



Survivalist Mattin bricht in Tränen aus, Screenshot aus 7 vs. *Wild*, S1 E8 (Orig. i. Farbe)

DANIELA HOLZER

«SURVIVAL ENGINEERING»

Die Survival-Show «7 vs. Wild» als exemplarische Testsituation einer bedrohlichen Gegenwart

Kaum Nahrung, wenig Kleidung am Körper und nur ein paar Hilfsmittel in Händen: Es hat den Anschein, als wäre die Apokalypse hereingebrochen und die Welt dabei, unterzugehen. Insbesondere dürfte sich gerade die Welt von YouTuber «SurvivalMattin» auflösen: In der achten Folge der ersten Staffel der Survival-Show *7 vs. Wild*, zu sehen seit Dezember 2021 auf YouTube, beichtet der Kandidat unter Tränen in die Actioncam: «Schön ist die Natur, keine Frage, aber sie ist fucking einsam».¹ Die «apokalyptische Einsamkeit» zählt jedoch nur zu einem von vielen unbekannten Szenarien – beim «Überlebensfernsehen» haben sich Protagonist*innen sowie Publikum einer Vielzahl an Tests zu stellen.

Das spezifische Format fügt sich in ein größeres Bild ein: Unsere «Zukunft als Katastrophe», um mit Eva Horn zu sprechen, findet in den Medien ihren Ausdruck sowie ihre Verarbeitung.² So rekonstruiert die Kulturwissenschaftlerin, wie sich *survivalism* ab den 1980er Jahren von einem populären Outdoorsport hin zu einer permanenten Katastrophenübung wandelt – stets im Trainings- und Testmodus: *fit to survive*.³ Demgegenüber scheint es, als hätten wir es aktuell angesichts der Pandemie, des Krieges in der Ukraine und anderer Ausnahme-situationen mit einer noch radikaleren Form der Biopolitik zu tun. Denn wie die Protagonist*innen der Survival-Realityshow *7 vs. Wild* inszeniert vorführen, geht es augenscheinlich ums «einsame» und «nackte» Überleben. Konkreter formulieren es Noortje Marres und David Stark – sie sprechen von einer «neuen Soziologie des Testens».⁴ Den Soziolog*innen zufolge sind Prüfungen und Tests in sämtlichen Bereichen der Gesellschaft allgegenwärtig geworden. Sie werden routinemäßig als Form staatlicher Governance, im Zuge von Marketingmaßnahmen oder als Instrument für politische Interventionen eingesetzt, genauso, wie sie zur Selbstevaluation als alltägliche Praxis gehören.⁵

Unter Rückgriff auf Andrea Seiers mikropolitische Perspektive lässt sich in Bezug auf eine «Praxis der Übung» formulieren: Übungen und Tests, verstanden als beispielsweise Körper-, Wissens- oder Psychotechniken, stellen «Praxisformen dar, die zielgerichtet sind und eine Veränderung bewirken sollen».⁶ Wie

¹ Rettung in der Nacht, Regie: Fritz Meinecke, Erstausstrahlung 3.12.2021, S1 E8 von 7 vs. Wild, 2 Staffeln, 32 Episoden, Idee: Fritz Meinecke, DE/SE/PA 2021–2022. Hier zitiert nach YouTube-Upload der Episode, dort TC 00:41:17, hochgeladen von Account Fritz Meinecke, 3.12.2021, youtu.be/HzFzH4UNr6I (16.5.2023).

² Vgl. Eva Horn: Zukunft als Katastrophe, Frankfurt/M. 2014, 181–241.

³ Vgl. Jürgen Martschukat: The Age of Fitness. The Power of Ability in Recent American History, in: Rethinking History: The Journal of Theory and Practice, Bd. 23, Nr. 2, 2019, 157–174, doi.org/10.1080/13642529.2019.1607473.

⁴ Noortje Marres, David Stark: Put to the Test: For a New Sociology of Testing, in: The British Journal of Sociology, Bd. 71, Nr. 3, 2020, 423–443.

⁵ Vgl. Marres, Stark: Put to the Test, 423.

⁶ Andrea Seier: Mikropolitik der Medien, Berlin 2019, 42, 40.

Horn anhand von Eignungstests im Rahmen von Assessment-Centern ausführt, gehören «Test und Theater» – Survival-Shows ebenso als Überlebens- und Eignungstheater lesbar – zu zwei Machttechnologien, «die spezifische Verfahren der Wissenskstitution am Menschen entfalten».⁷ Der (Eignungs-)Test zielt auf die passgenaue Verortung des Menschen im System der Arbeit («the right man in the right place»), während das (Eignungs-)Theater an der «Virtualisierung von Identitäten», spricht an deren «endlose[r] Flexibilisierung» arbeitet.⁸ Marres und Stark schlagen noch eine andere Richtung ein: Sie erkennen die Herausforderung darin, dass das allgegenwärtige Testen die Beziehungen zwischen Wissenschaft, Technik und Gesellschaft verändert: «Engineering is today in the very stuff of where society happens.»⁹

Demzufolge besteht das Anliegen des vorliegenden Beitrags darin, unter Bezugnahme auf Überlebensshows die «new sociology of testing»¹⁰ um das aktuelle mediale Katastrophenbewusstsein zu erweitern und die neuen soziologischen Implikationen zu Testgesellschaften mit einer medienwissenschaftlichen Perspektive anzureichern. Indes richtet sich mein Blick, wie dies auch Marres und Stark vorschlagen, nicht darauf, was aus den Survival-Experimenten resultiert, sondern was Überlebens-tests (als «ecology of testing») erzeugen.¹¹ Denn *survivalists* oder Vertreter*innen verwandter Bewegungen wie die *prepper*-, *hunter*- oder die *bushcraft*-Community stellen nicht nur sich selbst permanent auf die Probe oder testen in kleinen Gruppen, wie sie in herausfordernden Umgebungen ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten verbessern können. Der Fokus meiner Forschungsperspektive richtet sich darauf, dass ich Survival-Shows als eine Art exemplarischen «Stresstest» betrachte, der für das reale soziale Leben vieler Menschen steht – das Soziale, so drücken es Marres und Stark aus, «is being put to the test».¹² Insbesondere lässt sich das «Survival-Experiment» mit dem ständigen Wandel der Umstände und ihrer Protagonist*innen als «Einübung in die Mentalität der Prekarität»¹³ lesen. Zugleich verändert das Survival-Test-Dispositiv die Rahmenbedingungen der Survival-Simulationen unaufhörlich, wie ich nachfolgend zeigen werde.

Vorausgeschickt werden kann jedoch, dass reichweitenstarke *survivalists* wie der oben erwähnte «SurvivalMatti» für die Verwischung der Grenzen zwischen der Testsituation und der Welt sorgen, auf die sich der Test beziehen soll.¹⁴ Was sich anschließen lässt, ist eine ambivalente These: Auf der einen Seite erfahren Gruppen wie *preppers* und *survivalists* bzw. die von ihnen propagierten Szenarien zunehmend gesellschaftliche Aufmerksamkeit. Auf der anderen Seite bleibt *survivalism* als periphere Disziplin des Neoliberalismus zu verorten, da diese soziale Bewegung als radikale Abkehr von hochtechnisierten Wohlstandsgesellschaften verstanden werden muss und programmatisch außerhalb eines funktionierenden gesellschaftlichen Gefüges an deren Rändern situiert ist. Doch auch wenn sich diese Bewegungen v. a. als ambivalent beschreiben lassen, sind *preppers*, *hunters* oder die *bushcraft*-Community und ihre «Praxis der Übung» eine aufschlussreiche Quelle, insofern sie die Janusköpfigkeit einer aktuellen Kunst des (Über-)Lebens verdeutlichen. Medien spielen dabei – etwa als

⁷ Eva Horn: Test und Theater. Zur Anthropologie der Eignung im 20. Jahrhundert, in: Ulrich Bröckling, Eva Horn (Hg.): *Anthropologie der Arbeit*, Tübingen 2002, 109–126, 124.

⁸ Ebd., 125.

⁹ Marres, Stark: Put to the Test, 425.

¹⁰ Ebd.

¹¹ Ebd. Weiter schreiben Marres und Stark: «[T]hat is, when one examines consequences less as what is resolved than by what is further generated – then research on testing cannot remain focused on a particular testing moment but must study whether and how any given test operates in an ecology of testings», ebd.

¹² Ebd.

¹³ Paolo Virno: *Grammatik der Multitude. Öffentlichkeit, Intellekt und Arbeit als Lebensformen. Die Engel und der General Intellect*, Wien 2005, 118f.; Oliver Marchart: *Die Prekarisierungsgesellschaft. Prekäre Proteste. Politik und Ökonomie im Zeichen der Prekarisierung*, Bielefeld 2013, 54.

¹⁴ Vgl. Marres, Stark: Put to the Test, 434.

perspektivenreicher und zugleich prekärer Intimus in 7 vs. *Wild* – eine bedeutende Rolle. Folglich untersucht dieser Beitrag, wie mit und in den Medien soziale Strukturen für ein prekäres Stadium getestet, propagiert und produziert werden. Zugleich haben wir es aber mit einer Verzerrung zu tun: Die Protagonist*innen richten die Actioncam nicht nur ständig auf sich selbst – für die Informationstechnologie gerät v.a. das Publikum in den Fokus. Nicht nur angesichts dessen schreibe ich dem portablen Kameraauge besondere Bedeutung zu, wie ich im Folgenden demonstrieren werde. Es ist bekannt, dass die Plattform YouTube soziale Interaktionen mittels Likes, Klicks, Kommentaren, Belohnungen etc. fördert und damit den Rahmen für die Einbindung sozialer Praktiken in die kapitalistische Logik schafft. Allerdings haben Google bzw. Alphabet oder Facebook bzw. Meta, wie Shoshana Zuboff in *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus* verdeutlicht,¹⁵ wenig Interesse an den Individuen an sich (was jedoch nicht bedeutet, dass die Methoden der Tech-Giganten nicht individualisierend sind). Vielmehr liegt nach Zuboff die Strategie <sozialer> Netzwerke darin, mittels großer gebündelter Datenmengen das Verhalten von Menschen zu modifizieren, als dass sie sich für die Verfolgung individueller Spuren interessieren. Marres und Stark verfolgen eine ähnliche Überlegung, wenn sie erklären, dass Google, Microsoft, Airbnb etc. ihre Tests nicht im sozialen Umfeld durchführen, sondern das soziale Umfeld selbst das Testobjekt darstellt.¹⁶

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Survival-Realityshow 7 vs. *Wild* somit als Gegenstand dient, um das *survivalism*- bzw. Test-Dispositiv näher auszuleuchten, da diese reichweitenstarke YouTube-Show zeigt, dass es sich bei solchen Belastungsproben nicht nur um spielerische Challenges einzelner Menschen handelt, die trainieren, wie sie sich am besten in der Natur fit halten, sondern das Experiment umfasst auch das Publikum, das im sensorischen Erfassen und im Modellieren von Verhaltensmodifikationen erforscht wird. Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich vorrangig mit den allgemein-gesellschaftlichen Implikationen der *survivalism*-Formate. Allerdings wird die bereits intensiv getestete Informationstechnologie in Bezug auf Publikumsanalysen meiner Auffassung nach zukünftig einen großen Einfluss auf YouTube- und andere Streaming-Formate ausüben und vice versa, worauf ich später noch einmal zu sprechen komme. Festzuhalten bleibt aber, dass sich daraus weitere spannende zu untersuchende Aspekte ergeben, die über die vorgenommene Untersuchung hinausweisen.

Vom «camera hunting» zur Actioncam

Bei 7 vs. *Wild* handelt es sich um eine Realityshow des Webvideoproduzenten Fritz Meinecke für seinen Kanal auf dem Videoportal YouTube. Das Testprogramm: sieben Teilnehmer*innen, sieben Kleidungs- und Ausrüstungsgegenstände, sieben Tage allein in der Wildnis. Als <Dokumentationstool>, sprich als Tool für die Inszenierung der Nicht-Inszenierung, wird die Actioncam, genauer die GoPro¹⁷ verwendet, weil sie unkompliziert durch die *survivalists* selbst

¹⁵ Shoshana Zuboff: *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*, Frankfurt / M., New York 2018.

¹⁶ Vgl. Marres, Stark: *Put to the Test*, 423.

¹⁷ Markenname eines US-amerikanischen Herstellers von Action-Camcordern.

¹⁸ Winfried Gerling: «Verdammt nah dran». Die GoPro als Companion Technology, in: *AugenBlick. Konstanzer Hefte zur Medienwissenschaft*, Bd. 85: *Automatisierte Zuwendung. Affektive Medien – Sensible Medien – Fürsorgende Medien*, Marburg 2022, 37–44, hier 41 f., alle Herv. i. Orig.

¹⁹ Vgl. ebd.

²⁰ In Anlehnung an: Hito Steyerl: *Jenseits der Repräsentation / Beyond Representation*, Köln 2016, 17.

²¹ Vgl. Joe P. L. Davidson: *Life Can Be a Little Bit Fluffy: Survival Television, Neoliberalism, and the Ambiguous Utopia of Self-preservation*, in: *Television & New Media*, Bd. 21, Nr. 5, 2019, 475–492, hier 480.

²² Vgl. etwa die Studien von Gregg Mitman: *Reel Nature: America's Romance with Wildlife on Film*, Cambridge (MA) 1999; Cynthia Chris: *Watching Wildlife*, Minneapolis 2006.

²³ Ebd.

²⁴ Tatsächlich gelingt Steve Irwin diese Übung nicht, denn er stirbt bei Unterwasseraufnahmen an dem Gift eines Stachelrochens.

²⁵ Zuboff hält fest, dass Technologiekonzerne wie Google bzw. Alphabet bereits in der Vergangenheit Datenschutzverletzungen vorgenommen haben, indem sie z. B. Fähigkeiten des Webcrawlers (Programm zum Aufspüren von Informationen im Web) mit neuen Life-Crawling-Operationen kombinierten, um das Verhalten von Personen zu erfassen, zu antizipieren und auch zu verändern. Sie beschreibt dies folgendermaßen: «Verhaltensüberschuss, online wie offline, sei es der Inhalt Ihrer E-Mails, Ihr Aufenthaltsort gestern Nachmittag, was Sie gesagt oder getan haben, Ihre Befindlichkeit – alles wird zu Vorhersageprodukten kombiniert, in denen jeder Aspekt Ihrer Alltagsrealität zum Freiwild wird.» Zuboff: *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*, 297.

²⁶ Reality mining basiert auf den Daten, die von Sensoren in Mobiltelefonen, Sicherheitskameras, RFID-Lesegeräten etc. erfasst werden. Sie alle ermöglichen die Messung physischer und sozialer Aktivitäten der Gerätenuutzer*innen.

bedient werden kann. Außerdem erlaubt die besondere Perspektive der Actioncam dem YouTube-Publikum ein «*Verdammt-nah-dran-Sein*» bzw. ein Gefühl des «*Dort-Seins (being there)*» und durch die mediale Übertragung ein «*Mit-dabei-Sein (being with)*».¹⁸ Die Beschaffenheit der GoPro ermöglicht noch weitere Betrachtungswinkel und Inszenierungskniffe wie etwa, den Blick der Nutzer*in zu simulieren (POV), eine *first-person*- oder *third-person*-Perspektive herzustellen oder am Stick als Selfie-Kamera zu fungieren.¹⁹ Im Mittelpunkt steht dabei nicht die Produktion eines penibel arrangierten, «reichen» Bildes wie bei der herkömmlichen Filmkamera. Stattdessen wird v. a. eine Situation präsentiert, die eine gegenteilige Ästhetik erfordert, die als «armes Bild»²⁰ von Prekarität zeugt und diese durch beschlagene, matte oder getrübbte Kameralinsen verdeutlicht. Demzufolge bringen die Risiken, denen sich die *survivalists* stellen, für sie keine große Belohnung in Form eines «reichen» ästhetischen Bildes. Die Trophäe, die sie erringen, liegt vielmehr in der Erfahrung ihres (Über-)Lebens.

Medienhistorisch nimmt das Sammeln visueller Trophäen als Praxis – oder die Verflechtung des visuellen Bildes mit dem überlebensorientierten Subjekt – als *camera hunting* ihren Ausgangspunkt bereits im späten 19. Jahrhundert, wie der Soziologe Joe P. L. Davidson wissen lässt. Im damaligen Interesse stand die Praxis, Tiere mit einer Kamera und mit einem Gewehr zu «erlegen». Die fotografischen Bilder dienten als Nachweis der Sportlichkeit, des Könnens und der Macht.²¹ Diese damals gefährliche Praxis prägte auch die Naturkinematografie: Filmemacher*innen als Held*innen in der Wildnis.²² Derartige sensationslüsterne Mediendarstellungen nahmen in den 1930er Jahren ab, selbst wenn beispielsweise Jacques-Yves Cousteau in den 1960er Jahren mit seinen Tauchgängen auf der Suche nach einem bestimmten Tier ähnliche Inszenierungen betrieb. In den 1990er Jahren gewann das Thema z. B. durch die Serie *The Crocodile Hunter* (Animal Planet, AUS/US 1996–2004) erneut an Popularität.²³ Im Gegensatz zu herkömmlichen Tierdokumentationen begibt sich der Dokumentarfilmer Steve Irwin in ständige Gefahr, um das Interesse des Publikums zu wecken, wenn er demonstriert, wie ihm die Übung «Mensch gegen wilde Natur» gelingt.²⁴ Im Übrigen zeigt sich auch in *7 vs. Wild* die Tradition der Naturdokumentationen bis heute – wenn auch der*die «Gejagte» menschlicher Natur ist und das Publikum vor den Screens zum «Freiwild» wird.²⁵

Vor einigen Jahren hat sich die Technologiebranche auf das Beobachten von Menschen unter dem Schlagwort *reality mining* spezialisiert²⁶ – Daten, die der Wissenschaft zur Verfügung stehen und von ihr genützt werden, wie Marres und Stark betonen.²⁷ Ein Teilbereich der Forschung nutzt die Echtzeiterfassung von Routineverhalten zur Untersuchung zwischenmenschlicher Interaktionen wie *emotion recognition*²⁸, ein Gebiet der Machine-Learning-Systeme, bei dem allgemein von Künstlicher Intelligenz (KI) gesprochen wird. So hat u. a. Zoom mit der Entwicklung einer KI-Technologie (Zoom IQ) begonnen, die Gesichter und Sprache von Nutzer*innen in Echtzeit scannen kann, um deren Emotionen zu ermitteln.²⁹ Ebenso stellte der Konzern Disney Research im Juli

2017 auf einer Konferenz ein neues Verfahren namens Factorized Variational Autoencoders (FVAEs) vor. Dahinter verbirgt sich ein Deep-Learning-System, das darauf trainiert wird, komplexe Publikumsreaktionen zu erfassen und Gesichtsausdrücke für *modeling audience reactions to movies* zu bewerten.³⁰ Auch das Unternehmen Affectiva ist beim *entertainment content testing* behilflich: «Affectiva Emotion AI gives you the ability to decode both audience reaction and the characters within the content.»³¹ Wie Zuboff befürchtet, sieht Affectivas CEO Rana el Kaliouby «zum Beispiel YouTube die Gesichter seiner Nutzer scannen, während sie sich dort Videos ansehen».³² Gekoppelt mit Likes, Klicks, dem geliebten Smartphone – sprich GPS-Einwahlpunkten – und vielem mehr liefern diese Daten die Empirie: nämlich das emotionale Profil von Menschen.

Survival-TV als Genre und «social experiment»

Aufgrund der Vielfältigkeit von *survivalism* ist es schwierig, konkrete Definitionen vorzunehmen, wie bereits die vielen beteiligten Gruppen deutlich machen – seien es *survivalists*, *preppers*, *hunters*, die *bushcraft*-Community, *preppers* für SHTF (*shit hits the fan*), Überlebende im sogenannten TEOTWAWKI (*the end of the world as we know it*) usw. Historisch betrachtet kann der Kalte Krieg als dominierende Desasterübung und Hintergrund für die Entstehung der Bewegungen gelten, doch wurde in den 1980er Jahren die lokale Katastrophe zu einem globalen Szenario ausgeweitet: zum *nuclear winter*.³³ Im Vergleich zu dem damals noch relativ kleinen Katalog an Verstrahlungs- und Vergiftungskatastrophen haben die heutigen Überlebens-Websites und Survival-Ratgeber ein fast unüberschaubares Spektrum an Bedrohungen im Blick.³⁴ Zugleich wurde der Rückzug aus der Urbanität in die Natur propagiert. So gaben beispielsweise die US-amerikanischen Survival-Pionier*innen Don und Barbie Stephens in ihrer 1976 veröffentlichten *The Survivor's Primer & Up-dated Retreater's Bibliography* an, wie ein sicherer Rückzugsplatz außerhalb der Urbanität aussehen könne, da alle im Katastrophenfall schleunigst aus der Stadt fliehen sollten, oder wie Horn anmerkt: «Katastrophenschutz wird zum Lebensstil.»³⁵ Als deutschsprachiges Pendant zu den Stephens gilt Survival-Experte Rüdiger Nehberg aka «Sir Vival», der sich medienwirksam über mehrere Monate auf sich allein gestellt und ohne Ausrüstung durch Regenwald, Wüste und Dschungel kämpfte.³⁶

Die diffuse Lage heutiger Katastrophenszenarien macht die Formen der Vorbereitung komplexer. Demnach sprechen *survivalists* nicht mehr «nur» von *preparedness* (Vorbereitetsein),³⁷ sondern von Resilienz (Widerstandsfähigkeit). John Robb, Militär- und Unternehmensberater, geht noch weiter mit seinem Motto: «Don't just survive, thrive (Nicht bloß überleben, gedeihen!).»³⁸ Grundsätzlich verbinden *survivalists* mit ihrer Überzeugung hinsichtlich der Art und Weise der Katastrophe nicht selten entsprechende Praktiken.³⁹ Grobe definitorische Unterscheidungen sind kurz skizziert folgende: Vertreter*innen der *bushcraft*-Community wollen aus ihrem Alltag herauskommen und Abenteuer

²⁷ Anonyme Echtzeit-Standortdaten von Smartphones werden für minutengenaue Verkehrsberichte genutzt, Marres, Stark: Put to the Test, 436.

²⁸ Emotionale KI (*affective computing*) erkennt, interpretiert und simuliert menschliche Emotionen. Der Teilbereich Facial Emotion Recognition (FER) konzentriert sich auf die Erkennung von Emotionen mithilfe von Gesichtsausdrücken.

²⁹ Vgl. Theresa Larkin: Zoom IQ für den Vertrieb – Gesprächsanalyse für Vertriebsteams [Artikel auf Zoom Unternehmensblog], 13.4.2022, blog.zoom.us/de/zoom-iq-for-sales/ (8.5.2023).

³⁰ Vgl. Zhiwei Deng u. a.: Factorized Variational Autoencoders for Modeling Audience Reactions to Movies, in: 2017 IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR), 9.11.2017, 6014–6023, doi.org/10.1109/CVPR.2017.637.

³¹ O.A.: Affectiva Media Analytics for Entertainment Content Testing [Produktbeschreibung auf Firmenwebsite Affectiva], ohne Datum, affectiva.com/product/affectiva-media-analytics-for-entertainment-content-testing (8.5.2023).

³² Zuboff: Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus, 331.

³³ Vgl. Horn: Zukunft als Katastrophe, 149–187.

³⁴ Ein satirisches Beispiel liefert die US-amerikanische Animationsserie *South Park* (1997–laufend). Die titelgebende Stadt wird fast täglich von vielfältigen Katastrophen heimgesucht.

³⁵ Horn: Zukunft als Katastrophe, 185.

³⁶ Rüdiger Nehberg verstarb 2020.

³⁷ Die *preparedness*-Hypothese (eine Modellvorstellung des Psychologen Martin E. Seligman) basiert darauf, dass Menschen angeblich auf evolutionär prädisponierte Reize, konkret auf Situationen und Objekte, die potenzielle Gefahren darstellen, mit Angst reagieren, vgl. Martin E. Seligman: On the Generality of the Laws of Learning, in: *Psychological Review*, Bd. 77, Nr. 5, 1970, 406–418.

³⁸ Horn: Zukunft als Katastrophe, 187.

³⁹ Vgl. ebd., 181 f.

erleben, beim Survival werden Fertigkeiten eingeübt, um eine gewisse Zeit in der Natur zu überleben, aber auch wieder nach Hause zu kommen. Die Challenge der *prepper-boyscouts* ist es, *to be prepared* – also vorbereitet und in ständiger Alarmbereitschaft zu sein.⁴⁰ Die *prepper-boyscout*- bzw. Survival-Community räumt jedoch ein, dass klare Grenzen kaum gezogen werden können. Mit anderen Worten: In der Vielfalt der Ausprägungen von *survivalism* und deren medialer Repräsentation variiert stark, was für *preppers* oder *survivalists* eine Krise darstellt, und zwar entlang eines Spektrums an Überzeugungen und Praktiken. Die Bandbreite reicht von kurzfristigen persönlichen Krisen bis hin zum längerfristigen Zusammenbruch der Gesellschaft.⁴¹ Gruppen wie die *preppers*, *survivalists* oder die *bushcraft*-Community reagieren darauf mit einer Reihe von Praktiken wie dem Überprüfen von Vorräten, der Beschaffung und vor allem Testung von Ausrüstungsgegenständen, dem Erlernen neuer Fähigkeiten oder der Steigerung von körperlicher Fitness.⁴² In diesen vielfältigen Praktiken offenbart sich in besonderer Art und Weise eine «ecology of testing».⁴³

Im Übrigen gilt hinsichtlich der Kategorisierung dasselbe für Reality-TV oder Realityshows, die sich aufgrund ihrer «Hybridisierung» und als «Genrefamilie» ebenso wenig leicht einteilen lassen – nonchalant ausgedrückt: Reality-TV ist womöglich ein einziges großes Sozialexperiment, das sich auf das Beobachten von *microcosmic communities* und Machtstrukturen in den Beziehungen zwischen den Individuen spezialisiert hat.⁴⁴ Viel eindeutiger lässt sich festhalten, dass sich *survivalism* als ein Dispositiv darstellt, das mit seinen Praktiken der Visualisierung, Verbreitung, aber auch mit seinen Relationen zwischen Expert*innen und Lai*innen unterschiedliche Wissensfelder sowie Ordnungsmuster, divergierende Verhaltensoptionen u. v. m. in Gang setzt und eine Antwort auf eine bestimmte gesellschaftliche Problemlage ist.⁴⁵ Die «Grundidee der späteren Survival-Bewegungen»⁴⁶ verortet Horn bereits in den 1970er und 1980er Jahren: verpackt als Set von Tipps und Hinweisen, eine Problem- bzw. Experimentierlage, die mit ihrem Schlagwort «vom Netz gehen» (*off the grid*) aktueller nicht sein könnte. Konkret bedeutet das, nicht mehr von staatlichen Infrastrukturen wie dem Stromnetz abhängig sein zu müssen. Schließlich ist für die Survival-Bewegungen klar, dass im Katastrophenfall weder modernen Technologien noch dem Staat oder der Wirtschaft vertraut werden kann. In Anbetracht der aktuellen Lage kann das nicht mehr nur als Fantasie eines «Einbruchs des Realen»⁴⁷ betrachtet werden: Zu befürchten ist, dass aufgrund von Energiekrise, Krieg, Inflation etc. immer mehr auf eine «Massenverarmung» zugesteuert wird – was als existenzbedrohendes Szenario Wirkung zeigen dürfte.

Daseinsexperimente

Die viel diskutierte Annahme, dass Survival-Fernsehen nur eine «primitive» Form der Männlichkeit ausstellt, ist in der Forschung umstritten.⁴⁸ Im Fall von 7 vs. *Wild* werden sicherlich «primitive» Männlichkeitsmotive wie «Rückkehr zur

⁴⁰ Vgl. ebd.

⁴¹ Vgl. Kezia Barker: How to Survive the End of the Future: Preppers, Pathology, and the Everyday Crisis of Insecurity, in: *Transactions of the Institute of British Geographers*, Bd. 45, Nr. 2, 2020, 483–496, hier 484, doi.org/10.1111/tran.12362.

⁴² Vgl. ebd.

⁴³ Vgl. Marres, Stark: Put to the Test, 437.

⁴⁴ Vgl. Elisabeth Klaus, Stephanie Lücke: Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap, in: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, Bd. 51, Nr. 2, 2003, 195–212, hier 196, doi.org/10.5771/1615-634X-2003-2-195.

⁴⁵ Zu einer mikropolitischen Perspektive auf die gouvernementalen Funktionen von Fernsehen und Reality-TV vgl. Seier: Mikropolitik der Medien, 53–54.

⁴⁶ Horn: Zukunft als Katastrophe, 185.

⁴⁷ Vgl. Slavoj Žižek: Welcome to the Desert of the Real. Five Essays on September 11 and Related Dates, London 2002, 12–14.

⁴⁸ Davidson: Life Can Be a Little Bit Fluffy, 477.

Natur» und «individuelle Unabhängigkeit» betont⁴⁹ – schon weil in der ersten Staffel ausschließlich *weiße* Männer als Kandidaten antraten. Indem sich *survivalists* in die «wilde» Natur begeben oder «zur Natur zurückkehren», betreiben sie eine Art «Befreiungsübung», die auch als symbolische Abkehr von der häuslichen Sphäre und einer vermeintlich «feminisierten» modernen «Zivilisation» erscheint. Doch schon Mitte des 19. Jahrhunderts gab es ähnliche Lebensexperimente. Henry David Thoreau etwa, früher Klassiker des amerikanischen Nature Writing, verbrachte zwei Jahre, zwei Monate und zwei Tage in einer Hütte, die er selbst auf einem Grundstück am Ufer des Walden Pond gebaut hatte. 1854 erschien sein Buch *Walden*, das als direkter Ausdruck seines Lebensexperiments gilt. Anders als beim *survivalism* ging es weder beim Selbstexperiment noch beim Text «daraus, in der Wildnis zu überleben, sondern das Wilde als eine geistige Haltung zu entdecken».⁵⁰ Der Rückzug in die Wildnis war für Thoreau eine programmatische Empfehlung, das Modellprogramm eines einfachen Lebens. Letztendlich wird Thoreau zur Kultfigur und seine Hütte zum Sehnsuchtsort, eine Trope, die heutzutage mit Schlagwörtern wie Achtsamkeit und Entschleunigung verbunden wird.⁵¹ In der experimentell-prekären Lage, die allerdings *7 vs. Wild* anvisiert, beinhaltet jede Szene Aktivität und steht damit dem «erschöpften Selbst» oder dem «Wellness-Wohlfühlprogramm» gegenüber.⁵²

Besonders auffällig ist die Affinität zur Selbstkontrolle und -optimierung als neoliberales Prinzip. Die Körper der *survivalists* sind auf die effektivste Ausnutzung ihrer Kräfte getrimmt, wobei der Eindruck erweckt wird, nur «echte», hart an sich selbst arbeitende Männer kämen mit den Entbehrungen, Gefahren, Demütigungen und Prüfungen zurecht. Dementsprechend lässt *7 vs. Wild* durchaus Vergleiche mit *Deutschland sucht den Superstar* (RTL, DE 2002–laufend), *Popstars* (ProSieben, DE 2006–laufend) oder *Germany's Next Topmodel* (ProSieben, DE 2006–laufend) zu – Sendungen, die sich im Sinne des *life improvement* als Programm von Vorher-/Nachher-Verwandlungen sogenannter Makeover-Shows zur Selbstverbesserung und Selbsttransformation lesen lassen.⁵³ Es gibt jedoch einen großen Unterschied: Die Empowermentstrategien richten sich bei *7 vs. Wild* didaktisch weniger an die Teilnehmenden selbst, sondern werden von Meinecke und den anderen Survival-Expert*innen, die als eine Art Survival-Motivations-Mediator*innen fungieren, direkt den Zuschauenden vorgeführt. Durch Inszenierungen wie diese kristallisiert sich heraus, dass sich das Testen aus dem Survival-Labor in die Gesellschaft verlagert hat.

Aus der Feder des Survival-Königs

Obwohl US-amerikanische, britische und deutsche TV-Sender zahlreiche Sendungen zum Überlebensthema ausstrahlten – wie etwa *Naked and Marooned with Ed Stafford* (Discovery Channel, UK 2013), *Called to the Wild* (National Geographic, USA 2020), *100 Days Wild* (Discovery Channel, USA 2020), *Naked and Afraid: Alone* (Discovery Channel, USA 2020), *Jenke Über Leben* (RTL, DE

⁴⁹ Vgl. Uta Fenske: *Mannsbilder. Eine geschlechterhistorische Betrachtung von Hollywoodfilmen 1946–1960*, Bielefeld 2015, 313.

⁵⁰ Caroline Rosenthal: *Modell des einfachen Lebens. Henry David Thoreaus Walden*, in: Stefan Matuschek, Sandra Kerschbaumer (Hg.): *Romantik erkennen – Modelle finden*, Paderborn 2019, 169–186, hier 170.

⁵¹ Vgl. ebd., 186.

⁵² Alain Ehrenberg: *Das erschöpfte Selbst. Depression und Gesellschaft in der Gegenwart*, Frankfurt/M. 2015; Stefanie Duttweiler: «Stellen Sie sich ihr persönliches Wohlfühlprogramm zusammen!» *Wellness zwischen Ethik und Ästhetik*, in: Jens Elberfeld, Marcus Otto (Hg.): *Das schöne Selbst. Zur Genealogie des modernen Subjekts zwischen Ethik und Ästhetik*, Bielefeld 2009, 401–420, doi.org/10.1515/9783839411773-013, Prekarität verstehen Vassilis Tsianos und Dimitris Papadopoulos als eine verkörperte Erfahrung, die sich z. B. durch Hyperaktivität – den Imperativ, sich ständig verfügbar zu halten – oder auf Gleichzeitigkeit – die Fähigkeit, zur selben Zeit verschiedene Geschwindigkeiten und Rhythmen multipler Aktivitäten zu bewältigen – auszeichnet, vgl. Vassilis Tsianos, Dimitris Papadopoulos: *Prekarität: eine wilde Reise ins Herz des verkörperten Kapitalismus. Oder: wer hat Angst vor der immateriellen Arbeit?*, in: *transversal.at*, 10.2006, transversal.at/transversal/1106/tsianos-papadopoulos/de (8.5.2023).

⁵³ Vgl. Seier: *Mikropolitik der Medien*, 53–54, 83–84.

2018), *SOS: How to Survive* (The Weather Channel, USA 2019), *Ruf der Wildnis* (Spiegel TV Wissen, DE 2019) und *Wild Island – Das pure Überleben* (ProSieben, DE 2015) –, hat Fernsehen weder auf «soziale Experimente» noch auf «Endzeit» ein Monopol. Zudem sind Survival-Expert*innen wie Ed Stafford, Bear Grylls oder Rüdiger Nehberg nicht die Einzigen, die sich im Modus des Überlebensexperimentes mit Subjektivierungsweisen wie Selbstkontrolle, -rationalisierung und -ökonomisierung auseinandersetzen und diese propagieren. Auch am Beispiel haupt- oder nebenberuflicher YouTube-Vlogger*innen, die das Genre maßgeblich mit definieren und gestalten, lässt sich der gegenwärtige *survivalism* gut untersuchen. Generell ist unter den Schlagwörtern «survival», «bushcraft» etc. auf YouTube nicht weniger Bewegtbild-Content als im «klassischen» Fernsehen zu finden – eine Vielzahl an Videos zeigt dem Publikum, wie Überlebensexpert*innen mit wenigen Tools und unterschiedlichsten Fertigkeiten fast alle Herausforderungen meistern können. Doch im Vergleich zur Szene der US-amerikanischen Survival-, *bushcraft*- und *prepper*-Influencer*innen ist die Szene im deutschsprachigen Raum noch recht überschaubar; zumindest einflussreiche Outdoor-Abenteurer*innen gibt es nur wenige. Zu diesen zählt der schon genannte Survival-König Fritz Meinecke.⁵⁴ Bekannt wurde er durch seine Urban-Survival-YouTube-Videos und im Speziellen durch auch im Fernsehen übertragene spektakuläre Aktionen wie etwa eine Reise nach Tschernobyl zusammen mit dem Komiker und Moderator Wigald Boning im Rahmen der Lost-Places-Dokumentation *Wigald & Fritz – Die Geschichtsjäger* im History Channel. Meineckes Abenteuer sind dabei kein Selbstzweck, sondern werden von ihm sehr professionell in verschiedenen Medien vermarktet, von Social Media über eigens entwickelte Survival-Realityshow-Konzepte bis hin zu Ratgebern.⁵⁵

7 vs. *Wild* stellte mit bis zu durchschnittlich 6,5 Millionen Views pro Folge in der ersten Staffel einen Überraschungserfolg im Genre dar.⁵⁶ Millionen Menschen sahen also dabei zu, wie 7 vs. *Wild* das Experimentierfeld des bloßen Überlebens mit besonderer Schärfe ausleuchtete. Insgesamt generierte bereits die erste Staffel nicht nur auf privaten Blogs, Gaming-Seiten und innerhalb der Survival-Community eine hohe Aufmerksamkeit, sondern die Show war auch Thema in Magazinen und Zeitungen, etwa im *Spiegel* oder in der *taz*.⁵⁷ Anders als bei Unterhaltungssendungen wie etwa dem *Dschungelcamp – Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* (RTL, DE 2004–laufend) sind Meineckes Kandidat*innen völlig auf sich allein gestellt. Das heißt, dass keine Kamerteams, Techniker*innen, Redakteur*innen, Sicherheitsmitarbeiter*innen etc. die *survivalists* begleiten. Es gibt keine Regieanweisungen, die künstlich Spannung erzeugen; das Spiel dreht sich um das blanke Überleben, verspricht Meinecke.⁵⁸ Anders als etwa bei Scripted Reality oder Pseudo-Dokumentationen behauptet 7 vs. *Wild*, über eine echte Fallhöhe zu verfügen – unter angemessenen Sicherheitsbedingungen. Die Teilnehmenden gehen ein Risiko ein, das sich als «real-inszeniert» bezeichnen lässt. Entsprechend filmen sich die Survival-Profis während der gesamten Challenge ausnahmslos selbst, müssen

⁵⁴ Vgl. Torben Lux: Survival-König Fritz Meinecke über 7 vs. Wild, TV-Jobs und das Geschäftsmodell Abenteurer, in: OMR, 12.1.2022, omr.com/de/daily/fritz-meinecke-7-vs-wild-omr-podcast (23.7.2022).

⁵⁵ Vgl. Fritz Meinecke: Der Abenteurer. Alles, was man über Outdoor wissen muss, Hamburg 2017, 18.

⁵⁶ 16 Folgen der 1. Staffel generierten gesamt rund 12 Millionen Aufrufe, hier zitiert nach YouTube-Upload, hochgeladen von Fritz Meinecke, youtube.com/playlist?list=PLPyDYqNkPa364y3LyawL8jBTd2Ald2G, 7 vs. Wild, zuletzt am 29.12.2021, (25.6.2023), vgl. Hendrik Busch: 1000 Mal härter als das Dschungelcamp. Was ihr über 7 vs. Wild Staffel 2 wissen müsst, in: Moviepilot, 21.6.2022, moviepilot.de/news/1000-mal-haerter-als-das-dschungelcamp-was-ihr-ueber-7-vs-wild-staffel-2-wissen-muesst-1137003 (23.7.2022).

⁵⁷ Vgl. Philipp Laage: Outdoor-Trend: Zeltest du noch oder machst du schon Bush Crafting?, in: Spiegel Reise, 20.4.2022, headtopics.com/de/zeltest-du-noch-oder-machst-du-schon-bush-crafting-25775222 (23.7.2022); Anna Meyer-Oldenburg: Survival-Show «7 vs. Wild» auf Youtube. Wild gewordene Männer, in: taz, 9.3.2022, taz.de/Survival-Show-7-vs-Wild-auf-Youtube/!5836647 (23.7.2022).

⁵⁸ Vgl. o. A.: «7 vs. Wild» – alle Infos zur zweiten Staffel der extremen Survivalshow, in: rnd RedaktionsNetzwerk Deutschland, 19.7.2022, rnd.de/medien/7-vs-wild-staffel-2-gewinner-und-aktueller-punktestand-alle-infos-zur-show-EBUCJLRNDBFVNDZYTzU3MGLEY.html (23.7.2022).

sich ohne Hilfe in der Wildnis durchschlagen und bei Unfällen auch selbst zu helfen wissen. Nur ein Anruf mit dem GPS-fähigen Notfall-Smartphone z. B. aufgrund von Unterernährung, Unterkühlung, mentalen Schwierigkeiten oder einer schweren Verletzung beendet die Übung; dann tritt ein Helfsteam auf den Plan, um den*die Teilnehmende*n «rauszuholen» und zu versorgen. Für die Erstversorgung steht den Kandidat*innen ein SOS-Kit zur Verfügung, das mit einer Plombe versehen ist, um den Gebrauch verifizieren zu können, allerdings gibt es bei Benutzung Punkteabzug. Die restliche Ausstattung ist minimal: Für sieben Tage in der Wildnis dürfen die sieben Kandidat*innen abgesehen vom Kamera-Set – bestehend aus zwei Actioncams, Akkus, Befestigungsmöglichkeiten, Ladegeräten, Powerbanks, Speicherkarten und einer Stirnlampe – nur sieben Gegenstände mitbringen. Zur technischen Grundausrüstung kommen Beutel hinzu, die Tageschallenges sowie die Maßbänder, Stoppuhren, Stifte oder ähnliche Tools enthalten, um die eigene Leistung zu messen – ganz im Sinne der bereits erwähnten gouvernementalen Tendenz zur Selbstvermessung.⁵⁹ Diese Gegenstände dürfen aber keinesfalls zweckentfremdet werden und sind für andere Aktionen tabu – so die Regeln der Show. Die sieben Objekte, mit denen sich die Kandidat*innen zutrauen, eine Woche in Schweden zuzubringen, können vor Beginn der Show von einer Liste mit 50 Gegenständen ausgewählt werden.⁶⁰ Es zeigt sich, dass fast alles von den *survivalists* getestet wird – seien es die persönlichen Fähigkeiten, das eigene Fachwissen, die physische oder psychische Verfasstheit, die Vegetation Schwedens, das Kamera-Equipment oder andere persönliche Ausstattung, Schlafplätze und Behausungen, der Verzehr von Essbarem bzw. Ungenießbarem oder Notnahrung; sogar der eigene Stuhlgang wird genau geprüft und vor laufender Kamera und später mit den YouTube-Fans gemeinsam analysiert.⁶¹

Indem die *survivalists* Gegenstände und Umgebungen testen sowie Grenzen von Lebbarkeiten ausloten und als beteiligte Akteur*innen mit der Kamera und ihrer Community beim gemeinsamen Analysegespräch ihre Praktiken, ihre Werkzeuge, ihren Erfahrungsschatz und vieles mehr in und mithilfe der Plattform YouTube monitoren, verändern und erweitern sie die Rahmenbedingungen des Survival-Experiments medial. Obendrein reichern sie die Testbedingungen mit neuem Wissen, Versuchen, Testläufen, Wagnissen an und binden sie in Form von weiteren experimentellen Bestätigungen wie *Super-Chat*, *Super-Sticker* und *Super Thanks* an das Publikum.⁶² Kurzum: Die experimentierenden, probierenden und übenden Vorgehensweisen sind ganz im Sinne der Vorstellung von *YouTube as Test Society*⁶³ – einer performativen Praxis, die Oliver Marchart folgendermaßen beschreibt: «Prekarität ist also nicht einfach ein das Subjekt von außen ereilendes Schicksal: Auch Prekarität will gelernt, erprobt und eingeübt sein.»⁶⁴ Anzumerken ist, dass die von den *survivalists* gewählten Gegenstände nicht selten mit einem Werbedeal einhergehen, da ein Plot darin besteht, Werkzeuge auf ihre Verlässlichkeit, Flexibilität und Langlebigkeit zu testen. Im Praxistest stellt sich jedoch oft heraus, dass das Kit die Ansprüche

⁵⁹ In Anlehnung an die Gouvernementalitätsforschung bzw. an eine Mikropolitik der Medien ist die Konstituierung des modernen Selbst auf eine «Praxis der Übung» angewiesen. Dieses einzuübende Selbstverhältnis ist von Medientechniken abhängig. Technische Apparaturen wie Self-Tracking-Apps, Maßbänder und Stoppuhren ermöglichen Praktiken der Selbstführung, die im starken Maße mit Messwerten und Statistiken koinsidiert. Vgl. Seier: *Mikropolitik der Medien*, 39–56, Thorben Mämecke: *Die Statistik des Selbst – Zur Gouvernementalität der (Selbst)Verdichtung*, in: Stefan Selke (Hg.): *Lifelogging. Digitale Selbstvermessung und Lebensprotokollierung zwischen disruptiver Technologie und kulturellem Wandel*, Wiesbaden 2016, 97–125, 102.

⁶⁰ Bloß ein Kandidat der ersten Staffel entschied sich für nur zwei Objekte: Messer und Feuerstahl. Die restlichen sechs Survival-Profis wählten Schlafsack, Planen oder Kochgeschirr, Angel-Set, Messer, Paracords o. Ä.

⁶¹ Die intimen Beziehungen in der Gesellschaft betreffend heben Marres und Stark die Auswirkungen von Tests hervor: «Today, tests by scientists and engineers are purposefully designed to extract and deploy intimate information to deliberately act on populations and intervene in society.» Marres, Stark: *Put to the Test*, 433.

⁶² *Super-Chat*, *Super-Sticker* und *Super Thanks* sind Fan-Finanzierungssysteme, die es dem Publikum ermöglichen, z. B. während Livestreams die YouTube-Creator*innen finanziell zu unterstützen.

⁶³ Vgl. die Beschreibung eines Workshops mit dem Titel *YouTube as Test Society* an der Uni Siegen: www.mediacoop.uni-siegen.de/en/events/workshop-youtube-as-test-society (16.5.2023).

⁶⁴ Marchart: *Die Prekarisierungsgesellschaft*, 54.

der Anwender*innen nicht erfüllt. Besonders erfahrene Survival- oder *bushcraft*-Fans wie Meinecke erweitern ihr Survival-Kit beliebig oder tauschen einzelne Bestandteile aus. Dabei ist die Veränderung von Testbedingungen immanent.

Ferner kommen alle Protagonist*innen der Show aus dem Survival-Bereich und zählen in der Regel auch zu den Abenteuerer-Freund*innen von Meinecke, die beispielsweise beim *urban exploring* (kurz *urbex*) verlassene Gebäude und Gegenstände aufsuchen – ganz nach dem Motto «Take nothing but pictures, leave nothing but footprints». Dennoch sind die Teilnehmenden in ihren Praktiken und Selbstzuschreibungen sehr unterschiedlich und reichen von Überlebenskünstler*innen bis zu Outdoor-Ausrüstungs-Junkies. Doch bei allen Unterschieden haben die Protagonist*innen eines gemeinsam: Sie sind nicht nur mit den Praktiken des «Überlebens» und mit den oben aufgezählten und als authentisch-essenziell geframten medialen Artefakten, sondern als reichweitenstarke Content-Profis auch mit den technisch-apparativen und ästhetisch-diskursiven Bedingungen, sprich mit der gesamten medialen Struktur von YouTube-Content, bestens vertraut. Anders als vielleicht vermutet wurde das selbstproduzierte Filmmaterial in Meineckes Studio geschnitten, bearbeitet und zu einem von ihm ausgewählten Datum auf YouTube veröffentlicht.⁶⁵ Es handelt sich demnach nicht um Live-Content; stattdessen hatte Meinecke das Experiment als *test engineer* oder «Manager des Elends»⁶⁶ in gewisser Weise selbst in der Hand. Im Sinne von Marres und Stark nehmen Meinecke und seine Crew eine privilegierte Position ein, da sie nicht nur das Experiment kontrollieren, sondern als YouTube-Content-Creators in ihren eigenen Kanälen genauso die digitale Testumgebung beeinflussen können.⁶⁷ Jedoch kann davon ausgegangen werden, dass die Vielzahl gouvernementaler Technologien dabei nicht immer einem strikten Masterplan Folge leisten, sondern von den *survivalists* und vom Publikum experimentell erprobt werden.

⁶⁵ Vgl. das *Behind the Scenes*-Video: youtu.be/c13Wd-LIVNE, hochgeladen von Account DAVE, 30.10.2022, 7 vs. Wild - Behind the Scenes, (16.5.2023).

⁶⁶ In Anlehnung an Nikolas Rose: *Tod des Sozialen? Eine Neubestimmung der Grenzen des Regierens*, in: Thomas Lemke, Susanne Krasmann, Ulrich Bröckling (Hg.): *Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*, Frankfurt / M. 2000, 72–109, hier 103.

⁶⁷ Weil sie die Einstellungen verändern, z. B. indem sie Kommentare moderieren oder weitere Moderator*innen ihres Channels bestimmen und Kommentare sperren, User*innen blockieren, Merchandise betreiben und damit Gegenstände und Werkzeuge in der «Wildnis» testen, die ein Testbudget in Aussicht stellen. Doch haben sie keine Kontrolle über die systemischen Einstellungen von YouTube und wissen vermutlich nicht im Detail über Algorithmen o. Ä. Bescheid; vgl. Marres, Stark: *Put to the Test*, 434.

⁶⁸ Marres, Stark: *Put to the Test*, 435.

«Survival test engineers» als neoliberale Indikatoren

Wie gezeigt wurde, stehen die *survivalists* nicht nur selbst als «Testobjekte» vor der Kamera, wenn sie ihre Fähigkeiten und ihre Umgebung abtesten oder repräsentieren. Als Testingenieur*innen verleihen sie dem Survival-Testszenario mithilfe materieller, technischer, medialer Werkzeuge und ihres Wissens Authentizität. Zudem stellen sie die Rahmenbedingungen prekärer sozialer Phänomene auf die Probe und verändern diese. Bei Marres und Stark heißt es: «Whereas we traditionally think about testing taking place within a setting, today's engineers are testing the settings.»⁶⁸ Mehr noch, sie testen den Sozialstaat auf seine Bruchstellen. Anhand des Gebots von *preparedness*, das angesichts von Energiekrise und Arbeitslosigkeit für immer mehr Menschen maßgeblich wird, bietet 7 vs. Wild die Gelegenheit, Gruppen wie *survivalists* und *preppers* sowohl in der Mitte als auch an den Rändern neoliberaler Sicherheitsgesellschaften zu verorten und zu beobachten. Sie jagen nicht nur als autarke, selbstverantwortliche Subjekte mit Kameras durch den Wald und dokumentieren

sich dabei, sondern verstecken sich gleichzeitig vor den (spöttischen) medialen Blicken einer Gesellschaft, in der *preppers* als Egoist*innen oder als «Klopapier-Hamster» gelten.⁶⁹

Das utopisch Imaginäre von Survival-Shows deckt sich demnach in seiner Ambivalenz wiederum mit den schattenhaften Realitäten des Neoliberalismus, da der Wegfall sozialer Unterstützung zu einem verstärkten Kampf um die Aufrechterhaltung des gewohnten Lebensstandards führt.⁷⁰ *Survivalists* und *preppers* vermitteln ein Bild davon, wie eine zukünftige Welt aussehen könnte, da sie Wohlstand in spielerisch-experimenteller Verachtung vermeintlich längst überwunden haben. Insofern sind Meinecke und seine Crew als «social engineers»⁷¹ nicht an den gesellschaftlichen Rand ausgelagert, sondern mitten im Zentrum angelangt – gerade weil sie Prekarisierungsprozesse in das «Kleid der Autonomie» stecken und somit ein prozessuales Phänomen des Experiments in die Normalisierung überführen. Gleichzeitig überprüfen sie damit die dringende Frage, nach welchen Fähigkeiten ein Arbeitsmarkt im digitalen Wandel verlangt. Speziell diejenigen, die integrierter Teil der Arbeitsgesellschaft sein bzw. «reintegriert» werden wollen, gehören zum Adressat*innenkreis der experimentellen Vorbereitung, nämlich bestmöglich mit Veränderungen umzugehen, beispielsweise durch antrainierte Resilienz – erinnert sei an John Robbs Motto: «Don't just survive, thrive».

Paolo Virno beleuchtet, wie Unternehmen ebenjene von ihnen gewünschten Skills befördern: «Das postfordistische Unternehmen setzt diese Gewohnheit, keine Gewohnheiten zu haben, diese Einübung in die Prekarität und in die ständige Wandelbarkeit der Umstände gezielt für sich ein.»⁷² Immerhin müssen sich die Subjekte «an Mobilität gewöhnen, den Umgang mit permanenter Veränderung eintrainieren, sich an umfassende Flexibilitätserfordernisse anpassen».⁷³ Das zieht sich bei 7 vs. *Wild* von der narrativen Seite bis hin zur Produktionsseite, wie anhand der Story und auch der geringen Produktionsmittel der Show deutlich wird. Zwar fokussieren *survivalists* und *preppers* den apokalyptischen Zusammenbruch, wie ihn Horn beschreibt, doch induzieren sie zugleich eine andere Vorstellung von Zukunft: Diese Gruppen wollen die Welt überleben und nicht nur auf ihr Ende vorbereitet sein – wenn es sein muss, auch völlig allein. Mit Marres und Stark lässt sich anmerken, dass sich der Schwerpunkt vieler Tests auf soziale Relationen erstreckt bzw. diese reflektiert.⁷⁴ Erzählt wird nicht etwa, dass z. B. soziale Unterstützung und gegenseitige Sorge bei dieser Aufgabe von Nutzen sein könnte, stattdessen wird das überlebende, aber einsame Subjekt privilegiert. Die in 7 vs. *Wild* inszenierten Verflechtungen des «Überlebensaktes» enthalten immer auch etwas Schmerzhaftes, Unangenehmes oder Erniedrigendes, da z. B. «Bestrafungen» in den zusätzlichen Tageschallenges Teil der Übung sind.

Neben dem Bestraftwerden durch stets noch mehr Prüfungen ist jedoch die Einsamkeit in der Isolation Schwedens für alle Teilnehmenden ein unnatürlicher und unerwünschter Zustand. So entsteht ein Kippbild zwischen freiwilligem Alleinsein als Ausdruck einer souveränen Bewegungsfreiheit und dem

⁶⁹ Vgl. Barker: *How to Survive the End of the Future*, 484.

⁷⁰ Beispielsweise versteht Stefan Trinkaus das Prekäre als relational, nämlich «sowohl als Gefahr und Potenzial für Gewalt als auch als Offenheit und Chance eines Anderswerdens. Diese Öffnung des Prekären kann nicht geschlossen werden, doch kann sie gehalten werden.» Stefan Trinkaus: *Ökologien des Prekären. Zu einer Theorie des Haltens*, Wien 2022, Klappentext.

⁷¹ Marres, Stark: *Put to the Test*, 433.

⁷² Virno: *Grammatik der Multitude*, 118 f.

⁷³ Marchart: *Die Prekarisierungsgesellschaft*, 54.

⁷⁴ Vgl. Marres, Stark: *Put to the Test*, 437.

Bedürfnis nach Nähe und Gesellschaft: Hierin entwickelt die Einsamkeit ihre Macht. Wer sich aufgrund der Covid-19-Pandemie selbst isoliert hat, weiß, dass mit Distanz in der Regel Berührungslosigkeit einhergeht. Die Kamera, die sich fast durchgehend am Körper der Teilnehmenden befindet, ist zweifellos ein Substitut für menschliche Beziehungen und Berührung. Wie bereits thematisiert, richtet sich die Actioncam wie im pseudodokumentarischen Film *Blair Witch Project* (Regie: Daniel Myrick und Eduardo Sánchez, USA 1999) zum überwiegenden Teil auf die *survivalists* selbst. «Aus einem so einfachen wie auch komplizierten Grund: Weil Berührung auf Distanz auch berührt.»⁷⁵ Aber das Format lagert nicht nur die Generalprobe des «gesamten Zusammenbruchs» an die *survivalists* aus und lässt dies die Kandidat*innen stellvertretend für die Zuschauer*innen auf der Couch erleben: Alle üben sich vor oder hinter der Kamera in moderner Distanzierungspraxis – liebevoll in der Hand gehalten wird allenfalls das Smartphone. Das Kameraauge am Smartphone oder auf der Go-Pro lässt uns aber noch mehr wahrnehmen: Erstens hilft es dabei, Authentizität zu konstruieren,⁷⁶ und zweitens ist es Werkzeug für die immaterielle Arbeit der YouTuber*innen, die durch Kommunikation auf sprachlicher wie auch körperlicher, affektiver, sozialer etc. Ebene bestimmt wird.

Verwischung der Grenzen

Survival-Shows sind also wegweisend im Produktivmachen von mobilen, anpassungsfähigen Leben, und Plattformen wie YouTube sind ein ermächtigendes Werkzeug für ein Leben, das selbst zum Produkt wird. Ferner kann das Reality-Format als ein Experiment betrachtet werden, das einen imaginären Handlungsspielraum eröffnet, der angesichts ökonomisch-technischer Logiken einen Teil der Bevölkerung in eine Richtung bewegt, die keine große Bandbreite an Lösungen erwarten lässt – bloß ein selbstbezogenes, trostloses und weltabgeschiedenes Dasein –, um sie womöglich daran zu hindern, sich in eine andere Richtung zu bewegen. Doch, wie eingangs erwähnt, steckt in der Auseinandersetzung mit *survivalism* potenziell auch die Reflexion über Gruppen, die sich an den Rändern befinden, und damit über Subjektivitäten, die nicht vollständig vereinnahmt werden können. Besonders die Neigung der Survival-Formate zur Verwischung der Grenzen – zwischen Inszenierung und Realität, zwischen Sendung und Publikum, zwischen Testenden und Testobjekten, zwischen Achtsamkeitsübung und Überlebenstraining usw. – ist Indiz für eine ästhetische und kulturelle Umbruchsituation, in der feste Zuschreibungen und Definitionen nicht mehr adäquat oder ausreichend erscheinen.

⁷⁵ Elisabeth von Thadden: *Die berührungslose Gesellschaft*, München 2018, 115.

⁷⁶ Vgl. zum Verhältnis von Authentizität und Test Marres, Stark: *Put to the Test*, 436.