



**Katja Lantzsch: Der internationale Fernsehformathandel.  
Akteure, Strategien, Strukturen, Organisationsformen**

Wiesbaden: VS 2008, 311 S., ISBN 978-3-531-15858-7, € 34,90

Katja Lantzsch leistet mit ihrer Dissertation einen medienökonomischen Beitrag zum bislang wenig erforschten Gebiet des internationalen Fernsehformathandels. Im theoretischen Teil untersucht sie die beteiligten Akteure (Sender, Lizenznehmer und -geber, Anwälte etc.), die Motivationen und Strategien, welche neben den Möglichkeiten des Programmimportes und der Eigenentwicklung zur Entscheidung eines Formatimportes bzw. -exportes führen können. Mit Hilfe der Strukturationstheorie des Soziologen Anthony Giddens seziert sie die zu Grunde liegenden Strukturen und Organisationsformen auf dem TV-Markt sowie die Regeln und Ressourcen, die den Handel innerhalb von Netzwerken gleichzeitig ermöglichen, limitieren und konstituieren sowie immer wieder modifizieren.

Sehr informativ und erhellend ist der empirische Teil. Anhand von vier Fallbeispielen, jeweils zwei deutschen Formatimporten bzw. -exporten, werden die unterschiedlichen international Beteiligten in teil-standardisierten Interviews nach den oben angeführten Punkten befragt. Als Bezugspunkt zum deutschen Markt wählt Lantzsch Großbritannien, einen der „Schaufenstermärkte“ (S.173) des Formathandels. Die Ergebnisse belegen viele Aspekte des Formathandels, über die bislang nur spekuliert werden konnte.

Aus medienkulturwissenschaftlicher Sicht irritiert die ein wenig redundante Herangehensweise und die zum Teil abweichend gebrauchte Terminologie: So wird

beispielsweise eine kulturelle Adaption als Imitation titulierte, was aus medienökonomischer Sicht Sinn macht, jedoch im allgemeinen Sprachverständnis eher auf ein Plagiat schließen ließe.

Lantzsch konstatiert mit ihren Interviewpartnern einen fehlenden rechtlichen Schutz von TV-Formaten auf dem deutschen Markt, der aus Ermangelung einer formalrechtlichen Definition herrühre – leider werden Versuche in dieser Richtung, wie beispielsweise von Rüdiger Litten *Der Schutz von Fernsehshow- und Fernsehserienformaten* (München 1997), nicht erwähnt – und nach ihrer Einschätzung vor allem im Rahmen des Wettbewerbsrechts verbessert werden könnte.

Katja Lantzsch bietet mit ihrer ökonomischen Perspektive eine interessante Ergänzung zur Erforschung des internationalen Fernsehmarkts.

Tanja Weber (Köln)