

*Sammelrezension: Digitalisierung des Fernsehens in Deutschland*

**Laura Glockseisen: Filmdistribution in Deutschland: Die Zukunft des TV-Marktes im Zeitalter der Digitalisierung am Fallbeispiel Netflix**

Baden-Baden: Nomos 2018, 141 S., ISBN 9783848741519, EUR 29,-

**Johanna Leuschen: Internetfernsehen: Eine angebots- und akteurszentrierte Analyse und Kategorisierung onlinevermittelter Bewegtbildinhalte in ihrer Einführungsphase (2005-2011) und ihre Auswirkungen auf die traditionelle Fernsehlandschaft in Deutschland**

Berlin: Lit 2017, 508 S., ISBN 9783643136480, EUR 54,90

(Zugl. Dissertation an der Universität Hamburg)

Veränderungen des Fernsehens im Zuge von Digitalisierungsprozessen – wie die Entwicklung hin zu zielgruppenspezifischeren Programmen und einer plattformübergreifenden Online-Distribution und -rezeption – sind insbesondere im Hinblick auf die US-amerikanische Fernseh- und Medienlandschaft untersucht worden (vgl. z.B. Lotz, Amanda: *Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television*. Ann Arbor: Michigan Publishing Services 2017; *The Television Will Be Revolutionized*. New York: New York University Press 2007). Längst befindet sich aber auch der vermeintlich konservative deutsche Fernsehmarkt im Umbruch. Zwei Monografien beschäftigen sich speziell mit diesem Kontext: Johanna Leuschens 2016 abgeschlossene medienwissenschaftliche Dissertation *Internetfernsehen* und Laura Glockseisens stärker medienökonomisch ausgerichtetes Buch *Filmdistribution in Deutsch-*

*land*, das auf einer Masterarbeit im Unternehmen Sony Pictures Television Deutschland beruht und im Untertitel auch eine Analyse zur Zukunft des Fernsehmarktes am Fallbeispiel Netflix verspricht.

„Welche Strategien und Handlungsempfehlungen lassen sich für die Akteure der Filmdistribution im digitalen Handel ableiten?“ (S.17), akzentuiert Glockseisen als zentrale Fragestellung ihrer Studie. Die hier und im Titel prominente Rede von der Filmdistribution ist angesichts des mehrfachen Fernsehschwerpunkts und der diskutierten „konvergenten Entwicklungen“ (S.24) etwas missverständlich. Wenngleich die Autorin die „Filmindustrie“ (S.20) als Oberbegriff für die Branche definiert, „die sich mit der Produktion von Kino-, Fernseh- oder anderen Filmen beschäftigt“ (S.20), bleibt es oft vage, ob es ihr um Fernseh- oder Kinoproduktionen geht. Dass

sie die Kinoauswertung und insbesondere deren Arthouse- und Independent-Bereiche weitgehend vernachlässigt, mag ökonomisch gesehen relativ nachvollziehbar sein, irritiert aber angesichts des Titels, lässt Filmdistribution doch nicht zuletzt an Kino denken. Zudem tangieren Video on Demand und transnationale Streamingplattformen auch das Arthouse-Segment. Falls Glockseisen die Trennung in Kino und Fernsehen (vielleicht gerade im Kontext Deutschland) als obsolet erachtet, hätte sie dies klar herausarbeiten müssen. In Zusammenhang mit dieser begrifflichen Ungenauigkeit mangelt es dem Buch zuweilen an einer deutlichen Schwerpunktsetzung und einer argumentativen Stringenz. Aus der thematischen Breite und Exkursen ergibt sich noch nicht das „Grundlagenwerk zum Verständnis des Lizenzgeschäfts“ (S.7), das das Vorwort ankündigt. Erst relativ spät kommt Glockseisen auf ihr Fallbeispiel Netflix zu sprechen und legt auf der Grundlage von Expert\_inneninterviews dar, wie Fernsehproduzierende aus Deutschland jener Streaming-Plattform und allgemeiner „digitalen Verwertungsfenster[n]“ (S.16) begegnen.

Bei diesem Ergebnisteil lässt sich bemängeln, dass Glockseisen bisweilen Expert\_innen-Darstellungen zu ungefiltert, das heißt ohne die nötige Interpretationsarbeit zu leisten, wiedergibt und das Selbstmarketing der Produzierenden nicht thematisiert (vgl. S.124). Auch ihr Blick auf Netflix fällt zu unkritisch und zu ungenau aus, beispielsweise wenn sie konstatiert, dass der Anbieter mit verschiedenen

Genres „jeden Geschmack“ (vgl. S.66) treffe und automatisch annimmt, dass die „Hyper-Personalisierung“ (S.69) funktioniere. Zu dem transnationalen US-Unternehmen weiß sie kaum Neues zu berichten. Hinsichtlich ihrer Untersuchung der deutschen Fernsehbranche hätte die Autorin klarer darlegen können, um welche Akteur\_innen es ihr genau geht. Warum lässt sie zum Beispiel Redakteur\_innen der auftraggebenden Sender und Plattformen unerwähnt und das für die deutsche Filmwirtschaft zentrale öffentlich-rechtliche Fernsehen weitgehend außen vor? Eine Eingrenzung ist durchaus legitim, aber die Autorin versäumt es, diese ausreichend zu benennen und zu begründen. Die Fußnoten zu den Interviewpassagen vermögen nicht, diesen Mangel an Transparenz zu beheben, ist der Anhang, auf den sie verweisen, doch in der Veröffentlichung gar nicht mehr enthalten.

Diesen Desideraten zum Trotz kann die Verfasserin durchaus Relevantes zutage fördern, wie zum Beispiel die aus ihrer Interviewstudie abgeleiteten Hinweise auf die Langlebigkeit des oft tot gesagten ‚klassischen‘ Fernsehens im Kontext Deutschland und auf die Relevanz seiner historisch gewachsenen Strukturen (vgl. S.102). Auch wenn sie verschiedene Übertragungsmedien und -technologien bei „[i]nternetbasierte[n] Filmabrufdienste[n]“ (S.47) beschreibt, fällt ihre Abhandlung recht differenziert aus. Als eine historische Studie durch die Brille aktueller Entwicklungen lassen sich die Teile lesen, in denen Glockseisens Strategien von Netflix und die Reaktion der hiesigen

Fernsehbranche auf den neuen Konkurrenten diskutiert.

*Internetfernsehen* von Johanna Leuschen stellt noch deutlicher eine Analyse der rezenten Vergangenheit dar. Um Netflix und Amazon Prime, die derzeitigen Video-on-Demand-Marktführer, geht es so an keiner Stelle, denn weder Forschungen noch Entwicklungen nach 2014 finden Beachtung. Vielmehr steht die „hoffnungsvolle Frühphase‘ des Internetfernsehens“ (S.4) im deutschen Kontext und zwischen den Jahren 2005 und 2011 im Vordergrund. Diese Einführungszeit möchte die Autorin, die selbst als Online-Autorin und -Journalistin beim Fernsehen arbeitet, im Hinblick auf Angebote und Akteur\_innen (einschließlich amateurhafter und „fernsehfremde[r]“, S.214) systematisch untersuchen. So will sie Ordnung in die medien- und kommunikationswissenschaftliche Auseinandersetzung mit aktuellen Formen von Fernseh- oder allgemeiner Bewegtbildmedien bringen. Insbesondere beleuchtet sie, welche Angebotsformen online vermittelter Bewegtbilder in Deutschland existieren und welche Auswirkungen diese auf die traditionelle Fernsehlandschaft haben. In Leuschens Studie geht es folglich zugleich um das „alt[e]‘ Fernsehen“ (S.6), das mit dem ‚neuen‘ verwoben ist und, dank Mediatheken, auch online Relevanz besitzt.

Dass sich Fernsehen in der Gegenwart kaum auf einen Nenner bringen lässt, wird in dem Kapitel „Begriffserklärung“ deutlich. Es folgt auf eine Auseinandersetzung mit Konvergenz-, Crossmedialitäts-, Intermedialitäts-

und Hybridisierungskonzepten, dank derer Leuschens Publikation medienwissenschaftlich und -theoretisch weit fundierter als Glockseisens (zugegeben deutlich knappere, nur auf einer Masterarbeit beruhende) Studie ausfällt. In ihrem Analysekapitel schildert Leuschen die verschiedenen Angebotsformen des Internetfernsehens im primär untersuchten Jahr 2011 sehr detailliert. In der Auswertung stellt sie das „[t]raditionelle Fernsehen“ (S.343) dem „Internetfernsehen“ (ebd.) unter anderem im Hinblick auf Programmangebot, Distribution und Rezeption gegenüber. So geht es final um sehr grundsätzliche Fragen zum gegenwärtigen und zukünftigen Fernsehen und um dessen Transformationen in unterschiedlichster Hinsicht.

Stellenweise mangelt es diesem letzten Teil an Stringenz und einer klaren Schwerpunktsetzung, während die Analyse der Angebotsformen bisweilen etwas kleinteilig und deskriptiv ausfällt. Der genaue und systematische Blick auf sehr verschiedenen Formen des ‚Internetfernsehens‘ macht zugleich die Stärke der Studie aus. Durch die Berücksichtigung von weniger bekannten und zum Teil bereits wieder verschwundenen audiovisuellen Webinhalten vermag Leuschen, jene Heterogenität des Fernsehens und seiner digitalen Erweiterungen genau zu beschreiben, die angesichts der Fokussierung auf Netflix und auf fiktionale Serienangebote in vielen aktuellen medienwissenschaftlichen Diskursen in Vergessenheit gerät. Nachvollziehbar kann die Autorin das wichtige Resultat herausarbeiten, dass in

Deutschland gerade Mediatheken der traditionellen, insbesondere öffentlichen-rechtlichen Fernsehsender die „Treiber im Bereich des onlinevermittelten Bewegtbildes“ (S.425) darstellen und die Grenzen zwischen einem ‚herkömmlichen‘ und ‚neuen‘ Fernsehen zunehmend brüchig werden. Trotz der mitunter anzutreffenden ‚Entweder-oder‘-Dichotomie, die stellenweise hinter fernsehtheoretische Überlegungen zu Transformationen des Fernsehens und Streaming-Angeboten zurückfällt, zeichnet sich die Arbeit folglich durch ein differenziertes Verständnis von Fernsehen aus. Lob verdient die Monographie auch dafür, dass sie ökonomische Faktoren berücksichtigt, aber, anders als Glockseisen, im Zuge dessen fernseh(kultur)wissenschaftliche Perspektiven nicht unterschlägt. Das Geldverdienen mit audiovisuellen Inhalten bleibt Leuschen zufolge gerade auf dem deutschen Markt eine Herausforderung, weshalb sich gegen Ende und nach der untersuchten Einführungszeit eine „Desillusionierungsphase‘ in Form einer Marktberreinigung“ (S.18) feststellen ließe. 2013, als Leuschen das analysierte Angebot aus dem Jahr 2011 nochmals auswählte, wurde ein Großteil nicht mehr betrieben. Ihre Konzentration auf einen vergangenen Zeitabschnitt ist insofern instruktiv, schließlich wird eine mittlerweile

schon wieder verschwindende Facette und Ausweitung des Fernsehens dokumentiert. Die Eingrenzung ist zudem der Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Analyse zuträglich. Aber zumindest im Ausblick wäre eine Bezugnahme auf signifikante Entwicklungen des ‚Internetfernsehens‘ nach 2014 gewinnbringend gewesen, haben sich die Fernsehlandschaft in Deutschland und ihre Online-Ausweitungen seitdem doch entschieden verändert. Manche Einschätzungen und Definitionen aus Leuschens Buch (wie das sehr enge Begriffsverständnis von ‚Webserie‘) wirken daher bereits wieder veraltet. Sein großes Verdienst ist indes, das Internetfernsehen in seiner Einführungszeit im deutschen Kontext detailliert und, trotz weniger Exkurse, systematisch zu beschreiben. Laura Glockseisen kann bestehende Arbeiten zur Transformation und Digitalisierung des Fernsehens zumindest durch medienökonomische Perspektiven und mit der Fokussierung auf Deutschland ergänzen; zum Fallbeispiel Netflix existieren allerdings längst kritischere und fundiertere Analysen (vgl. z.B. Lobato, Ramon: „Rethinking International TV Flows Research in the Age of Netflix“. In: *Television & New Media*, 19 (3), 2018, 241-256).

*Florian Krauß (Siegen)*