2020/32 dschungel

https://www.jungle.world/artikel/2020/32/mythos-netflix

Der unkritische Umgang deutscher Medien mit Netflix

Mythos Netflix

Essay Von **Harald Keller**

Das als Online-Videothek gegründete US-amerikanische Medienunternehmen Netflix gilt nicht nur als der Streaming-Anbieter schlechthin, sondern auch als der weltweit innovativste Produzent von Fernsehserien. Der Begriff der »Netflix-Serie« ist zu einem unkritisch akzeptierten Gütesiegel geworden, mit dem oft Werbung betrieben wird. Leider stellen sich auch Medienkritiker, die sich nicht die Mühe machen, zwischen Eigenproduktion und Exklusivangeboten zu unterscheiden, in den Dienst des Unternehmens. Auch dessen Arbeitsbedingungen sind längst nicht so gut wie ihr Ruf.

Moderne Sagen, sogenannte *urban legends*, sind spätestens mit Aufkommen des Internets und der veränderten Sender-Empfänger-Konstellation von der mündlichen in die mediale Überlieferung eingesickert. Dort haben einige von ihnen, darunter auch Verschwörungstheorien, ungeheure Verbreitung erfahren. Sie wurden Gegenstand der Forschung und Thema in den Medien. Zumeist unberücksichtigt bleibt dabei, dass sich in der Medienberichterstattung selbst Legenden eigenen Zuschnitts herausgebildet haben. Drei typische Beispiele:
– Der »Scotch-Club« in Aachen war Deutschlands erste Diskothek.
– Der »Beat-Club« war die erste Musiksendung für Jugendliche im westdeutschen Fernsehen.
– Das DDR-Fernsehen ging früher auf Sendung als das westdeutsche Fernsehen.

All diese Aussagen finden sich in journalistischen, mitunter selbst in wissenschaftlichen Publikationen. Sie sind nachweislich falsch. Dennoch haben sie sich in der öffentlichen Meinung festgesetzt und gelten vielen als zutreffende Aussagen, die nicht mehr überprüft werden müssen – was in der alltäglichen journalistischen Praxis ohnehin kaum geschieht und noch seltener geworden ist, seit das Personal in Zeitungs- und Zeitschriftenredaktionen zusammengestrichen wird. Viele Ressorts werden von »Generalisten« betreut, die kaum über das nötige Fachwissen verfügen. Für das Aufkommen und die Publikation auch neuer Medienlegenden ist das die ideale Voraussetzung.

Die Anfänge von Netflix

Zugespitzt zeigt sich die Problematik der ungeprüften Übernahme von Tatsachenbehauptungen und Werturteilen in der Berichterstattung über Fernsehen und Streaming-Wirtschaft am Beispiel des US-amerikanischen Medienunternehmens Netflix. Dabei geht es wohlgemerkt nicht um einzelne Versehen – gegen Fehler ist niemand gefeit –, sondern eine beträchtliche Zahl von Rezensionen, die in der Summe zur Bildung medialer Überlieferungen und zur Zementierung bestimmter Irrtümer beigetragen haben.

> Zugespitzt zeigt sich die Problematik der ungeprüften Übernahme von Tatsachenbehauptungen und Werturteilen in der Berichterstattung über Fernsehen und Streaming-Wirtschaft am Beispiel des US-amerikanischen Medienunternehmens Netflix.

Zur besseren Einordnung sei kurz an die Anfänge von Netflix erinnert: Das Unternehmen begann als Online-Videothek. DVDs wurden postalisch zugestellt und vom Kunden nach Ablauf einer bestimmten Ausleihzeit zurückgesandt. Anfangs erfolgte die Bezahlung über Einzelabrechnungen, später gab es ein Abonnementmodell. Das Unternehmen überstand mehrere Krisen, war auch mal von einer Übernahme bedroht. Früh schon sann man auf eine Möglichkeit, den kostenträchtigen Versand durch eine eigene Gerätelösung zu ersetzen. Die Apparatur sollte Filme über mehrere Stunden hinweg, beispielsweise über Nacht, via Internet laden und dann abspielen können. Diese Entwicklung erübrigte sich, als die Datenleitungen leistungsfähiger wurden und neue Technologien eine qualitativ vertretbare Direktübertragung ermöglichten, das Streaming audiovisueller Produkte.

2007 gründete Netflix, dem Vorbild Youtube folgend, eine Streaming-Abteilung. Zwar wuchs das Angebot in diesem Sektor rapide, weil binnen kurzem der Katalog attraktiver Filme erweitert werden konnte. Dennoch verlor Netflix im Zuge der Umstellung anfangs Kunden und damit an Börsenwert. Das Unternehmen reagierte und die Programmabteilung begann, exklusive Inhalte zu akquirieren, um eine Sonderstellung auf dem Markt zu erlangen.

Zugleich verfolgte das Unternehmen eine clevere Marketingstrategie: Fernbedienungen von internetfähigen Fernsehgeräten wurden – in den USA ab 2011, in Europa ab 2015 – mit einer Direktwahltaste für das Netflix-Menü ausgestattet. Beobachter der Elektronikbranche gehen davon aus, dass Netflix für dieses Privileg bezahlen musste. Fraglos verfügte das Unternehmen fortan über einen Wettbewerbsvorteil, der wesentlich dazu beitrug, dass Netflix und Streaming heutzutage oft synonym verstanden werden. 2010 begann mit der Ausdehnung nach Kanada die internationale Expansion des bislang nur in den Vereinigten Staaten verfügbaren Dienstes. In Deutschland betrat das Unternehmen im Jahr 2014 den Markt, also acht Jahre nach dem einheimischen Anbieter Maxdome, der der Pro-Sieben-Sat.1-Gruppe angehört.

Medienlegende »Netflix-Serie«

Schon 2006 hatte Netflix begonnen, mit seinem Tochterunternehmen Red Envelope Entertainment Spiel- und Dokumentarfilme zu vertreiben und zu produzieren. Zu den bekanntesten Titeln zählen »Chanson der Liebe«, »2 Tage Paris« und der vielfach preisgekrönte Cannes-Gewinner »4 Monate, 3 Wochen und 2 Tage« (alle 2007). Diese

Aktivitäten wurden 2008 auf Betreiben konkurrierender Lizenzgeber aus der Filmwirtschaft eingestellt.

Nach der Umstellung des Filmverleihs auf Streaming vertrieb Netflix, das sich auf dem US-Markt unter anderem gegen Hulu, Amazon, HBO Go, Vudu und Apple TV behaupten musste, exklusive Inhalte, um verlorene Kunden zurückzugewinnen. Diese sind indes nicht zwingend Eigenproduktionen. Exklusivangebote werden als »Netflix Original« annonciert, was nur bedeutet, dass die Produktion in der jeweiligen Verwertungsregion von keinem anderen Anbieter vertrieben werden kann. Netflix-Serien teilen sich auf in echte Eigenproduktionen, Koproduktionen und exklusiv erworbene Lizenzware. In der deutschen Medienberichterstattung, die mittlerweile das Kompositum »Netflix-Serie« pauschal als Qualitätsbegriff verwendet, finden diese Differenzen kaum Beachtung. Dem Publikum bleiben dies Unterschiede verborgen.

Ein Beispiel aus der jüngeren Zeit: Das Teenagerdrama »The End of the F***ing World« (2017) wurde von der *Süddeutschen Zeitung* als »britische Netflix-Serie« besprochen. Der *Musikexpress* beschreibt die Comicadaption als »schwarze Netflix-Dramedy«. Gleichlautende Formulierungen finden sich in vielen Berichten. Suggeriert wird der Leserschaft, dass Netflix der redaktionell verantwortliche Auftraggeber ist. Tatsächlich entstand die Serie auf Veranlassung des britischen Fernsehsenders Channel 4, wurde dort erstaufgeführt und im zugehörigen Video-on-Demand-Portal All 4 auf den britischen Inseln gezeigt. Netflix erwarb die Streaming-Rechte für alle übrigen Länder und nahm die Serie gut zwei Monate später ins Programm. Die Entwicklungsarbeit hatten die Produktionsfirma Clerkenwell Films und Channel 4 geleistet. Sinnigerweise ist »The End of the F***ing World« eine Low-Budget-Produktion und unterscheidet sich somit von den teuren Prestigeprojekten, die Netflix, Amazon und andere Anbieter gern in den Mittelpunkt ihrer Öffentlichkeitsarbeit stellen.

Ian Katz, Programmleiter von Channel 4, reagierte im Gespräch mit dem Online-Portal *Deadline.com* ausgesprochen ungehalten auf die Vermarktungsstrategie von Netflix: »Beim nächsten Mal werden wir die Serie auf unserem Sender komplett zeigen. Anschließend wird es die übliche Sperrfrist von einem Jahr geben, bevor das Publikum die Serie bei Netflix sehen kann. Es geht mir gegen den Strich, dass die Menschen denken, es handle sich um eine Netflix-Serie. Ich beanspruche entschieden das geistige Eigentum. ›The End of the F***ing World‹ ist eine reine Channel-4-Produktion.«

Ruft man als Abonnent das Angebot von Netflix auf, bekommt man eine nach unterschiedlichen Kriterien zusammengestellte Auswahl an Serien angezeigt, darunter die Rubrik »Beliebt auf Netflix«. Eine Stichprobe an einem beliebigen Tag erbrachte folgende Liste: »The Blacklist«, »Vikings«, »Narcos«, »Prison Break«, »Altered Carbon«, »Breaking Bad«. Nur zwei der Serien, »Narcos« und »Altered Carbon«, sind »Netflix Originals«. Bei den übrigen handelt es sich um Übernahmen von Fernsehsendern und Spartenkanälen, die auch von anderen Streaming-Anbietern bezogen werden können. Sie als »Netflix-Serie« auszuweisen, wäre so, als würde man »James Bond: Spectre« zum »ZDF-Film« erklären, nur weil dieser Sender die Verwertungsrechte für Deutschland innehat.

> Fernbedienungen von internetfähigen Fernsehgeräten wurden – in den USA ab 2011, in Europa ab 2015 – mit einer Direktwahltaste für das Netflix-Menü ausgestattet.

Netflix arbeitet wie alle anderen Streaming-Anbieter weiterhin nach Art einer Videothek und bietet neben Spartenprogrammen die großen Kinoerfolge der letzten Jahre an. Genaue Abrufzahlen gibt das Unternehmen nicht bekannt, sondern meldet nur die Erfolge eigener Film- und Serienproduktionen. Zeitweilig unterhielt Netflix Lizenz- oder Erstverwertungsverträge mit vielen großen Hollywood-Studios wie Warner Bros., Universal Pictures, Sony Pictures und Walt Disney (einschließlich 20th Century Fox, mittlerweile 20th Century Studios), die Kino- wie auch Fernsehproduktionen herstellen. Die selbstproduzierten, im Hause redaktionell betreuten Erzählserien werden zwar in werbestrategischer Absicht besonders hervorgehoben, machen aber nur einen Teil des umfangreichen Gesamtangebots aus. Dazu gehören auch ältere und neue Serien der deutschen öffentlich-rechtlichen Sender wie »Armans Geheimnis«, »Bad Banks«, »Berlin, Berlin«, »Charité«, »Hubert und Staller«, »Mord mit Aussicht«, »Schuld nach Ferdinand von Schirach«oder »Weissensee«. Die verbreitete Fama, dass Netflix am laufenden Band für Premiumserien verantwortlich zeichne, während das öffentlich-rechtliche Fernsehen prinzipiell minderwertige Produktionen hervorbringt, ist mithin falsch. Auch der Nimbus des stets Progressiven, mit dem sich das Unternehmen umgibt, litt in jüngster Zeit etwas. So bewies Netflix mit der Koproduktion »Shaft«, einer Fortsetzung des gleichnamigen Kinoklassikers, dass die Redakteure des Unternehmens bereit sind, misogyne, homophobe und gewaltverherrlichende Inhalte zu akzeptieren.

Medienlegende »House of Cards«

Fälschlicherweise gilt die 2013 veröffentlichte US-Adaption der britischen Serie »House of Cards« (1990) als erste von Netflix selbst produzierte Serie. Tatsächlich hatte die unabhängige Produktionsfirma Media Rights Capital (MRC) alles vorbereitet: Sie hatte die Neuverfilmungsrechte am gleichnamigen Roman des früheren Tory-Politikers und Öffentlichkeitsarbeiters Michael Dobbs erworben; auch hatte sie den Hauptdarsteller Kevin Spacey, den Regisseur David Fincher, der zuvor selbst schon auf die britische Serie aufmerksam geworden war, und den Drehbuchautor Beau Willimon für das Vorhaben gewinnen können.

Das »House of Cards«-Produktionspaket inklusive Drehbuch für die Pilotepisode wurde, wie in der Branche üblich, unter anderem den Abonnementkanälen HBO, Showtime und AMC angeboten. Netflix stach die Bewerber mit einer branchenunüblich hohen Summe aus und verzichtete entgegen der gängigen Praxis auf Ansichtsmaterial in Form einer sendefähigen Pilotepisode. Marktanalysen hatten ergeben, dass die Kunden von Netflix am Genre des Politthrillers besonders interessiert waren, Kinofilme mit Spacey sowie solche von Fincher beim Streaming-Dienst häufig abgerufen wurden und dass, so berichtete die *New York Times*, die DVDs der Originalserie bei der Versandabteilung gefragt waren. Nicht von ungefähr verweist die Autorenangabe der Neuverfilmung auf das britische Vorbild: »Based on the mini-series by Andrew Davies«. Anfangs erwarb Netflix ausschließlich die Streaming-Rechte für den US-Markt. Die übrigen Rechte verblieben bei Media Rights Capital, weshalb die Serie in Deutschland bei Sky Atlantic HD Premiere hatte und

anschließend, mit mäßigem Erfolg, bei Pro Sieben Maxx und Sat.1 zu sehen war. Netflix war in dieser Verwertungskette nachgeordnet und ist keineswegs der Exklusivanbieter von »House of Cards«. Es gibt die Serie auch im Angebot von Amazon, Google Play, iTunes, Maxdome, Microsoft, Sky Ticket, Sky Go, Videoload (jeweils alle sechs Staffeln), Sony (fünf Staffeln), Rakuten TV (drei Staffeln), Chili (zwei Staffeln) und Joyn (eine Staffel).

Nicht selten wird die Neufassung von »House of Cards« als Prototyp neuartiger, hochwertiger Erzählserien bezeichnet. Schon der Blick auf das Startjahr widerlegt dieses sich hartnäckig haltende Fehlurteil. Diverse vom Feuilleton kanonisierte Titel hatten lange vor der US-Version von »House of Cards« Premiere. Einige Beispiele sind »The Sopranos« (1999), »The Wire« (2002), »Mad Men« (2007) und »Breaking Bad« (2008). Erinnert sei auch an weiter zurückliegende Qualitätsproduktionen wie Francis Ford Coppolas »The Godfather: A Novel for Television« (1977), »Roots« (1977) und »Holocaust« (1978).

Wobei sich das deutsche Feuilleton vorrangig an der US-Fernsehgeschichte orientiert. Man schaue zur Erweiterung der Perspektive nur mal nach Großbritannien mit seiner großen Serientradition und innovativen Titeln wie »I, Claudius« (1976), »The Singing Detective« (1986), »Queer as Folk« (1999), »Spooks« (2002), »State of Play« (2003), »Life on Mars« (2006), »Skins« (2007), »Luther« (2010), »Guerrilla« (2017), »Black Earth Rising« (2018) und viele mehr. Darunter nicht zuletzt die Originalfassung von »House of Cards«. In Deutschland war sie 1992 unter dem Titel »Ein Kartenhaus« in der ARD zu sehen.

Die Berücksichtigung weiterer Länder würde vermutlich ähnliche Ergebnisse erbringen. Sogar in Deutschland: 1984 wurde die mehrteilige Fernsehfassung von Wolfgang Petersens »Das Boot« noch vor der deutschen Ausstrahlung mit unerwartetem Erfolg vom Kofinanzier BBC im Original mit englischen Untertiteln in Großbritannien aufgeführt. In Westdeutschland zog Das Erste im Februar 1985 nach, der Marktanteil lag bei sechzig Prozent. Laut dem US-Autor David Bianculli lief »The Boat« bereits 1985 im US-Kanal Bravo.

Doch selbst die auf die USA verengte Darstellung ist lückenhaft. Eine in Deutschland kaum beachtete Serie, deren Urheber tatsächlich mit neuen Erzählformen und ungewöhnlichen Inhalten aufwarteten, war »Oz«, eine HBO-Produktion aus dem Jahr 1997, erdacht von Tom Fontana, der wie der »The Wire«-Schöpfer David Simon zuvor an der gleichfalls innovativen Polizeiserie »Homicide – Life on the Street« (1993) beteiligt war. Vor diesem Hintergrund lässt sich schlussfolgern: Die Qualitätsserien des sogenannten »Dritten Goldenen Zeitalters des (US-)Fernsehens« hätten sich auch ohne Netflix und Amazon entwickelt.

Medienlegende »Der große Freiraum«

Journalistische Texte, in denen Netflix und Amazon Erwähnung finden, vermitteln häufig den Eindruck, dass diese Unternehmen als Auftraggeber beste Arbeitsmöglichkeiten bieten – künstlerische Freiheit bei großzügiger Bezahlung. Für Produktionsfirmen ist es tatsächlich günstig, dass die Streaming-Anbieter zumeist alle Folgen einer Serienstaffel gleichzeitig veröffentlichen. Entsprechend wird von vornherein eine große Zahl an Episoden geordert, während herkömmliche Programmveranstalter, insbesondere die gewinnorientierten, üblicherweise zögerlicher vorgehen und erst einmal die Resonanz des

Publikums abwarten. In der US-amerikanischen Fernsehbranche war es lange gängige Praxis, zunächst eine Pilotfolge auszustrahlen und die Zuschauerdaten auszuwerten, ehe weitere Episoden in Auftrag gegeben wurden.

Für US-amerikanische Produktionsfirmen liegt ein großer Vorteil darin, dass die Streamer die erworbenen Rechte gleich bei Vertragsbeginn abgelten, während sich die Serien bei den werbefinanzierten Senderketten erst mit Auswertung der Wiederholungs-, Auslands- und sonstigen Nebenrechte amortisieren. Bei Netflix müssen sie nicht in Vorleistung treten.

Diese Vertragsgestaltung hat für die Filmemacher auch Nachteile, wie der britische Produzent, Autor und Regisseur Peter Kosminsky 2018 im Gespräch mit der *Zeit* hervorhob: »Mein Freund Andy Harries, der ›The Crown‹, die Netflix-Serie über Königin Elisabeth, produziert hat, weiß bis heute nicht, wie viele Leute seine Serie gesehen haben. Er ist nicht an den Gewinnen dieser Serie beteiligt, die überall auf der Welt abgerufen wird. Er hat lediglich zu Beginn einen sehr großen Betrag bekommen. Dieses Geschäftsgebaren wird unabhängige Produktionsfirmen vom Markt verdrängen.«

In Deutschland haben im März 2020 der Bundesverband Schauspiel und die Gewerkschaft Verdi Vergütungsregeln mit Netflix ausgehandelt, die den Serienschöpfern eine Beteiligung am wirtschaftlichen Erfolg von »Netflix Original«-Serien garantieren.

Diese Gelder fließen allerdings nur, wenn die Produktionen auch im Programm bleiben, wofür es keine Gewähr gibt. Für die Netflix-Serie »Sense8«, ein verschrobenes Esoterikepos von den Geschwistern Lana und Lilly Wachowski sowie J. Michael Straczynski, existieren laut US-Berichten Drehbücher für fünf Staffeln. Netflix aber beendete die Serie nach zwei Staffeln mit der Begründung, angesichts der wenigen Zuschauer seien die immensen Produktionskosten nicht gerechtfertigt. Die tragikomische Serie »Everything Sucks!« wurde trotz guter Kritiken nach nur zehn Folgen abgebrochen.

Ähnlich erging es den Produzenten der deutschen Gangsterserie »Skylines«. Die erste Staffel der Serie hat ein offenes Ende, eine Fortsetzung wird es allerdings nach derzeitigem Stand nicht geben. Auch ein Wechsel zu einem anderen Auftraggeber dürfte schwer sein, denn, so Peter Kosminsky, Netflix sichere sich die entsprechenden Rechte, auch wenn die Produktion abgebrochen wird: »Bei Netflix haben die Filmemacher keine Abnahmegarantie für ihre Ideen. Sie geben die Rechte an ihrem geistigen Eigentum ab. Wenn Netflix nein sagt, können sie ihre Stoffe nirgendwo anders anbieten, weil sie exklusiv an das Unternehmen gebunden sind.«

> Netflix-Serien teilen sich auf in echte Eigenproduktionen, Koproduktionen und exklusiv erworbene Lizenzware. In der deutschen Medienberichterstattung, die mittlerweile das Kompositum »Netflix-Serie« pauschal als Qualitätsbegriff verwendet, finden diese Differenzen kaum Beachtung. Das Publikum nimmt die Unterschiede gar nicht wahr.

Der österreichische Theater- und Fernsehdarsteller Jürgen Maurer äußerte sich in einem Interview mit *Der Standard* ablehnend über Netflix: »Ich hatte ein Netflix-Angebot, das ich

sofort mit schallendem Gelächter abgelehnt habe, weil Netflix einem Drei- bis Vierjahresknebelverträge auf den Tisch legt, wo einem die Kipfler bis auf die Tischplatte runterfallen. Die Verträge führen sehr detailliert aus, was man alles nicht machen darf, wobei aber nicht einmal garantiert ist, dass man in der Serie bleibt. Man wird sehr exklusiv gebucht mit sehr wenig konkreter, gesicherter Screentime.« Maurer kommt zu dem Schluss: »Ich werde mich nicht exklusiv wegsperren lassen für eine Netflix-Serie, die womöglich für den Konzern selbst ein Versuchsballon ist.«

Der US-Erfolg von »Deutschland 83« und andere Irrtümer

All das belegt exemplarisch den saloppen Umgang mit den Tatsachen. Manche Texte zum Thema Fernsehen und speziell zu Erzählserien lesen sich, als seien sie auf Basis von Hörensagen verfasst worden – ohne vorheriges Faktenstudium, ohne gewissenhafte Bestandsaufnahme, ohne die nötige Sachkenntnis. Das zeigt sich etwa darin, dass geläufige Genrebegriffe wie »Sitcom« und »Soap Opera« verwechselt oder Fachtermini wie »Writers' Room« oder »Showrunner« falsch verwendet werden.

Selbst das Goethe-Institut serviert schon mal falsche Informationen. Auf der Website heißt es: »Traditionell haben erfolgreiche deutsche Fernsehserien keine Autorenzimmer oder serielle Erzählungen als Teile ihrer Struktur.« Ein »Writers' Room« aber ist kein »Autorenzimmer«, sondern eine Autorenkonferenz. Und zur Historie sei angemerkt: In der BRD wurde schon 1959 mit »So weit die Füße tragen« ein Mehrteiler mit serieller Erzählstruktur gedreht. Ähnliche Produktionen gab es in der DDR, zum Beispiel ab 1973 »Das unsichtbare Visier« mit Armin Mueller-Stahl, eine Fortsetzungsgeschichte in 16 Teilen.

Auf der Seite des Goethe-Instituts findet sich ebenfalls die Behauptung, die RTL-Serie »Deutschland 83« sei »als erste deutsche Serie überhaupt von einem US-amerikanischen TV-Sender gekauft« worden. Eine gleichlautende Meldung verbreitete die Nachrichtenagentur DPA: »Das deutsche Fernsehen lebt von amerikanischen Serien, deren Qualität von peinlich bis exzellent reicht, aber eine deutsche Serie hat es noch nie ins gelobte Land des Fernsehens geschafft.« Die Darstellung fand große Verbreitung, und so gelangte ein weiterer Irrtum in die öffentliche Meinung. Denn Edgar Reitz' »Heimat« wurde in der untertitelten deutschen Originalfassung 1985 und 1987 im US-Fernsehen gezeigt, Wolfgang Petersens schon erwähnte Serienfassung von »Das Boot« in einer englischen Version. RTL selbst ist seit Jahren mit einer völlig anderen Serie weitaus erfolgreicher in den USA: Die Actionserie »Alarm für Cobra 11 – Die Autobahnpolizei« läuft dort, synchronisiert, dienstags zur Hauptsendezeit auf dem spanischsprachigen Sender V-Me. Jede Episode wird mehrmals pro Woche wiederholt.

Zum Vergleich: »Deutschland 83« wurde von Sundance TV im Spätprogramm ausgestrahlt, im Original mit englischen Untertiteln. Dabei handelt es sich um einen kleinen Spartensender mit geringer Reichweite. Dort brachte es »Deutschland 83« zum Auftakt auf 66 000 Zuschauer. Die höchste Reichweite lag bei 143 000 Zuschauern. *Bild Online* lärmte anlässlich der Deutschlandpremiere: »In den USA ist die Serie ›Deutschland 83‹ jetzt schon ein Riesen-Erfolg!« Eine verwegene Aussage, die bis heute auch von seriöseren Zeitungen verbreitet wird.

Das Fernsehen verdient mehr Respekt

Etwa seit 20 Jahren finden Serienerzählungen des Fernsehens in Deutschland auch in Kreisen mit hochkulturellen Vorlieben ein Publikum. Zwar wurden Fernsehereignisse wie »Holocaust«, »Dallas«, »Berlin Alexanderplatz«, »Miami Vice« oder »Das Geheimnis von Twin Peaks« auch in gehobenen Feuilletons und Kulturzeitschriften diskutiert. Dennoch galten Fernsehserien aus Warte von Teilen der Bildungselite als triviale Unterhaltung für bildungsferne Schichten. Diese Ablehnung des Fernsehens veranlasste cinephile, um Distinktion ringende Publizisten zu der Behauptung, in den USA werde zwischen der Kino- und Fernsehproduktion traditionell strikt getrennt. Tatsächlich sind Kino und Fernsehen in den USA seit Beginn des dortigen Sendebetriebs Bestandteil derselben Branche und wirtschaftlich wie personell eng verwoben. Obwohl medienhistorisch in direkter Linie vom Kino abstammend, galt die Fernsehserie ihren deutschen Verächtern als industriell gefertigtes Massenprodukt ohne kulturellen Wert. Ignoranz hinderte die Kritiker, Serienproduktionen mit höherem Niveau zur Kenntnis zu nehmen. Exemplarisch sei hingewiesen auf die surreale britische Agentenserie »The Prisoner« aus dem Jahr 1967, die, lässt man den filmtechnischen Fortschritt außer Acht, noch im Jahr 2020 für Aufsehen sorgen würde und im akademischen Bereich bis heute intensiv beforscht wird.

Womit schon gesagt ist, dass die wissenschaftliche Beschäftigung mit Erzählserien Tradition hat, insbesondere in den USA. Dort existiert eine Fülle an populärwissenschaftlicher und gehobener Fachliteratur zur Geschichte des seriellen Erzählens schlechthin, zu einzelnen Genres, zu wirtschaftlichen, psychologischen, soziologischen Aspekten. Eine Kapitelüberschrift aus David Biancullis Standardwerk »Teleliteracy« (1992) lautet: »Television Deserves More Respect«.

> Der Nimbus des stets Progressiven, mit dem sich das Unternehmen umgibt, litt in jüngster Zeit etwas. So bewies Netflix mit der Koproduktion »Shaft«, dass die Redakteure des Unternehmens bereit sind, misogyne, homophobe und gewaltverherrlichende Inhalte zu akzeptieren.

Bemühungen, Kriterien zur Beurteilung von Serienqualität zu formulieren, gab es in den USA schon lange vor dem in Deutschland um das Jahr 2000 herum eingetretenen Rezeptionswandel. Wichtige Anstöße lieferte die 1984 gegründete Verbraucherorganisation Viewers for Quality Television (VQT), die eine eigene Zeitschrift unterhielt und jährlich Fernsehpreise vergab. Die Liste der Preisträger allein macht deutlich, dass das kommerzielle Fernsehsystem der USA zwischen 1984 und 2000 – in diesem Jahr musste der gemeinnützige Verband sein Engagement aus finanziellen Gründen einstellen – eine beachtliche Anzahl hochwertiger Serien ausstrahlte, von denen spätestens mit Aufkommen der kommerziellen Anbieter etliche auch auf deutsche Bildschirme gelangten.

In Deutschland befassten sich ebenfalls diverse wissenschaftliche Disziplinen mit der Fernsehserie. In den Feuilletons, selbst in den Medienfachzeitschriften, spiegelte sich nur wenig davon wider. Die einschlägigen Veröffentlichungen etwa von Knut Hickethier, Irmela Schneider, Günter Giesenfeld, Brigitte Scherer, um nur einige wenige zu nennen, wurden vorrangig in Fachkreisen zur Kenntnis genommen. Es scheint, als hätten Redaktionen an

kontextualisierenden Beiträgen zum Thema wenig Interesse oder schlicht nicht den nötigen Raum für sie. Populärer jedenfalls ist die Behauptung des Neuen, sind Berichte über angebliche »Revolutionen«, »Innovationen« oder »Brüche« mit dem Hergebrachten. Diese Sicht erlaubt zugleich, sich als Teil der rezipierenden Avantgarde zu präsentieren.

Riese auf tönernen Füßen

Nicht zuletzt wirken medienpolitische Motive auf die Berichterstattung ein. So werden Netflix und Amazon als angeblich funktionierendes kommerzielles Gegenmodell zu den bei Teilen der Medienwirtschaft unbeliebten öffentlich-rechtlichen Anstalten vorgeführt. Unerwähnt bleibt zumeist, dass es sich bei Netflix um einen Riesen auf tönernen Füßen handelt. Der weltweit tätige Streaming-Gigant ist hochverschuldet und bereinigt seine Bilanzen regelmäßig durch in den USA gestattete buchhalterische Tricks. Über kurz oder lang hätte Netflix vermutlich versucht, über Preiserhöhungen oder den Ausbau der jetzt schon intensiv betriebenen integralen Werbung – das sogenannte *product placement* beziehungsweise *brand integration* – in die schwarzen Zahlen zu kommen. Doch dann kam die Covid-19-Pandemie und brachte Netflix unerwartet viele Neuabonnements. Diese können aber die finanziellen Verluste der vergangenen Jahre nicht ausgleichen. Neue Herausforderungen stellen sich in Gestalt potenter Mitbewerber wie Disney, das auch Mehrheitsanteile an Hulu hält, sowie Apple. Netflix muss hohe Beträge investieren, um die nicht mehr verfügbaren Kino-, Direct-to-Video- sowie Fernsehproduktionen aus dem Hause Disney zu kompensieren und weiterhin attraktive Premieren anbieten zu können. Der für Qualitätsproduktionen bekannte Abonnementkanal HBO hat ebenfalls einen Streaming-Dienst aufgenommen. Disney plant angeblich, nach der Etablierung von Disney+ auch Hulu international zu verbreiten.

Die Marktbeobachtung wird spannend bleiben in den nächsten Jahren. Ebenso die Frage, ob und wie lange die medienbegleitende Publizistik den Firmennamen Netflix trotz der inhaltlichen und handwerklichen Disparität des Programmangebots weiterhin als Gütesiegel verwenden wird.

Harald Keller *studierte* ***Literatur-, Medien- und Kunstwissenschaften*** *in Osnabrück und promovierte 2008 mit dem Thema »Konversationen, Konfrontationen, Kontroversen. Vom Hörfunkgespräch zur Gerichtsshow. Und der Sonderfall ›Big Brother‹«. Keller arbeitet als* ***Autor und freier Journalist*** *mit dem Schwerpunkt* ***Film, Fernsehen und Kultur*** *unter anderem für die »Frankfurter Rundschau«, »FAZ« und »Taz«. Er ist Verfasser des* ***Lexikons »Kultserien und ihre Stars«*** *und des 2009 im Fischer-Verlag erschienenen Sachbuchs* ***»Die Geschichte der Talkshow in Deutschland«****.*

© Jungle World Verlags GmbH