

Christine Piepiorka

LOST in Narration

Narrativ komplexe Serienformate in einem transmedialen Umfeld

FILM- UND MEDIENWISSENSCHAFT

Herausgegeben von Irmbert Schenk und Hans Jürgen Wulff

ISSN 1866-3397

Christine Piepiorka

LOST IN NARRATION

Narrativ komplexe Serienformate in einem transmedialen Umfeld

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Bibliographic information published by the Deutsche Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliografie; detailed bibliographic data are available in the Internet at <http://dnb.d-nb.de>.

Dieser Titel ist als Printversion im Buchhandel
oder direkt bei *ibidem* (www.ibidem-verlag.de) zu beziehen unter der

ISBN 978-3-8382-0181-8.

∞

ISSN: 1866-3397

ISBN-13: 978-3-8382-6181-2

© *ibidem*-Verlag
Stuttgart 2012

Alle Rechte vorbehalten

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und elektronische Speicherformen sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in or introduced into a retrieval system, or transmitted, in any form, or by any means (electronical, mechanical, photocopying, recording or otherwise) without the prior written permission of the publisher. Any person who does any unauthorized act in relation to this publication may be liable to criminal prosecution and civil claims for damages.

Inhaltsverzeichnis

1. › <i>The flightplan</i> ‹: Einleitung	9
2. › <i>The motor fuel</i> ‹: Mögliche treibende Kräfte für <i>narrative complexity</i>	13
2.1 Entwicklungen der Medienindustrie	14
2.2 Entwicklungen der Technik und Distribution	17
3. › <i>The map of the island</i> ‹: Narration im Fernsehen	25
3.1 Narrationstheorie und neoformalistische Filmanalyse	25
3.2 Narrationsstrukturen im Fernsehen	30
3.3 Klassische Narration, <i>cues</i> und <i>gaps</i> als Ausgangspunkt	38
4. › <i>The island</i> ‹: <i>narrative complexity</i>	45
4.1 <i>Flexi narrative</i> und <i>narrative complexity</i>	45
4.2 Exkurs: <i>narrative complexity series/serials</i> ≠ <i>soap operas</i>	48
4.3 Taxonomie <i>narrative complexity</i>	49
4.3.1 Neue Televisualität	50
4.3.2 Charakterkomplexität	62
4.3.3 Konfusionen der Handlungsebenen	74
4.3.4 Zeitkonfusionen	88
4.3.5 Genre-Hybrid	99
4.3.6 Transtextualität/ Selbstreferenz	101
4.3.7 <i>Transmedia storytelling</i>	107
5. › <i>The compass</i> ‹: <i>complexity- cues</i>	121
5.1 Diegetische <i>cues</i>	121
5.2 Non-diegetische <i>cues</i>	126
6. › <i>The Others</i> ‹: innovative Zuschauer-Konzepte als Folge von <i>transmedia special effects</i>	129
6.1 Partizipation/Interaktivität	129
6.2 Spoiler/Rewatching	139
6.3 Zuschauer/Produzenten	141
6.4 Hypertext/Narration	144
7. › <i>The rescue</i> ‹: Fazit	149
8. Anhang	153
9. Literaturverzeichnis	167

10. Internetquellen	179
11. Serienverzeichnis.....	181
12. Filmographie	185

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Marktentwicklung DVD 2002-2008.....	18
Abbildung 2: Marktentwicklung DVD-Vertriebswege.....	20
Abbildung 3: Käuferentwicklung von TV-Produkten auf DVD und Blue-Ray ..	22
Abbildung 4: DEXTER – Vorspann	55
Abbildung 5: 24 – JACK BAUER, <i>splitscreen</i> , digitale Uhr	57
Abbildung 6: LOST – Beginn	59
Abbildung 7: LOST – SAWYER	68
Abbildung 8: LOST – SAWYER	69
Abbildung 9: interpersonelle Beziehungen.....	71
Abbildung 10: Charakterbeziehungen in LOST	72
Abbildung 11: eigene Darstellung, Freytags Pyramide	76
Abbildung 13: vereinfachte Vier-Akt-Struktur	78
Abbildung 14: klassische Struktur der Handlungsstränge bei <i>series</i>	79
Abbildung 15: klassische Struktur der Handlungsstränge bei <i>serials</i>	80
Abbildung 16: Struktur der Handlungsstränge bei <i>cumulative narrative</i>	82
Abbildung 17: Struktur der Handlungsstränge bei <i>narrative complexity</i>	84
Abbildung 18: einzelne <i>narrative complexity</i> Episode.....	84
Abbildung 19: Struktur <i>narrative complexity</i> Serien auf Staffelbasis.....	86
Abbildung 20: Rückwärtsgerichtete Zeit.....	94
Abbildung 21: Verschachtelte Zeit	97
Abbildung 22: Multiperspektive	98
Abbildung 23: Ursprungsmedium, Crossmedialität und Transmedialität	107
Abbildung 24: Hypertextualität	111
Abbildung 25: Versteckte Hinweise auf WWW.OCEANIC-AIR.COM	117
Abbildung 26: LOST – Motiv Eisbär.....	124
Abbildung 27: LOST – Fotoeinblendungen.....	125
Abbildung 28: FRINGE – Schrifteinblendungen	127
Abbildung 29: Hypertextualität innerhalb und ausserhalb des Hypotextes ..	145

1. »The flightplan«¹: Einleitung

»We want new media narratives, and we want these narratives to be different from the narratives we have seen or read before.«

(Manovich 2001, 237)

Die Zuschauer², wollen neue Formen von Erzählungen. Sie wollen Erzählungen, die es zuvor nicht gab. Die Medienschaffenden versuchen neue Arten von Erzählungen für sie zu entwerfen. Hierbei werden serielle Formate immer häufiger. Diese scheinen in den letzten zwei Dekaden eine Entwicklung erfahren zu haben, die sich bis heute zu einer neuen Art der Erzählung und Serialität geformt haben, welche sich auszeichnet durch innovative Narrationstechniken.

Serielle Formen sind Formen der Wiederholung, Reihung, Verdoppelung und Variation, wie sie mediale Praktiken seit jeher prägen. Eine der augenfälligsten Formen der Serialität ist das Fortsetzungsformat, das sich insbesondere im Fernsehen großer Popularität erfreut und für hohe Einschaltquoten sorgt. Die TV-Serie³ ist ein Phänomen des Fernsehens, nahezu seit dessen Anbeginn. Denn Geschichten in Raten zu erzählen, ist eine weitaus ältere Tradition: Angefangen in der Literatur mit der Bibel, den Epen Homers und Dickens Werke als Fortsetzungsromane, über das Radio und den *soap operas* bis hin zur heutigen TV-Serie. (vgl. Creeber 2009, Interview). Die Attraktivität, eine TV-Serie über viele Episoden und Staffeln hinweg zu verfolgen,

¹ Alle Kapitelüberschriften dieser Studie sind narrative Elemente der Serie LOST (ABC 2004-2010) und repräsentieren hier reflexiv die inhaltlichen Elemente der Studie. »The flightplan« (engl.); übersetzt (dt.): »Der Flugplan«. Narratives Element der Serie: Der Oceanic-Flugplan enthält sechs Zahlen an unterschiedlichen Stellen, die im Verlauf der Serie eines der essentiellen Geheimnisse der Insel ausmachen (vgl. http://de.lostpedia.wikia.com/wiki/6.11_Bis_ans_Ende_ihrer_Tage) das es zu lösen gilt; inhaltliches Element der Studie: Hier soll einleitend Fragen aufgeworfen werden, die es im Laufe dieser Studie zu lösen gilt.

² Als Synonyme sollen für die Studie die Begriffe Rezipient/in, Zuschauer/in, Publikum verwendet werden. Selbstverständlich soll die weibliche Form dieser Begriffe nicht außer Acht gelassen werden, sollen aber zwecks Vereinfachung nicht stetig aufgeführt werden. Beachtet werden sollte dabei jedoch John Fiskes Anmerkung, dass die Zuschauer keine homogene, sondern gegenteilig eine heterogene Gruppe abhängig aller sozialer Gruppen gemeint ist (vgl. Fiske 1987, 17), auch wenn er einen allgemeingültiger Begriff für das Verständnis für notwendig hält.

³ In dieser Studie soll der Begriff TV-Serie synonym für die Begriffen Fernsehserie und Serie verwendet und vice versa.

scheint nicht nur ungebrochen, sie scheint vielmehr zuzunehmen, was sich in den immer neuen Präsentationsformen einer Serie manifestiert.

Innerhalb der Serienlandschaft entwickelten sich seit 1980 die so genannten ›*Quality Television Series*‹ in den USA, die in ihrer formalen Gestaltung und inhaltlichen Komplexität vielem von dem, was wir auf der großen Leinwand im Kino zu sehen bekommen, den Rang ablaufen (vgl. Feuer 1984/ Mulgan 1990). Der Begriff umfasst Hybride serieller und episodischer Narration, charakterbasierte Narration, kontroverse und soziale Themengebiete und kinematografische Qualität in den 90ern⁴ (vgl. Peacock 2007, 15). Diese Formate sind Serien, die als qualitativ hochwertig angesehen wurden. Die Entwicklung dieser Narrative setzen sich bis zum heutigen Jahr fort. Der erste Schritt in die Richtung eines Paradigmenwechsels ist mit TWIN PEAKS (ABC 1990-1991) gemacht worden. Der dominante Handlungsstrang mit der Frage nach dem Mörder wird hier innovativ durch kreative narrative und stilistische Strategien belebt, wodurch ein postmodernes Drama entstand, dass die Türen für eine neue Seriengeneration öffnete. THE X-FILES (Fox 1993-2002) addierte episodenübergreifende mystifizierte Narration. Spätestens mit Serien wie LOST (ABC 2004-2010), an die auch der Titel dieser Studie angelehnt ist, finden sich Rezipienten meist in einer neuen Serienwelt mit umfangreicher Komplexität wieder und fühlen sich merklich oft ›*LOST in narration*‹⁵.

»So viele Figuren, so viele Handlungsstränge, so viele Zeitebenen:
Gar nicht so leicht bei LOST den Überblick zu behalten.«

(Junklewitz 2009, online)

Treffend beschreibt Jason Mittell (2006) in seinem Artikel »Narrative complexity in Contemporary American Television« Serien mit komplexer Narration und prägt den Begriff ›*narrative complexity*‹. Diese Serien sind Experimente innovativer narrativer Techniken, die sowohl schon existierende, aber auch völlig neue Narrationselemente beinhalten. Sie zeichnen sich durch komplexe *storylines* und vielschichtige Charaktere sowie einen ungewöhnlichen formalen Stil aus wie etwa in den Serien LOST, THE WEST WING (NBC 1999-2006),

⁴ Hierzu zählen Serien wie THE SOPRANOS und THE WEST WING, die als Paradebeispiel für *Quality Television* angeführt werden (vgl. Peacock 2007, 15).

⁵ ›*LOST in narration*‹ (engl.); übersetzt (dt.): ›sich in der Narration verlieren‹.

THE SOPRANOS (HBO 1999-2007) und vielen mehr zu sehen ist. Trotz dieser Benennungen und Charakterisierungen dieser Serien finden sich bisher kaum adäquate Terminologien oder Typologien in der existierenden Literatur. Daher soll diese Studie eine genauere Beschreibung dieser neuen Seriengeneration bieten und den Begriff der *narrative complexity* erläutern. In dieser Studie werden die Transformationen televisuellen seriellen Erzählens und der Effekt der Auflösung traditioneller Erzählstrukturen, die mit der Metapher des ›Sich-Verlierens‹⁶ - wie im Titel dieser Arbeit geschehen – umrissen werden kann, exploriert.

Offenbar existiert eine Oszillation zwischen episodischen und seriellen Narrationen; ebenso gewollte Zeit- und Narrationskonfusionen; Lücken von Informationen erzeugen Momente der Desorientierung. Aus der bisher nur vereinzelt existierenden Literatur zu diesem Begriff lässt sich die These entwickeln, dass eine Veränderung der TV-Narration durch ein geändertes Konzept der Serie vorliegt. Diese Art der Narration als Alternative zu konventionellen Narrationsstrategien erzeugen beim Zuschauer Konfusionen verschiedenster Art durch Mangel an Informationen und durch die immense Komplexität auf allen Ebenen. Diese Konfusionen, ihre Entstehung sowie die Art und Weise, wie der Rezipient durch bestimmte Signale überwindet, sollen erklärt werden. So wird ebenfalls die Frage beantwortet, welche Art Zuschauer für diese Art der Narration erforderlich ist. So lässt sich als zweite These formulieren, dass sich das Konstrukt des Zuschauers verändert hat: Eine erhöhte Partizipationsentwicklung und eine Intensivierung kognitiver Arbeit sind Voraussetzung, um die *narrative complexity* begreifen zu können.

Im zweiten Kapitel sollen zunächst die möglichen vielschichtigen Tendenzen in der Ökonomie und Technologie, auf welchen die Entwicklungsmöglichkeiten neuer Narrationsformen basieren (›*the motor fuel*‹). Im Kapitel 3 wird ›*The map of the island*‹ entwickelt: Narrationstheorien des Kinos und der Fernsehwissenschaften sollen genutzt werden, um Terminologien für die Entwicklung von Merkmalen für *narrative complexity* zu bieten. Die Merkmale sollen in Kapitel 4 und 5 (›*The Island*‹; ›*The compass*‹) konkret an Beispielen entwickelt und dargelegt werden. Das sechste Kapitel (›*The Others*‹) widmet sich

⁶ ›*LOST in Narration*‹.

der Hypothese eines reformierten Zuschauerbegriffs, der sich durch narrativ komplexe Serien entwickeln kann.

Der Untersuchungsgegenstand dieser Studie lässt sich auf Fernsehserien mit fiktiven Inhalten begrenzen, welche sich auf den hier zu definierenden Begriff *narrative complexity* anwenden lassen. Diese Studie bezieht sich im Hauptanalysebeispiel – Serie LOST – auf die Episoden der Staffel 1-5. Dies entspricht der Staffel-Anzahl, die bei Fertigstellung dieser Studie in den USA ausgestrahlt wurden.

Für die Studie wurden zwei Interviews mit den einschlägigen Fernsehwissenschaftlern und Autoren Jason Mittell (Anhang 1) und Glen Creeber (Anhang 2) geführt, um weitere Aufschlüsse für den Gegenstand dieser Studie zu erhalten. Da sich die Arbeit häufig auf Internetseiten bezieht, wurde auf der Internetseite WWW.CHRISTINEPIEPIORKA.DE eine Linksammlung (auch Anhang zum Buch) hinterlegt. Diese bietet die Möglichkeit, über direkte Links zu den in der Studie genutzten und benannten digitalen Medientexten zu gelangen.

2. ›The motor fuel⁷: Mögliche treibende Kräfte für *narrative complexity*

Jason Mittell (Anhang 3) vergleicht die Generation der zu untersuchenden Serien mit dem New Hollywood Kino der 60er und 70er Jahre und nennt es das goldene Zeitalter des Fernsehens. Denn auch in dieser Phase des Kinos haben soziale, technologische und ökonomische Änderungen die innovative Arbeit der Medienproduktion beeinflusst, ebenso wie es mögliche Gründe aus eben diesen Bereichen⁸ für die Tendenz zu *narrative complexity* gebe. Es liege eine ökonomische Veränderung der Medienindustrie vor, die sich durch neue Marktteilnehmer und erweiterte Wertschöpfungsketten auszeichnet. Vertikale Integrationstendenzen über bestimmte Wertschöpfungsstufen sowie vermehrte stufenspezifische vertikale Integrationen liegen vor. Diese Veränderungen in der Medienindustrie sowie der Technik und Distribution werden bereits als »Television 2.0«⁹ (Askwith 2003, 3) bezeichnet. Vorherrschend ist hier auch der Begriff *convergence*/Konvergenz, welcher die Verbindung des Fernsehens mit anderen Medien wie Satellit, Kabel, VCR-Technik, DVD-Technik und insbesondere Internet bezeichnet (vgl. Parks 2004, 133). Im Folgenden sollen diese ökonomischen und technischen Veränderungen kurz erläutert werden, um als Gründe der Entwicklung zu *narrative complexity* erklärt zu werden.

⁷ ›The motor fuel‹ (engl.); übersetzt (dt.): ›der Treibstoff‹. Narratives Element der Serie ist hier die Befüllung des Flugzeuges, das auf der Insel, die Handlungsort der Serie, abstürzt; inhaltliches Element der Studie ist hier die treibenden Kräfte für eine Transformation seriellen Erzählens.

⁸ Hier sollen vornehmlich sowohl die technologischen als auch die ökonomischen möglichen Gründe beleuchtet werden. Eine tiefer greifende Analyse der sozialen Gründe bleibt jedoch aus, sie könnte in einer Arbeit mit dem Schwerpunkt der Cultural Studies durchgeführt werden.

⁹ Diese Bezeichnung ist angelehnt an die Weiterentwicklung einer Computer-Software, deren Versionen zumeist mit solchen Ziffern bezeichnet werden und effizienter und optimierter arbeiten.

2.1 Entwicklungen der Medienindustrie

»[...] expansion of cable with its ability to address niche audiences, will undoubtedly provide new instances.«

(Thompson 2003, 140)

Die Entwicklung der Medienindustrie in den USA während der vergangenen 50 Jahre lässt sich nach Jason Mittell in verschiedene Ären einteilen (vgl. Mittell 2009a, 11f.). Anfangs die ›*classical network era*‹: Mit dem Aufkommen des Fernsehens bis zu den 80ern etablierten sich alle Normen für das Fernsehen, die noch bis heute gültig sind. Diese Ära definiert sich durch das ›*network system*‹ mit drei großen Sendern in den USA (ABC, CBS, NBC). Die Zuschauer rezipieren Formate simultan im ganzen Land. Hier wurden langlebige Standards für Programmformate und die Privatfinanzierung von Sendern geformt, bis hin zum Status des Fernsehens als Massenmedium.

Darauf folgt die ›*multi-channel era*‹: Die ›Big Three‹ mit den *networks* ABC, CBS und NBC waren immer die größten Fernsehunternehmen in den USA und funktionieren als Oligopol, bis einer der wichtigsten Entwicklung in der Medienindustrie eintrat und Konglomerate entstanden, die in verschiedenste Sektoren der Industrie reichen. Dadurch folgt in den 80ern eine Periode der Dezentralisation, Deregulierung¹⁰, Zuschauerfragmentierung, Globalisierung und der neuen Programmstrategien (vgl. Hilmes 2007, 259). Der Markt wurde in seiner Entwicklung bis in die 90er zunehmend gekennzeichnet durch diversifizierende vertikal und horizontal integrierte Konglomerate, welche durch die Liberalisierung der Eigentumsrechte von Medienunternehmen entstehen konnten (vgl. Holt 2003, 12ff.). Die vertikale Integration beinhaltet die Partizipation des Unternehmens in allen Bereichen und Ebenen der Branche, darunter Produktion, Distribution und Ausstrahlung. Vorteilhaft sind hierbei Kostenersparnisse und der Ausschluss von Konkurrenz durch Nutzung der eigenen Tochterfirmen. Die horizontale Integration beinhaltet die Tätigkeit der Tochterfirmen in verschiedensten Industrien mit der Nutzung der Ressourcen und der Promotion des Mutterkonzerns. So werden Synergien geschaffen, um größere Erfolge aller Tochterfirmen und damit des Mutterkonzerns zu er-

¹⁰ Die Deregulierung in den USA entstand durch die Auflösung der bisherigen Regularien von Fin-Syn (Financial Interest and Syndication Rules), PTAR (Prime Time Access Rule) und der Fairness Doctrine (vgl. Pringle/ Starr 2006, 224).

möglichen. Insgesamt entwickeln sich 5 große Konglomerate¹¹ in den USA, die alle vertikal und horizontal integriert sind (vgl. Straubhaar/ LaRose 2008, 240). Somit verschob sich Fernsehen also von der Dominanz der *networks* zu einer Mannigfaltigkeit der Kanäle durch die aufkommende Technologien des Kabel- und des Satelliten-Fernsehens¹². Das Massenpublikum wurde verdrängt von demografisch definierten Marktsegmenten und der Konzentration auf ein enges Zuschauersegment, für welche die Industrie Strategien entwickelte. Hier ist die Entstehung des so genannten *Quality TVs* festzumachen, welches sich durch die Serie *HILL STREET BLUES* (NBC 1981-1987) etablierte (vgl. McCabe/ Akass 2007, 11).

Diffuse Zuschauergruppen entstehen und das Programm entwickelte sich hin zum Nischenpublikum. Neue Technologien wie VCR¹³ definierten Zuschauergewohnheiten anders, so dass die dominierende zeitliche Rolle des Fernsehens verändert wurde.

Die Dritte von Mittell benannte Ära ist die ›*convergence era*‹: Diese Ära ist noch in der Entwicklung, nachdem die digitalen Medien¹⁴ an Bedeutung zunahmen und die Rolle des Fernsehens sich angesichts von Internet und Videospielen verändert hat und nach wie vor weiter entwickelt. Das TV wandelt sich zu einem Mittelstück innerhalb eines Spektrums neuer Technologien. Hieraus ergibt sich eine technologische mediale Konvergenz, wodurch neue ökonomische Modelle entwickelt werden müssen und Zuschauer zu Benutzern von digitalen Distributionskanälen mit Alternativen zum TV-Programm werden. Einige Wissenschaftler wie John Caldwell¹⁵ und Jason Mittell sehen heute einen Eintritt in eine Ära, in der sich die Normen der letzten 50 Jahre verändern und sich in unvorhergesehener Weise anders definieren. Auch Chris Anderson (2006, 3ff.) beschreibt diese Veränderung, geprägt durch die gesteigerte Anzahl der Distributionskanäle der Medien. Die ›Breitband-Ära‹, wie sie auch genannt wird, folgt ganz anderen wirtschaftlichen

¹¹ Viacom (CBS, UPN), General Electric (NBC), Warner Bros (WB/CW), News Corporation (Fox), Disney (ABC).

¹² Dies ist bedingt durch die Digitalisierung der Fernsehgeräte und Kanäle.

¹³ VCR: Video Cassette Recording.

¹⁴ Unter anderem ist hier die Digitalisierung des Fernsehens (HDTV) zu benennen.

¹⁵ Detaillierte Beschreibungen der ›*convergence era*‹ sind nachzulesen in: Caldwell, John (2004): *Convergence Television*. In: *Television after TV*. Hrsg. v. Spigel, Lynn, S. 41-72.

Gesetzen um das größtmögliche Publikum und damit die höchste Quote zu erreichen. Heute konkurrieren insbesondere Fernsehformate mit einer unbegrenzten Anzahl an Nischenmärkten jeder Größe. ›*One size fits all*‹ gilt nicht mehr, ein Markt der Vielfalt ist gefragt (vgl. ebd., 5): Der kalkulierbare Massenmarkt zerfällt in zunehmenden Maße in unzählige Nischen, wobei diese schon immer existent waren aber nun zum Vorschein kommen und sich mit den Massenprodukten das Publikum teilen. Dies bedeutet, dass sich die großen *networks* mit einer immensen Anzahl von kleinen Nischenanbietern des Kabelnetzes den Markt teilen müssen. Eine Fernsehproduktion für ein kleines, fachlich spezialisiertes Publikum gibt optimale Bedingungen für eine Serie wie *LOST* und anderen narrativ komplexen Serien, die zumeist nur ein kleineres Publikum interessiert – ein Nischenpublikum.¹⁶

Mit den Entwicklungen der Ären ist die ›Marke Fernsehsender‹ immer wichtiger geworden, insbesondere in der *multi-channel era*, in der die Sender aufgrund der sehr hohen Konkurrenzsituation zu Differenzierungen gezwungen sind. Jeder Sender hat und prägt sein eigenes Image durch die gesendeten Formate. Während Knut Hickethier 1991 noch argumentiert, dass die Mehrzahl der Serien keinen Status programmkennzeichnender Herausstellung erreicht (vgl. Hickethier 1991, 16f.), liegt heute mit den narrativ komplexen Serien eine andere Situation vor.

Jeder Sender gewinnt eine Art Markenidentität und damit eine Reputation zu bestimmten Zeitpunkten innerhalb des Programms in Form von Formaten auf bestimmten Sendeplätzen. So ist der US-Sender NBC in den 80ern durch die Ausstrahlung der ersten komplexen Serien wie *HILL STREET BLUES* (NBC 1981-1987) zum Qualitätssender geworden (vgl. Mittell 2009a, 30). So wurde ›*must see TV*‹ oder auch *Quality TV* zu einem Event des Fernsehens, das die Funktion eines Ankers aufweist: Das Format bindet den Zuschauer an den Sender prägt die Zuschauerloyalität (vgl. Jancovich/ Lyons 2003, 5ff.). Für Werbetreibende, die ihre Werbung in einem bestimmten Programmumfeld buchen, ist das Umfeld von markenbildenden Formaten sehr attraktiv, da

¹⁶ Die weitere zukünftige Entwicklung des Marktes kann nur vermutet werden: Da Nischenprodukte nun leicht verfügbar sind, tritt die Nachfrage nach nicht kommerziellen Inhalten immer mehr in den Fokus. Eine gesteigerte Nachfrage in diesem Bereich ergibt wiederum verbesserte Vertriebsbedingungen. So entsteht eine positive Rückkopplung, die in den kommenden Jahrzehnten ganze Branchen und Kulturen verändern können (vgl. Anderson 2006, 29).

diese Formate meist eine hohe Zuschauerquote oder auch immer wiederkehrende Zuschauer aufweisen. Innovative Fernsehformate müssen geschaffen werden, um sowohl Rezipienten als auch Werbetreibende zu begeistern, indem man sich vom übrigen Fernsehprogramm abhebt und differenziert.

2.2 Entwicklungen der Technik und Distribution

»[...] watching the six o'clock news at twenty past nine.«
(Gripsrud 2004, 214)

Während die Filmindustrie bereits mit der Einführung der Videotechnologie eine entscheidende Neustrukturierung erfuhr, hat das Fernsehen durch eine essentielle technische Innovation eine ähnliche Entwicklung erfahren: das Trägermedium DVD (Digital Versatile Disc) als ein Trägermedium in der Größe einer CD ermöglicht den Ersatz der Videokassette. Die Vorteile ergeben sich aus einer umfangreichen Speicherkapazität, einem kleinem Format und einer erhöhten digitalen Technik und damit audiovisueller Qualität.¹⁷ Hiermit einher geht eine Revolutionierung der Heimkinotechnologien, die es ermöglicht THX¹⁸ oder DolbyDigital und Surround-Sound zu nutzen. Innovationen der Produktionstechniken ermöglichen visuelle Effekte in Fiktion-Formaten, wie sie zuvor nur im Kino zu sehen waren. Dies wird umso mehr nachgefragt, je mehr Rezipienten technischen Innovationen wie Heimkinos, Dolby-Surround-Anlagen und HD¹⁹-Fernsehgeräte besitzen (vgl. Mittell 2009a, 20f.).

Die Bedeutung der DVD ist mit den Jahren immens gewachsen und damit auch die Marktanteile, wie die ansteigende Käuferzahl bei sinkendem Preis zeigt (Abbildung 1).

¹⁷ Ein weiterer Schritt in dieser Entwicklung ist die seit 2008 eingeführte »Blue-Ray-Disc«. Die zukünftige »TeraDisc« und »HVD-Disc«, die in dieser Studie jedoch wegen ihrer bisher geringen Verbreitung keine Beachtung finden soll, wird die technischen Möglichkeiten weiterhin vergrößern. Die Blue-Ray-Disc wurde neben HD-DVD und VDM als ein möglicher Nachfolger der DVD beworben. Toshiba als wichtigster Befürworter der HD-DVD, verkündet im Februar 2008 die Einstellung der Produktion und Weiterentwicklung der HD-DVD-Technik. Somit hat sich der Nachfolger der DVD in Form der Blue-Ray-Disc durchgesetzt (vgl. [rp-online.de/\[...\]Toshiba-produziert-keine-HD-DVD-Geräte-mehr.htm](http://rp-online.de/[...]Toshiba-produziert-keine-HD-DVD-Geräte-mehr.htm)).

¹⁸ THX ist eine Marke, die digitale Soundsysteme herstellt und für besonders hohe Soundqualität steht (vgl. thx.com/about-us).

¹⁹ HD entspricht der Abkürzung High Definition und ist ein Sammelbegriff für eine erhöhte Bildschirmauflösung.

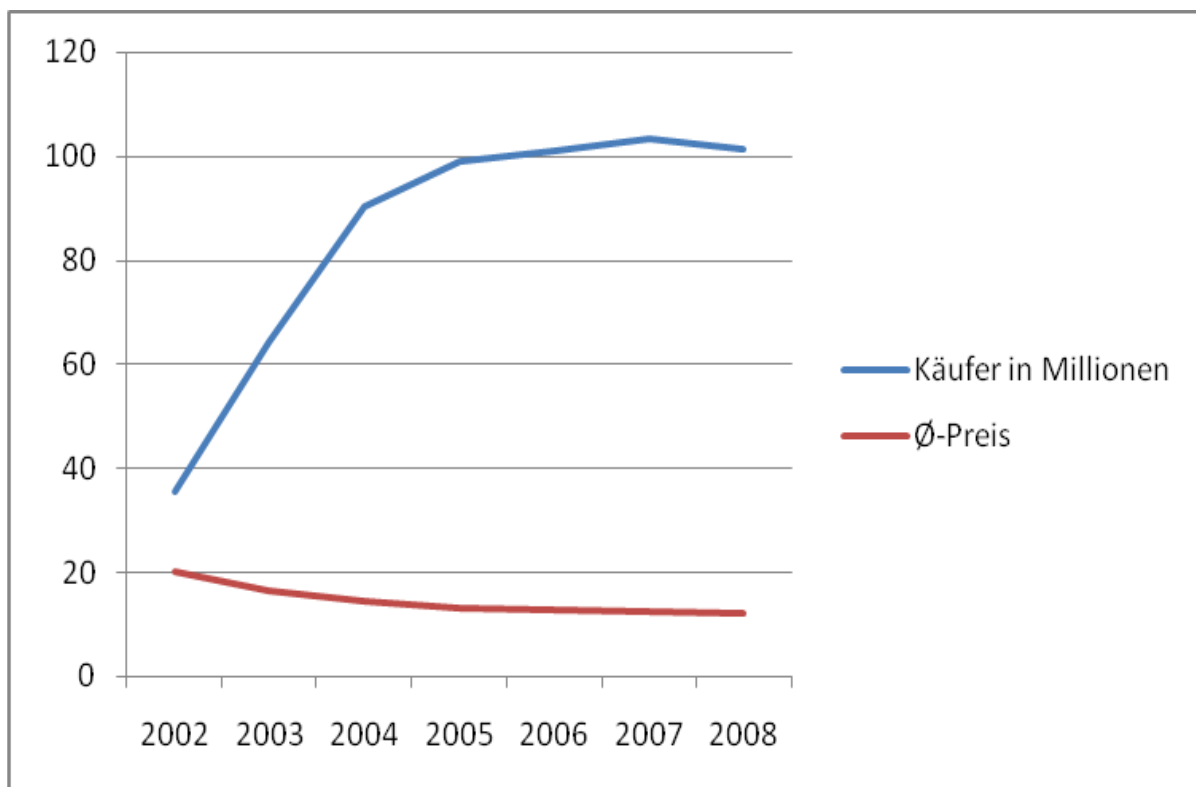


Abbildung 1: Marktentwicklung DVD 2002-2008

Quelle: BVV 2009, eigene Darstellung

Diese technischen Innovationen haben großen Einfluss auf die Mediennutzung durch den Zuschauer. Schon bei der Einführung der VHS wurde von Dieter E. Zimmer 1970 in seinem Buch »Gegenwart und Zukunft der Bildkassette« bemerkt, dass das neue Medium ›Video‹ die Fernsehzuschauer unabhängig von den Fernsehprogrammen macht. Die Rezipienten erlangen die Möglichkeit, mit dem Videorekorder Fernsehprogramme aufzuzeichnen und zu einem selbst gewählten Zeitpunkt anzusehen. Wie Siegfried Zielinski (1992, 104) anführt:

»[...] kann sich der Videonutzer die aufgezeichneten Sequenzen nicht nur gänzlich zu einem anderen Zeitpunkt anschauen, als es der Vorstellung der Programmplaner entspricht [...]. Er kann auch die Reihenfolge und die Proportionierung den subjektiven Wünschen entsprechend verändern.«

So wird *flow* des Fernsehprogramms entscheidend verändert. Raymond Williams beschreibt den *flow* 1974 in seinem Buch »Television: Technology and Cultural Form« als unendlichen Fluss von Sendungen sowie als essentielles Charakteristikum des Fernsehens – und damit als charakteristische Fernseh-Erfahrung der Zuschauer. Dieser *flow* wird jedoch als solcher kaum

noch differenziert wahrgenommen, da er durch den Kauf von TV-Serien auf DVDs oder der Aufnahme von Serien unterbrochen wird. Die technische Innovation bietet die Möglichkeit versäumtes Fernsehen nachzuholen und eine Personalisierung des Konsums nach individuellen Neigungen leichter und somit selbstbestimmter zu gestalten. John Caldwell (2008, 259) nennt diese Selbstbestimmtheit und zeitliche Verschiebung der Rezeption ›*time-shifting*‹.

Während das Video also eine veränderte Wahrnehmung von Fernsehinhalten als Sammelobjekt und Besitztum in die Wege leitete, wurde mit der Einführung der technisch und ästhetisch überlegenen DVD die Zweitverwertung von Serien auf dem Kauf- und Mietmarkt ökonomisch interessant: Distributionswege verändern sich und passen sich den neuen technologischen Bedingungen an. Die Verwertung von Kinofilmen und TV-Inhalten ist seit Mitte des 20. Jahrhunderts mit seinen ›*ancillary markets*‹ (Zweitverwertungsmärkten) Bestandteil jeder Produktion. Hierzu zählt beim Film die Ausstrahlung im TV, DVD-Verwertung, Pay-per-View, VoD²⁰ und bei TV-Produkten z.B. die Home-video-Verwertung (vgl. Wirtz 2009, 301). Auf dem internationalen Fernsehmarkt hat sich zum einen die Art der Marktteilnehmer gewandelt, die Inhalte produzieren, bündeln und vertreiben. Zum anderen erweitern die Akteure ihre Aktivitäten über Wertschöpfungsstufen hinweg oder finden neue Formen der Spezialisierung. Produzenten von Medienprodukten engagieren sich immer stärker in den nachgelagerten Wertschöpfungsstufen und tendieren dazu ihre Produktionen direkt oder indirekt breiter zu vermarkten, wie es speziell am Beispiel der Serie zu erkennen ist. So ergeben sich breite Veränderungen im ›*windowing*‹, also der Reihenfolge und Terminierung der Verwertungsfenster (vgl. Zabel 2008, 82).

Zweck der Abfolge von Verwertungsfenstern ist die sukzessive Abschöpfung der Zahlungsbereitschaften in Bezug auf die Aktualität des Medienproduktes. Entlang der Verwertungskette findet eine degressive Preisgestaltung statt. Um eine Substituierbarkeit zwischen den Verwertungsfenstern zu vermeiden, muss jedem Fenster eine Exklusivität gewährleistet werden. So können Übergänge gewinnoptimal genutzt und Gewinne maximiert werden. Sinkende

²⁰ VoD bedeutet Video-on-demand und ein Format, dass vom Kunden vom Receiver der Kabelanbieter angewählt werden kann. Hierbei kann Zeitpunkt und Inhalt der TV-Nutzung frei bestimmt werden.