältnis von Körpern, Emotionen und Affekten untersuchen. Reality-TV hat sich als zentrales Genre etabliert, in dem soziale Hierarchien und Machtverhältnisse sichtbar werden. Die Inszenierung von Emotionen wie Neid und Freude prägt den Diskurs in der Populärkultur und beeinflusst sowohl die Kandidat*innen als auch die Zuschauer*innen. **Affective Societies** befasst sich in diesem Kontext mit der Normierung und Optimierung von Körpern, die in einer affektiven Ökonomie betrachtet werden, in der Emotionen selbst zu Waren werden.

Die Diskussion um „Das Geschäft mit der Liebe“ ist daher nicht nur eine Kritik an einer spezifischen Sendung, sondern wirft auch grundlegende Fragen zu Geschlechterdarstellungen, Machtverhältnissen und der kommerziellen Ausbeutung von

Emotionen in den Medien auf. Die Ergebnisse solcher Analysen können individuelle Reaktionen der Zuschauer und die bessere Einordnung von Geschlechterdarstellungen in der Medienlandschaft fördern. **Kleine Zeitung** berichtet, dass die Auseinandersetzung um diese Thematik eine wesentliche Rolle für die zukünftige Entwicklung von Reality-TV-Formaten spielen könnte.

Details	
Vorfall	Sexualdelikte
Ort	Kasachstan, Land
Quellen	• www.kleinezeitung.at • affective-societies.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at