

'Qualitätsserien' und Produkt- und Prozessinnovationen: Aushandlungen in der deutschen Fernsehbranche

Krauß, Florian

Veröffentlichungsversion / Published Version

Konferenzbeitrag / conference paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Krauß, F. (2020). 'Qualitätsserien' und Produkt- und Prozessinnovationen: Aushandlungen in der deutschen Fernsehbranche. In C. Wellbrock, & C. Zabel (Hrsg.), *Innovation in der Medienproduktion und -distribution - Proceedings der Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der DGPUK 2019, Köln* (S. 137-150). Stuttgart: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. <https://doi.org/10.21241/ssoar.68103>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

‘Qualitätsserien‘ und Produkt- und Prozessinnovationen: Aushandlungen in der deutschen Fernsehbranche

Florian Krauß

Universität Siegen, Medienwissenschaftliches Seminar

Zusammenfassung

*Der Beitrag untersucht, wie Fernsehschaffende in Deutschland gegenwärtig ‚Qualitätsserien‘ und damit verknüpft Innovationen aushandeln. Zunächst stehen Diskurse zu Produktinnovationen im Vordergrund: Die Produzierenden erkunden Qualität und Innovation in Fernsehserien und ihrer Narration. Der zweite Teil fokussiert sich auf Diskurse zu Prozessinnovationen: Welche Entwicklungs- und Produktionsweisen stellen aus Sicht der Fernsehschaffenden Innovationen dar und ermöglichen das Entstehen von Innovation und Qualität? Zentrale Grundlage sind 13 Expert*inneninterviews mit Drehbuchautor*innen, Redakteur*innen, Produzent*innen und Regisseuren im Untersuchungszeitraum 2016 bis 2019. Die Analyse greift auf zwei theoretische Rahmungen zurück: Einerseits ist Boris Groys kulturphilosophisches Modell eine fruchtbare Grundlage, um künstlerisch-kulturelle Dimensionen der Produktinnovation zu berücksichtigen. Andererseits wird das Modell der Projektnetzwerke herangezogen, um die Diskurse zu der netzwerkförmigen, historisch gewachsenen Zusammenarbeit und zu möglichen Prozessinnovationen einzuordnen.*

Keywords: Deutsches Fernsehen, Fernsehindustrie, Fernsehserie, Quality TV, Media Industry Studies, Innovation

Summary

The article examines how television professionals in Germany are currently negotiating 'quality series' and, in this context, innovations. Initially, the focus is on discourses on product innovations: the practitioners explore quality and innovation in television series and their narration. The second part concentrates on discourses on process innovations: Which development and production methods represent innovations from the perspective of television professionals and enable the emergence of innovation and quality? Based on 13 expert interviews with scriptwriters, commissioning editors, producers and directors in the period 2016 to 2019, the analysis draws on two theoretical frameworks: On the one hand, Boris Groy's cultural-philosophical model is a fertile basis for considering the artistic-cultural dimensions of product innovation. On the other hand, the model of project networks is used to classify the discourses on networked, historically grown cooperation and on possible process innovations.

Keywords: German television, television industry, TV series, Quality TV, Media Industry Studies

Akademische Auseinandersetzungen mit der ‚Qualitätsserie‘ haben immer wieder Fragen der Innovation tangiert, insbesondere wenn sie die Differenz zum ‚herkömmlichen‘ Fernsehen und insofern das Neue betonten. „Quality TV is best defined by what it is not: It is not ‘regular’ TV“, stellte Robert J. Thompson (1996: 13) bereits 1996 im Vorwort seines Sammelbandes *Television’s Second Golden Age* fest, mit dem er die ‚Qualitätsserie‘ bzw. das serielle ‚Quality TV‘ als Sammelbegriff in der wissenschaftliche Debatte maßgeblich verankert hat (vgl. Schlütz 2016: 55). Verwandt mit Thompsons breit rezipiertem Kriterienkatalog (Thompson 1996: 13-16, vgl. auch Blanchet 2011: 43-68) schrieb Trisha Dunleavy (2009) „‘high-end’ series and serials“ vor allem fünf Innovationsstrategien zu: erstens eine Vermischung verschiedener Genres (vgl. auch Blanchet 2011: 58f.); zweitens eine größere Einflussnahme von Autor*innen (vgl. u.a. auch McCabe/Akass 2007: 71); drittens eine zunehmende narrative Komplexität (vgl. auch Rothemund 2012: 11); viertens ein serielles Erzählen, das Zuschauer*innen bindet sowie fünftens das Streben nach einer visuellen Qualität, in deren Folge die Grenzen zwischen Fernsehen und Kino verschwimmen (vgl. auch Caldwell 2001: 166f.). In der Gegenwart lässt sich freilich fragen, inwiefern die hier behaupteten, bei Einzelfallbetrachtungen (z.B. Jahn-Sudmann/Starre 2013: 108) ohnehin strittigen Punkte noch als innovativ einzustufen sind. Die „new aesthetic approaches“ (Thompson 2007: xix) des seriellen ‚Quality TV‘ sind, wie Thompson (ebd.) später selbst eingeräumt hat, längst zu neuen Formeln geworden. Auf ästhetische und narrative ‚Qualität‘ oder Differenz hin ausgerichtete Serien sind heute in verschiedene Bereiche des Fernsehens und seiner Ausweitung in einer „multiplatform digital landscape“ (Bennett 2016: 124) anzutreffen – auch jenseits der US-amerikanischen Fernsehlandschaft, etwa in der deutschen Fernsehfiktion.

Tanja Deuerling diagnostizierte 2016 für das deutsche Fernsehen: „Die anspruchsvolle Serie ist unumstritten ‚das nächste große Ding‘, die Innovation“ (2016: 15, Hervorhebung im Original). Mein Beitrag untersucht genauer, wie Fernsehschaffende hierzulande ‚Qualitätsserien‘ und damit verknüpft Innovation aushandeln. „[N]euartige Produkte oder Verfahren“, die Jürgen Hausschildt (1993: 4) unter Innovation fasst, werden vor allem in Hinblick auf Narration und Drehbuchentwicklung beleuchtet, zwei verknüpfte Aspekte, deren Bedeutung wissenschaftliche

Auseinandersetzungen mit der ‚Qualitätsserie‘ (z.B. Schlütz 2016: 84f.) als auch jüngere Diskussionen in der Fernsehbranche (z.B. Kontrakt 18, vgl. Gangloff 2018) betont haben. Zentrale Grundlage sind 13 leitfadengestützte, transkribierte Expert*inneninterviews mit Drehbuchautor*innen, Redakteur*innen, Produzent*innen und Regisseuren im Untersuchungszeitraum 2016 bis 2019. Sie wurden nach Michael Meusers und Ulrike Nagels Methodenempfehlung, entlang der zentralen Schritte Paraphrase, Überschriften, thematischer Vergleich, Kategorienbildung und medienwissenschaftliche Konzeptualisierung (1991: 453-466), ausgewertet. Die Interviewpartner*innen wurden im Rahmen einer umfassenderen, in den *Media Industry Studies* (z.B. Havens et al. 2009: 246-250) angesiedelten Produktionsstudie[1] zur deutschen Fernsehserien-Industrie über die Fallbeispiele *Deutschland* (*Deutschland* 83/86/89, D 2015–), *4 Blocks* (D 2017–2019), *Dark* (D 2017–) und *Mitten in Deutschland: NSU* (2016) ausgewählt. Dass jenen Produktionen neben Qualität Innovation bescheinigt worden ist, zeigt der Blick auf die Jurybegründungen für die jeweilige Auszeichnung mit dem Grimme-Preis: *Deutschland* 83 beispielsweise wurde attestiert, „der Anfang für neues serielles Erzählen in Deutschland“ (Grimme Institut 2016) zu sein. Als Grundlage der Interviewrekrutierung sind die vier Beispiele aber vor allem deshalb instruktiv, weil sie verschiedene zentrale Produktionsbereiche in der deutschen Fernsehindustrie abbilden: die föderale, öffentlich-rechtliche ARD, aus der jeweils verschiedene Landesrundfunkanstalten (unterstützt vom MDR und der Degeto) die drei NSU-Filme mit Schnittstellen zur Miniserie verantworteten; der Pay-TV-Sender TNT Serie, der mit dem Mafiathriller *4 Blocks* seinen bisher größten Erfolg feierte; der Streaminganbieter Netflix, für den das Mystery-Rätselspiel *Dark* die erste deutschsprachige Produktion bildete und der werbefinanzierte Privatsender RTL, von dem aus *Deutschland*, der Hybrid aus Historien- und Coming-of-Age-Serie, weiter zu Amazon Prime Video zog, dem zentralen Financier und Distributor ab Staffel zwei.

In den Interviews kommt Innovation als in der Alltagssprache verankerter Begriff explizit vor. Sie ist aber auch indirekt festzustellen, wenn die Fernsehschaffenden Ausbrüche aus bestehenden Schemata, verknüpfte Risiken und Hindernisse thematisieren. Grundsätzlich beschäftigen sie sich in ihrem ‚Qualitätsserien‘-Diskurs, der sich mit

entsprechenden Wertungsdebatten in Wissenschaft (vgl. Weber 2019: 240) und im Feuilleton (vgl. Koepsel 2015) überlappt, nicht allein mit ökonomischen oder unternehmerischen, sondern ebenso mit künstlerischen Aspekten. Die Fernsehschaffenden lassen insofern häufig ein „an den Regeln der Kunst ausgerichtetes Qualitäts- und Innovationsverständnis“ (Zabel 2009: 134) erkennen. Im Vordergrund ihrer Aushandlungen stehen insbesondere Produktinnovationen, bei denen es um Qualität und Innovation von Fernsehserien geht, und Prozessinnovationen, was die Entwicklung und Produktion solcher Medientexte angeht.

Der Beitrag strukturiert sich nach diesen beiden zentralen Aspekten und greift auf zwei theoretische Rahmungen zurück: Zunächst ist Boris Groys kulturphilosophisches Modell eine fruchtbare Grundlage, um künstlerisch-kulturelle Dimensionen der Produktinnovation zu berücksichtigen, im Sinne der nicht nur an ökonomischen Fragen interessierten *Media Industry Studies* (vgl. Havens et al. 2009: 235f.). „Die Ökonomie der Kultur ist [...] keine Beschreibung der Kultur als Repräsentation bestimmter außerkultureller wirtschaftlicher Vorgänge, sondern der Versuch, die Logik der kulturellen Entwicklung selbst als ökonomische Logik der Umwertung der Werte zu verstehen“, erläutert Groys (1992: 15f.) seinen Ansatz. Sein Hinweis auf Umwertungsprozesse und die Relevanz des Bis- und Vorherigen ist gerade bei ‚Qualitätsserien‘ relevant, lässt sich im Zuge ihrer diskursiven Verhandlung doch eine Nobilitierung der seriellen Fernsehfiktion (vgl. Schlicker 2016: 15) und eine Bezugnahme auf deren bisherigen Ausprägungen einschließlich US-amerikanischer und europäischer Entwicklungen feststellen. In dem Umwertungsprozess sind Groys Modell zufolge besonders zwei Seiten entscheidend: erstens „kulturelle Archive“ (1992: 56), zu denen künstlerische Produkte hinzukommen können und zweitens der „profane Raum“ (ebd.), der aus Wertlosem, Außerkulturellem und Vergänglichem besteht (ebd.). „Die Innovation ist also die Umwertung der Werte, Lageveränderung von einzelnen Dingen hinsichtlich der Wertgrenzen, welche die valorisierten kulturelle Archive vom profanen Traum abtrennen“, fasst Groys (1992: 66) zusammen. Lothar Mikos knüpft in seiner Auseinandersetzung mit Innovation im Fernsehen an Groys Überlegungen an und akzentuiert insbesondere die Diffusion: „Entscheidend ist nicht, ob eine Innovation eingeführt wird, sondern ob sie in einem sozialen System als Innovation wahrgenommen wird und sich durchsetzt“ (2014: 321). Bei

Fernsehserien sind hier neben der Rezeption ökonomische Aktivitäten relevant, durch die eine Idee erst zur Innovation wird, wie Deuerling (2016: 25) feststellt.

Um Diskurse zum Entstehen von Ideen bzw. allgemeiner zu Prozessinnovationen zu rahmen, wird insbesondere das Modell der „Projektnetzwerke“ (Windeler et al. 2001: 94) herangezogen, die aus zeitlich befristeten, auf Projekte bezogenen Geschäftsbeziehungen und -interaktionen bestehen. Nach Arnold Windeler et al. (ebd.) prägt jene Organisationsform die Serienproduktion in Deutschland. Ihrer Studie zufolge ist die Zusammenarbeit temporär und insofern flexibel; zugleich könnten Fernsehschaffende immer wieder an Praktiken und Erfahrungen aus früheren Projekten anschließen (ebd.: 95), worin das Projektnetzwerk mit Groys Hinweis auf historische Dimensionen von Innovation korrespondiert. „Das Neue ist neu im Verhältnis zum Alten, zur Tradition“, schreibt dieser (Groys 1992: 11). Die hier analysierten Fernsehschaffenden befassen sich immer wieder mit der netzwerkförmigen, historisch gewachsenen Zusammenarbeit und handeln diesbezüglich Veränderungen und strukturelle Voraussetzungen für Kreativität, Innovation und Qualität aus. Diese Diskurse zu Prozessinnovationen überschneiden sich mit jenen zu Produktinnovationen, zeichnet sich doch mehrfach die Argumentation ab, dass Produktionsweisen und textuelle Eigenschaften einander bedingen.

1. Diskurse zu Produktinnovationen

Die gegenwärtige Fernsehserie aus Deutschland kennt in Zusammenhang mit dem im europäischen Vergleich sehr hohen Output an fiktionalen Produktionen (vgl. Fontaine 2017: 11) unterschiedliche Ausprägungen, was textuelle Tendenzen und Produktionswege angeht. Joachim Kosack (2019), Produzent und Geschäftsführer der UFA, unterscheidet im Interview insbesondere zwischen der „industrielle[n] Serie“ mit 250 Folgen im Jahr und einer festgelegten, arbeitsteiligen Produktionsweise (vgl. Kirsch 2001: 48ff.); der „Weekly“ mit 26, in Ausnahmefällen auch 50 jährlichen Episoden und einem kontinuierlichen Kernteam; der „lokale[n] Primetime-[...] oder auch Vorabend-Serie“ mit 13 Folgen im Jahr und einer klaren Ausrichtung auf nationale Sendeplätze sowie schließlich dem Seriensegment „High-End“. Dieses sei in der Regel durch ein nochmals höheres Budget und (vermutlich gerade im Kontext der UFA)

Anknüpfungen an die „Tradition des sogenannten Event-Films“ (vgl. u.a. Cooke 2016) gekennzeichnet. Kosacks Auflistung ist stark auf Produktionen und Strukturen des UFA-Unternehmens ausgerichtet und weist sicherlich Lücken auf: Beispielsweise finden Serienprojekte aus dem Nachwuchssegment (etwa für das Content-Netzwerk Funk) oder die Reihe als Hybrid aus Fernsehfilm und Serie und elementarer Bestandteil der öffentlich-rechtlichen Fernsehfiction kaum Erwähnung. Dennoch ist die Differenzierung erst einmal produktiv. Sie weist auf die textuelle Heterogenität der deutschen Fernsehserie und verschiedene Kontexte hin, in denen Fernsehschaffende nach Innovation und Qualität streben können.

Die genannten Fallbeispiele, nach denen die Interviewpartner*innen rekrutiert wurden, lassen sich auf den ersten Blick klar der „High-End“-Serie zuordnen, abgesehen von dem Dreiteiler *Mitten in Deutschland: NSU*, der zugleich im Fernsehfilm verhaftet ist. Aber auch bei den anderen Fällen werden stellenweise fließende Grenzen zu anderen Produktionsbereichen sichtbar. Bei dem Historiendrama *Deutschland* beispielsweise stammt Jörg Winger, dessen zentraler Ideengeber, Mitautor und Produzent, von der lokalen Krimiserie *SOKO Leipzig* (2001–), wie er im Interview (2017) explizit thematisiert. Kosack (2019) ergründet, im Fall von *Deutschland*, Innovation in dem entsprechenden Aufeinandertreffen verschiedener Produktionsbereiche und Personen und führt sie auf Restrukturierungen innerhalb der UFA, aber auch auf „Timing“ (ebd.) und die beteiligten Individuen zurück (vgl. auch Krauß 2019: 71). Seine Argumentation spiegelt hier Ausrichtung auf persönliche Netzwerke in der Fernsehbranche und den Hang zu Personalisierung in Selbstbeschreibungen bzw. dem „self-theorizing“ (Caldwell 2008: 17) der Produzierenden wider, den John Thornton Caldwell (ebd.) in seinem Buch *Production Culture*, einem Standardwerk der *Media Industry Studies*, betont. Im UFA-internen Wechsel Wingers, der aktuell zum Launch des Subunternehmens Big Window Production mit der Ausrichtung auf international distribuierte Serien reicht, lässt sich eine „Umwertung der Werte“ diskutieren, um an Groys Überlegungen zur Innovation anzuknüpfen. Textuell hat Winger die Umwertung bereits bei *SOKO Leipzig* betrieben, gibt er doch an, in dieser noch stark mit einer Fallstruktur operierende Krimiserie horizontale Handlungsstränge implementiert zu haben (Winger 2017).

Das horizontale, folgenübergreifende Erzählen kristallisiert sich in den Interviews als zentrale textuelle Eigenschaft der ‚Qualitätsserie‘ sowie als Herausforderung und mögliche Innovation in der deutschen Fernsehfiction heraus. Schließlich waren jenseits der Daily Soap und der Telenovela jahrelang Serien mit Fallstruktur vorherrschend, die sich in der linearen Programmierung flexibler einsetzen lassen und weniger eine fortwährende Rezeption verlangen. In der Verhandlung der horizontalen Seriedramaturgie zeigen sich „Rückkopplungseffekt[e] zwischen Medien-, Wissenschafts- und Fernsehdiskurs“ (Jahn-Sudmann/Starre 2013: 106), die Harald Steinwender (in Simionescu/Steinwender 2018), der an der NSU-Trilogie beteiligte Redakteur des Bayerischen Rundfunks, exemplarisch reflektiert: „[M]ittlerweile führt das [...] jeder im Mund; jeder Intendant, Fernsehdirektor [...] möchte unbedingt auch so etwas horizontal Erzähltes haben, weil das [...] ein Distinktionsmerkmal[...]über das Feuilleton geworden ist“. Das horizontale, nicht zu früh abgeschlossene Erzählen kann zudem eine ökonomische Strategie bilden, da „Fortsetzbarkeit“, so Kosack (2019), durch die internetbasierte Distribution und durch transnationale Streaminganbieter (als mögliche Auftraggeber und Lizenzkäufer) zu einem zentralen Kriterium geworden sei und auch bei der Verlängerung von *Deutschland* durch Amazon Prime Video eine wichtige Rolle gespielt hätte. Wenn sich der traditionelle Event-Historienmehrteiler (der insbesondere mit der UFA und ihrer ehemaligen Tochter teamWorx assoziiert worden ist, vgl. Cooke 2016: 176f.) im Fall von *Deutschland* zur Miniserie mit mehreren Staffeln ausweitet, deuten sich zugleich Verankerungen des horizontalen Erzählens und ein Rückgriff auf etablierte Formen des deutschen Fernsehens an.

Verschiedene Interviewpartner*innen stellen zudem eine Tradition des horizontalen Erzählens in der deutschen Fernsehfiction fest, indem sie auf frühere Serienwerke prominenter Regisseure wie etwa Rainer Werner Fassbinder verweisen (z.B. *Acht Stunden sind kein Tag*, BRD 1972) (vgl. Sperl 2018, Hackfort et al. 2018, Simionescu/Steinwender 2018). Rezenter Erweiterungen des Krimigenres durch horizontale Figurenstränge (vgl. Rothmund 2011: 198f.), in Gestalt von *KDD – Kriminaldauerdienst* (D 2007–2009, ZDF) und *Im Angesicht des Verbrechens* (D 2010, ARD), sind ebenso mehrfacher Gegenstand des textbezogenen, stellenweise fernsehhistorischen Qualitäts- und Innovationsdiskurses (vgl. u.a. Hackfort

et al. 2018). Als womöglich „zu früh [...] für seine Zeit“, stuft Claudia Simionescu (2018), Leiterin der Redaktion *Fernsehfilm/Dramaturgie* beim Bayerischen Rundfunk, den letzteren ‚Qualitätsserien‘-Versuch unter der Regie Dominik Grafts ein und thematisiert so indirekt den angesprochenen Aspekt der Diffusion, also Frage, ob ein Produkt in einem sozialen System – hier dem deutschen, fiktionalen Fernsehen – und in der Rezeption als Innovation wahrgenommen wird. Während der erstmaligen Ausstrahlung in der ARD und zumindest nach den damaligen Quotenerwartungen war *Im Angesicht des Verbrechens* wenig erfolgreich. Nach Mikos gilt allerdings, dass „ein Format [...] nur dann als neu und innovativ gelten [kann], wenn es sich im Bewusstsein der Zuschauer auch als solches verankert hat“ (2014: 327). Thompsons mehrfach aufgegriffenem Kriterienkatalog zufolge zeichnet sich die ‚Qualitätsserie‘ andererseits oft durch ihren Kampf gegen Sender und „nonappreciative audiences“ (1996: 14) aus.

Das horizontale Erzählen als vermeintliche Innovation und Kennzeichen der ‚Qualitätsserie‘ steht im Spannungsverhältnis zum Fernsehfilm – dies implizieren zumindest mehrere Interviews. So findet sich die Argumentation, dass die Tendenz zum Einzelfilm es erschwere, horizontale ‚Qualitätsserien‘ zu entwickeln und zu realisieren; die Reihe als Fernsehfilm-Serien-Hybrid und der Mehrteiler mit wenigen, 90-minütigen Folgen gelten in diesem Zusammenhang auch als potentielle Hindernisse (z.B. Hackfort et al. 2018). Jörg Winger (2017) führt es auf die „Fernsehfilmtradition“ zurück, dass die Serie lange Zeit eher nicht wertgeschätzt wurde und das serielle, horizontale Erzählen wenig verankert sei. Edward Berger (2018), federführender Regisseur der ersten Staffel *Deutschland 83*, der mittlerweile auch bei US-amerikanischen und britischen Serienprojekten Regie geführt hat, hält das festgestellte „Festhalten an 90-Minütern“ bei ARD und ZDF für veraltet und international wenig anschlussfähig. Der Fernsehfilm fungiert so als negativ behaftete „kulturelle Tradition“ (Groys 1992: 18) und als Gegenstück des vermeintlich innovativeren horizontalen *Serials*, das nun, im Zuge einer Umwertung, höher geschätzt wird.

Nur vereinzelt diagnostizieren Interviewpartner*innen (und hier speziell solche, die im oder primär für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk tätig sind) Innovation und Qualität gerade im Fernsehfilm (vgl. Simionescu/Steinwender 2018 und, jenseits der hier

fokussierten Interviews, auch Rauhaus 2016, Henke 2018). Beim Projekt *Mitten in Deutschland: NSU*, dessen drei Teile die NSU-Verbrechen aus jeweils anderer Perspektive beleuchten, gab es Projektbeteiligten zufolge das Ziel, Fernsehfilm und horizontales Seriedrama zusammenzuführen (Simionescu/Steinwender 2018). Harald Steinwender (in ebd.) merkt aber an, dass es letztlich nur bedingt zu horizontalen Verbindungen zwischen den drei Filmen gekommen sei – mangels zeitlicher Ressourcen und „weil das dann doch so individuell war [...] die Stoffe [...], die Protagonisten [...], unsere Kreativen [...] und die Teams“. Bestimmte Produktionsbedingungen – die unter den später diskutierten Prozessinnovationen nochmals in den Blick zu nehmen sind – scheinen hier also die horizontale Dramaturgie erschwert zu haben.

Als Hinderungsgrund für horizontale Serien gelten den Interviewten grundsätzlich oft Sendeplätze, die als historisch gewachsene Strukturen mit den „kulturellen Traditionen“ nach Groys (1992: 19) bzw. televisuellen „Erinnerungs- und Erhaltungssysteme[n]“ (Mikos 2014: 324) verknüpft sind. Die Produzentin und Autorin Gabriela Sperl (2018), auf deren Idee und Initiative die Trilogie *Mitten in Deutschland: NSU* zurückgeht, macht in der Primetime des „deutschen Fernsehen[s] [...] eigentlich nur Sendeslots [...] für 90-Minüter“ aus – ähnlich wie andere Fernsehschaffende regelmäßige Programmfenster für die „große Dramaserie“ (Bob Konrad in Hackfort et al. 2018, vgl. auch Leibfried 2016, Winger 2017, Zöllner 2018) vermissen. Hier fällt auf, dass sich zahlreiche Interviewte noch stark auf eine lineare Ausstrahlung und bestehende Sendeschemata beziehen. Dies ist dem Zeitraum der hier diskutierten Interviews geschuldet, der bis ins Jahr 2016 reicht, aber auch dadurch zu verstehen, dass, zumindest bei den Öffentlich-Rechtlichen finanzielle Töpfe und Redaktionen oft noch mit Sendeplätzen verknüpft sind, wie mehrere interviewte Redakteur*innen explizit thematisieren (vgl. v.a. Zöllner 2018, Simionescu/Steinwender 2018; vgl. auch Krauß 2020a, im Erscheinen). Vor diesem Hintergrund sind „kreative Wege“, so die am NSU-Projekt beteiligte rbb-Programmbereichsleiterin Martina Zöllner (2018) gefragt, „mit den sendeplatzbezogenen Budgets umzugehen“.

Inkrementelle Produktinnovationen können auch durch Programmierungen innerhalb von Sendeplätzen erfolgen. Deutlich vertritt die in die NSU-Trilogie eingebundene MDR-Redakteurin Johanna Kraus (2018) diese Ansicht, wenn sie *Weissensee* (D

2010–2018, ARD) als „erste [...] horizontal erzählte Serie“ auf dem Dienstagabend-Sendeplatz im Ersten hervorhebt. Nach anfänglichen Ausstrahlungen auf diesem wöchentlichen 20:15-Slot wurden spätere Staffeln allerdings innerhalb weniger Tage in Doppelfolgen ausgestrahlt – so wie bei anderen hiesigen ,Qualitätsserien‘-Projekte. Auch *Deutschland 83* wurde auf RTL in Doppelfolgen programmiert und somit gewissermaßen wieder in Schemata des historischen Event-Mehrteilers zurückgeführt, worin sich die Schwierigkeit, mit Programmneuerungen umzugehen, als auch der mögliche Einfluss der angesprochenen „Fernsehtradition“ (Winger 2017) andeutet.

Immer wieder befassen sich die Fernsehschaffenden (u.a. Steinwender/Simionescu 2018, Zöllner 2018, Leibfried 2016) mit der Frage, wie sich horizontale ,Qualitätsserien‘ im Linearen vertreiben lassen: als Event, in zeitlicher Regelmäßigkeit oder gar nur noch jenseits davon, als Internetstream? Offenkundig ist online als weitere, zum Teil gar einzige Distributionsform hinzugekommen – siehe die Netflix-Serie *Dark*. Das Ausschlusskriterium des mangelnden Sendeplatzes, das manchen Interviewten zufolge früher Produktinnovationen verhindert hat (vgl. z.B. Hackfort et al. 2018), ist in der Gegenwart nicht mehr gleichermaßen gegeben. Für die etablierten Fernsehsender stellt die Verbindung der linearen und non-linearen Ausstrahlung allerdings eine Herausforderung und ein konflikt- und risikoreiches Feld dar, wie exemplarisch Harald Steinwender (2018) impliziert, wenn er von einer „Schere“ zwischen dem spricht, was „in der Mediathek, [...] im Linearfernsehen, [...] für Alte wie für Junge“ funktioniere. Innovationen werden also nicht nur bei den seriellen Produkten selbst, sondern auch bei ihrer Distribution verlangt.

Der vermehrten Online-Rezeption und -Auswertung zum Trotz problematisieren mehrere Interviewte immer noch eine „sendeplatzorientierte Konfektionierung“ (Sperl 2018) oder „vorformatiert[e] Sendepätze“ (Bob Konrad in Hackfort et al. 2018), die Innovation und Qualität oft im Wege stünden (vgl. ebd.). „[E]s engt wahnsinnig ein“, sagt exemplarisch Richard Kropf (in ebd.), einer der drei maßgeblichen Drehbuchautoren der Serie *4 Blocks*, im Hinblick auf sendeplatzgebundene Formeln und Vorgaben. Qualität und Innovation ergründen die Fernsehschaffenden vor allem dort, wo ein Ausbruch aus entsprechenden Konventionen stattfindet: beispielsweise durch die angesprochenen horizontalen Narrationen in der

Primetime-Fiktion, durch Serienfiguren, die sich über Folgen hinweg entwickeln und einer klaren Gut-Böse-Schematisierung widersprechen oder durch Veränderungen hinsichtlich Tonalität und Themen (vgl. v.a. Hackfort et al. 2018). Bei *Deutschland 83* lassen sich Differenzen zum historischen, oft den Nationalsozialismus verhandelten Event-Mehrteiler durch das 80er-Jahre-Setting, populärkulturelle Differenzen und eine leichtere Tonalität feststellen, wie Jörg Winger im Interview (2017) und in Vorträgen (2018, 2019) bei mehrtägigen, serienspezifischen Fachveranstaltungen des Erich Pommer Instituts andeutet. Die Branchenworkshops wurden für weitere Erhebungen der hier diskutierten Produktionsstudie besucht und protokolliert. Noch klarer thematisieren die an *4 Blocks* Beteiligten den Ausbruch aus Konventionen, wenn sie die in der frühen Stoffentwicklung erfolgte Perspektivenverschiebung – weg von der ermittelnden Polizei, hin zu kriminellen Familienclans – akzentuieren, die Anke Greifeneder von dem auftraggebenden Sender TNT Serie angeregt haben soll (vgl. Honeck 2018, Hackfort et al. 2018). So setzt sich das Mafiadrama von anderer Krimifiktion aus Deutschland ab, deren Omnipräsenz und angebliche Gleichförmigkeit auch auf Seite der Fernsehschaffenden immer wieder Kritik erfährt (vgl. v.a. Hackfort et al. 2018).

„Ist es was Neues, innovativ, frisch?“, führt der für *4 Blocks* mitverantwortliche Redakteur bzw. ,Senior Producer‘ Christian Honeck (2018) generell als zentrales textuelles Auswahlkriterium für deutsche Serien-Auftragsproduktionen der von ihm vertretenen Pay-TV-Sender TNT Serie und TNT Comedy (die zum US-amerikanischen Medienunternehmens WarnerMedia gehören) an. Seine Vorgesetzte Anke Greifeneder (2017) untermauert beim Vortrag im Rahmen des mehrtägigen, serienspezifischen Workshops des Erich Pommer Instituts den Anspruch, nicht in eine Wiederholungsschleife zu geraten und die für das deutsche Fernsehen sonst so charakteristische ,German Angst‘ zu vermeiden. Neben der Reproduktion des Nationalen und der Distinktion gegenüber anderen deutschen Fernsehtexten fällt in dieser branchen-immanenten Präsentation das Verständnis von Innovation als permanent fortzuführender Prozess auf.

Allgemeiner handeln die hier untersuchten Fernsehschaffenden immer wieder aus, welche Entwicklungs- und Produktionsweisen Qualität begünstigen können und unter welchen Bedingungen Innovation entstehen mag. Der gewählten

Schwerpunktsetzung auf (potentielle) Akteur*innen der Drehbuchentwicklung entsprechend, werden Prozessinnovationen vor allem in Hinblick auf diese Phase und die in sie eingebundene Projektnetzwerke diskutiert.

2. Diskurse zu Prozessinnovationen

Bei der Drehbuchentwicklung besteht die flexibel zusammengesetzte, um eine Idee herum angesiedelte „Screen Idea Work Group“ (Macdonald 2010: 46) bzw. das Projektnetzwerk in Deutschland gemeinhin aus den Produzent*innen einschließlich Producer*innen der beauftragten Produktionsfirmen; den Redakteur*innen, die die Sender bzw. Plattformen vertreten; den Drehbuchautor*innen und mitunter auch den Regisseur*innen (vgl. Windeler et al. 2001: 95-97). Arnold Windeler et al. stufen die Organisationsform des Projektnetzwerks, die sie der deutschen Serienproduktionen zuschreiben, als für die „Fernsehindustrie besonders passend“ (2001: 95) ein:

„Die Form [...] erlaubt einerseits die im Bereich fiktionaler Serien erforderliche Innovation durch einen gewissen Wechsel der Kooperationspartner – etwa durch den Einbezug wechselnder Autoren, die neue Folgen für die Serien schreiben; Projektnetzwerke gestatten andererseits gleichzeitig, bei der Produktion quasi ad hoc – selbst in Projekten von wenigen Tagen Dauer – wieder an Praktiken und Erfahrungen aus früheren Projekten anzuschließen.“ (ebd.)

In der Aushandlung von ,Qualitätsserien‘ und Innovation üben viele der hier untersuchten Fernsehschaffenden allerdings immer wieder Kritik an bestehenden, eingeübten Praktiken in Projektnetzwerken. Sie gelten ihnen häufig als wenig geeignet für die Entwicklung von horizontal erzählten Seriendramen (vgl. u.a. Winger 2017). Mit der Kritik an Produkten einhergehend, werden auch bei Prozessen Ausrichtungen auf den Fernsehfilm oder auf episodische Serie problematisiert (vgl. u.a. Winger 2018, Berger 2018, Hackfort et al. 2018). Diese Tendenz zum Einzelstück, so lässt sich aus den Darlegungen der Fernsehschaffenden schlussfolgern, führt zu einer Tendenz zur Einzelarbeit, bei der Drehbuchautor*innen meist getrennt voneinander nur einzelne Bücher verantworten (vgl. v.a. Hackfort et al. 2018, Leibfried 2016, vgl. auch Krauß 2018: 103f.).

Wenn man Groys Auseinandersetzung mit Innovation weiter fasst und auf die Herstellung von Fernsehserien überträgt, lassen sich auch die bestehenden

Produktionsstrukturen als Art Erinnerungssystem (vgl. 1992: 55) und als das Alte verstehen, von dem sich Prozessinnovationen abgrenzen und mit dem sie zugleich verwoben sind (vgl. 1992: 11). Bezüglich der zentralen Akteur*innen in Projektnetzwerken findet gewissermaßen eine Umwertung im Sinne Groys statt, schließlich werden im ,Qualitätsserien‘-Diskurs Autor*innen inklusive ihrer hybride Form als Autor*in-Produzent*in bzw. *Showrunner* als zentral beschrieben, oft auch als zentraler als die Regisseur*innen (vgl. Winger 2017, Hackfort et al 2018).

Der Stellenwert der Autor*innen in Projektnetzwerken und allgemeiner in der deutschen Fernsehserienindustrie wird in dem erforschten Branchendiskurs aber immer wieder als schwach geschildert – zunächst einmal in ökonomischer Hinsicht: Mehrfach ist der Standpunkt anzutreffen, dass die Ausgaben für die Drehbuchentwicklung deutlich unter denen anderer Standorte, insbesondere den USA und Skandinavien, lägen (vgl. u.a. Winger 2017, Sperl 2018). „[D]eutsche Autoren arbeiten unter Selbstaubeutung, deutsche Produzenten arbeiten unter Selbstaubeutung und es ist einfach ein System, [wo] keine Entwicklungsgelder vorhanden sind“, pointiert die Produzentin und Drehbuchautorin Gabriela Sperl (2018), offenkundig nicht frei von Eigeninteressen. Ihr und anderen Interviewten (z.B. Hackfort et al. 2018) gilt speziell die frühe Konzeptphase als unterfinanziert, da das Gros der Bezahlung in der Regel erst für fertige Bücher fließe (vgl. Behnke 2018, Friese 2019). Ökonomisch scheint es für Autor*innen zumindest lange Zeit wenig attraktiv und sehr risikoreich gewesen zu sein, mit einem neuen Serienkonzept anzukommen. Die Arbeit an einzelnen Folgen eines bereits bestehenden, langjährigen Serienformats war oft lukrativer und planbarer, lässt sich aus mehreren Interviews schlussfolgern (vgl. v.a. Sperl 2018 und, jenseits der hier fokussierten Interviews, Eschke 2015 und Gleim 2016). Demnach verhindern bestimmte Prozesse und Produktionsstrukturen Innovation.

Verknüpft mit der angeblich unzureichenden oder vergleichsweise geringen Finanzierung der Drehbuchentwicklung wird ein Mangel an Zeit kritisiert. Mehrfach führen Fernsehschaffende textuelle Defizite auf zeitliche zurück (z.B. Behnke 2018, Hackfort et al. 2018) und teilen insofern Einschätzungen aus der Innovationsmanagement-Literatur, dass Kreativität, als Voraussetzung von Innovation, Zeit benötigt (vgl. Deurling 2016: 25,

247). Jantje Friese (2019), Headautorin und Mitproduzentin von *Dark* (D 2017–), fordert allerdings ein schnelleres und flexibleres Arbeiten der Drehbuchautor*innen ein und betont, vor dem Hintergrund ihrer Arbeit für Netflix, enge Zeitfristen, die gerade im US-amerikanischen Kontext und bei den Streamingplattformen vorherrschen. Auch ihre Kritik an der vermeintlichen Tradition in Deutschland, bei der Drehbucharbeit aus sich „heraus [zu] schöpfe[n], ohne darüber nachzudenken für was für ein Medium ich schöpfe“ (Friese 2019), lässt sich als Plädoyer für eine stärkere Marktorientierung der Autor*innen verstehen.

Generell herrscht im Diskurs zu ‚Qualitätsserien‘ und Innovation aber eher das Argumentationsmuster vor, dass es den Drehbuchautor*innen an kreativer Freiheit mangle (vgl. z.B. Hackfort et al. 2018 und auch Deuerling 2016: 246). Zentrale Ursachen werden unter anderem in strikten redaktionellen Vorgaben in Verbindung mit der angesprochenen Formelhaftigkeit sowie in der vermeintlichen Regiezentriertheit diagnostiziert (vgl. z.B. Hackfort et al. 2018). Jörg Winger (2017) zufolge rührt die entsprechende Ausrichtung in Projektnetzwerken aus der Tendenz zum Fernsehfilm, sei bei der Serie als „Writer-Producer-Medium“ mit meist mehreren Regisseur*innen aber wenig fruchtbar.

Mit der Rede vom *Writer-Producer* bringt Winger den *Showrunner* ins Spiel, jene sowohl geschäftlich als auch kreativ verantwortliche Person im Serienherstellungsprozess, die gerade bei horizontal erzählten *Serials* die Kohärenz garantieren soll (vgl. Redvall 2013: 105f.) und in wissenschaftlichen Auseinandersetzungen mit dem ‚Quality TV‘ akzentuiert worden ist (z.B. Davies 2007: 173-177). Der *Showrunner* ist eng mit dem *Writers‘ Room* verbunden, schließlich leitet und rekrutiert er/sie in der Regel dieses Kollektiv von Autor*innen (vgl. Phalen/Osellame 2012: 6-8). Ähnlich wie in anderen europäischen Märkten (vgl. z.B. Redvall 2013: 109ff., 132ff.) werden beide Produktionsmodelle in der deutschen Fernsehindustrie verhandelt und durch ihre Adaption Prozess- und Produktinnovationen erhofft. Gerade der *Writers‘ Room* scheint mit dem Streben nach Innovation und Qualität verknüpft, ist das gemeinsame Entwickeln doch nicht nur von der höheren zeitlichen Effektivität motiviert, die mehrere Interviewte (z.B. Hackfort et al. 2018, Behnke 2018) konstatieren, sondern auch von künstlerischen und narrativen Zielen. Richard Kopf, Teil des ‚HaRiBo‘-Autorentrios, das als Art *Writers‘ Room*

regelmäßig eng kooperiert, lobt beispielsweise den Zwang beim gemeinsamen Arbeiten, zu argumentieren, „welches der richtige Weg ist, die Geschichte zu erzählen“ (in Hackfort et al. 2018).

Eine Umwertung im Sinne Groys ist darin auszumachen, dass das jahrelang eher mit der Daily Soap und einer ‚industriellen‘ Herstellungsweise (vgl. Kirsch 2001: 45) verknüpfte kollaborative Entwickeln von seriellen Handlungen nun höher geschätzt und gerade in der ‚Qualitätsserie‘ bzw. dem von Kosack (2019) ausgemachten „High-End-Segment“ verortet wird (vgl. ebd.). *Writers‘ Room* und *Showrunner* deuten zugleich gewisse kulturelle Traditionen an, im Sinne von aus anderen Märkten oder anderen Serienbereichen bewährten Produktionsmodellen. Mit deren Adaption wird die Unsicherheit von neuartigen Verfahren abgemildert. Die verknüpften Prozessinnovationen sind allenfalls inkrementell und kaum revolutionär oder disruptiv, um die bekannte Differenzierung aus der Medienökonomie aufzugreifen (z.B. Deuerling 2016: 42f.). Noch sind die Produktionsprozesse in der kollaborativen Stoffentwicklung nicht klar festgelegt, folgen wir Kosacks Bestandaufnahme: „[K]aum ein *Writers‘ Room* ist gleich [...] wir haben hier mehrere verschiedene Strukturen und [...] sind [...] noch sehr am Anfang“ (2019). Kosack betont so auch Besonderheiten eines jeden Projekts, ähnlich wie andere Interviewte (z.B. Behnke 2018), was dem Befund der projektnetzwerkförmigen Organisation von Windeler et al. (2001: 94) entspricht.

Im Gegensatz zu dem Eindruck der Neuerung und Innovation, die mit der Rede der Produzierenden von *Showrunner* und *Writers‘ Room* oft einhergeht, macht Gabriela Sperl (2018) in ihrer eigenen langjährigen Tätigkeit als Produzentin und Drehbuchautorin sowie in anderen Einzelpersonen wie Helmut Dietl durchaus Traditionen des *Showrunner* in der deutschen Fernsehgeschichte aus. Dabei inkludiert sie auch Regisseur*innen unter jenen *Writer-Producer*, wodurch sich die von anderen (z.B. Winger 2017, Hackfort et al. 2018) beanstandete Relevanz der Regie einmal mehr andeutet. Als *Showrunner* zählt nach Sperl (2018), wer der zentrale „Künstler“, wer „Kreativer“ sei und „eine Vision“ verfolge.

Mit der mehrfach anzutreffenden Argumentation, dass eine federführende Person die *One Vision* gewährleiste und somit Qualität und Innovation ermögliche (vgl. z.B. Leibfried 2016, Winger 2017; vgl. auch Redvall 2013: 115), hält der ‚Auteur‘ in den

,Qualitätsserien‘-Diskurs Einzug. „[E]in *Showrunner* ist eigentlich die New-Age-Variante von dem alten Kinoprinzip eines Autorenfilmers“, bringt es Jantje Friese, Autorin-Produzentin von *Dark*, auf den Punkt. In Zusammenhang mit der vermeintlichen Regiezentriertheit und dem als typisch deutsch beschriebenen Genieglaben (vgl. z.B. Friese 2019), sind Autorenfilmer*innen zugleich Gegenstand der Kritik (vgl. ebd.). So gilt es in der deutschen Fernsehserien-Industrie zumindest stellenweise als schwierig, wenn, wie von Jens Mueller-Oerlinghausen und Axel Sauer allgemeiner problematisiert, Kreativität „als rein personengebundene, quasi gottgegebene Eigenschaft gesehen [wird], für die jede Art von Struktur und Prozess nicht nur unwichtig, sondern darüber hinaus eher schädlich ist“ (2003: 22). Vor dem Hintergrund von Groys Hinweis auf historische und traditionelle Aspekte der Innovativität ist es ebenso fraglich, dass allein ein Individuum ‚aus sich heraus‘ für Innovation sorgt.

Verschiedene Fernsehschaffende fordern für unterschiedliche Gewerke vielmehr ‚Struktur‘ und ‚Handwerk‘ ein (vgl. u.a. Hackfort et al. 2018, Friese 2019). In Hinblick auf den *Writers‘ Room* wird hier stellenweise auch Kritik an Autor*innen laut: Diesen mangle es mehrfach an der Bereitschaft zum kollaborativen Arbeiten und an Flexibilität, sie hätten eine Abwehrhaltung gegenüber dramaturgischen Regeln, argumentiert exemplarisch Jantje Friese (2019). Teilweise konstatieren die Fernsehschaffenden aber auch produktive Veränderungen speziell bei jüngeren Autor*innen, die stärker gemeinsam Stoffe entwickelten oder durch die US-amerikanischen ‚Qualitätsserien‘ der jüngeren Vergangenheit sozialisiert seien (vgl. Sperl 2018). Der letztere Hinweis impliziert, dass sich Inhalte und Form von Serien und ihre Rezeption in die Produktionskulturen einschreiben und insofern Innovation fördern können.

Nachwuchskräfte, die vielleicht stärker vom seriellen ‚Quality TV‘ geprägt sind, werden mehrfach in Ansätze zum *Writers‘ Room* eingebunden (vgl. Krauß 2018: 103) – darauf weisen Zusammensetzungen in verschiedenen untersuchten Projekten hin (z.B. *Dark* oder *Deutschland*). Die Nachwuchsautor*innen sollen für Verjüngung angesichts junger Stoffe (vgl. Behnke 2018) oder für ‚frische Ideen‘ und insofern Innovation sorgen (vgl. Krauß 2020b); doch nicht zuletzt werden sie auch rekrutiert, da sie günstiger sind (vgl. Krauß 2018: 103). *Writers‘-Room*-Praktiken in der deutschen Fernsehserien-Industrie sind allgemein immer wieder von beschränkten Produktionsmitteln,

aber wohl auch divergenten Produktionskulturen geprägt, wenn die Autor*innen oft nur temporär für wenige Tage zusammenkommen (vgl. z.B. Behnke 2018, Leibfried 2016, vgl. auch Krauß 2018: 99). Jörg Winger (2017) titulierte bereits „mehrere Sitzungen im Jahr“, bei denen Autor*innen gemeinsam „erzählerisch[e] Bögen“ für *Soko Leipzig* besprechen, als „die leichteste Form des *Writers‘ Room*“. Dies mag heißen, dass sich der *Writers‘ Room* weiter in verschiedene Produktionsbereiche, bis hin zu der „lokale[n] Primetime-[...] oder auch Vorabend-Serie“ nach Kosack (2019) ausgeweitet hat. Zugleich droht der Terminus, so weit gebraucht, an Bedeutung zu verlieren. Ist, so runter gebrochen und in bisherige Strukturen integriert, noch Innovation im Sinne eines neuartigen Verfahrens (vgl. Hauschildt 1993: 3) festzustellen?

Im Fall von *Deutschland* hat sich die Kollaborativität in den praktizierten *Writers‘-Room*-Ansätzen im Laufe der Zeit intensiviert (vgl. Winger 2017, Winger 2018, 2019). Prozessinnovationen lassen sich im Fall dieser Serie auch dahingehend diskutieren, dass sich Produktions- und Entwicklungsprozesse im Laufe der Zeit transnationalisierten. War die erste Staffel *Deutschland 83* projektbeteiligten zufolge noch stark für den deutschen Markt und als ‚Image-Event‘-Programm für den Auftrag gebenden Sender RTL konzipiert (vgl. v.a. Leibfried 2016), kamen im Zuge der Auslandsverkäufe für die weiteren Staffeln auch ausländische Partner ins Boot. Sie gaben zum Teil bereits in der Drehbuchphase *Notes*, wenngleich im geringeren Maße als bei herkömmlichen Serien aus Deutschland, die vom Redaktionsteam eines spezifischen Senders betreut werden (vgl. Cossen 2018, Winger 2017, 2018, 2019).

Wenn Vertreter*innen der verantwortlichen Produktionsfirma UFA Fiction den Verkauf an den Nischensender SundanceTV als immensen Erfolg und Innovation schildern (vgl. Winger 2017, Leibfried 2016), trägt der Branchendiskurs zu *Deutschland 83* deutliche Züge eines Selbstmarketings. Auslandsverkäufe spielten bereits bei vergangenen Event-Produktionen der UFA Fiction bzw. ihrer ehemaligen Tochter teamWorx eine wichtige Rolle (vgl. Kosack 2019, vgl. auch Krauß 2019: 71f.). Dass die Sundance-Auswertung bereits Monate vor der Ausstrahlung auf RTL stattfand, zeigt aber doch, dass nicht mehr zwingend der heimische Erfolg über den transnationalen Vertrieb entscheidet bzw. diesem vorgelagert ist. Nicht nur durch die angesprochene Serialisierung, sondern auch in dieser Hinsicht hat sich

der „historisch-politisch Eventfilm“ (Dörner 2012: 82), in dessen Tradition die UFA-Produktion *Deutschland* steht, weiterentwickelt. Das Projekt *Deutschland* lässt also Innovationstendenzen in der Distribution und, damit verknüpft, in der Finanzierung, erkennen. Ab Staffel zwei ist Amazon Prime Video zentraler Geldgeber, aber auch weitere Plattformen tragen zum Budget bei. Florian Cossen (2018), einer der beiden Regisseure von *Deutschland 86*, hebt im Interview vor allem SundanceTV, Channel 4 und Canal+ hervor und nennt zudem Medienboard Berlin-Brandenburg, letzteres ein Financier, der bei reinen Auftragsproduktionen ausscheidet.

Dass sich die Serienproduktion gerade im teuren ‚High-End‘- bzw. ‚Qualitätssegment‘ von der jahrelang vorherrschenden reinen Auftragsproduktion bzw. dem ‚Total-Buyout‘-Modell (vgl. Zabel 2009: 59f.) wegbewegt, kann als inkrementelle Innovation, aber auch als veränderte Rahmenbedingung, die Innovation befördert, eingestuft werden. Wenn Produktionsfirmen alle Rechte abtraten, konnten sie kaum weitere Einnahmen generieren und diese Gelder in die Erschließung ausländischer Märkte (Castendyk/Goldhammer 2018: 38) oder in Entwicklungen investieren. „[E]s sind genau die On-Top-Geschichten dieser Erlöse [...], die ich dann auch wiederum in Developments und so weiter stecken kann“, sagt Kosack (2019) zur Relevanz von Auslandsverkäufen. Wenig überraschend, plädiert er für eine ‚Besserstellung‘ der Produktionsfirmen, um Investition in die Entwicklungsarbeit zu forcieren – „weil die Sender [es] selber nicht [machen]“. Vertreter*innen von Sendern zeichnen diesbezüglich oft ein anderes Bild, wenn sie beispielsweise von Projektanstößen und ersten Entwicklungen durch Autor*innen und Redakteur*innen berichten. Neben dem Trend zur Mischfinanzierung ist zudem eine Rückkehr zum ‚Total Buyout‘ durch Netflix feststellbar, dem neuen, transnationalen Auftraggeber, der seine Eigenproduktionen in der Regel gleich für verschiedene Territorien und für längere Auswertungsräume einplant (vgl. Krauß 2020c). Fest steht jedenfalls, dass die Diskussionen zu Prozessinnovationen in der Erstellung von Seriedrehbüchern immer wieder ökonomische Fragen berühren.

In Zusammenhang mit den gewachsenen Distributions- und Finanzierungsmöglichkeiten stellen die Fernsehschaffenden eine grundlegende Veränderung der Fernsehindustrie in Deutschland fest. Neue, oft transnational operierende Sender und

Plattformen würden als Auftraggeber und Lizenzkäufer die Selektionsmöglichkeiten für Produktionsfirmen und freischaffende Kreative vergrößern (vgl. z.B. Hackfort et al. 2018, Behne 2018, Kosack 2019). Die Konkurrenz erhöhe auch den Druck zu Innovationen und Qualitätssteigerungen.

Der hier analysierte Branchendiskurs weist bei allen disruptiven Momenten auf die Relevanz bestehender, historisch gewachsener Produktionsstrukturen hin – beispielsweise wenn es um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk als weiterhin zentralem Auftraggeber, den Fernsehfilm als anhaltendes Charakteristikum der deutschen Fernsehfiction oder Sendeplätze geht. Dass „[d]as Neue“, wie von Groys (1992: 11) festgestellt, „neu im Verhältnis zum Alten, zur Tradition“ ist, und Innovation einer „negativen Anpassung an die kulturelle Tradition“ (ebd.: 19) gleicht, tritt in den Aushandlungen der Fernsehschaffenden demnach deutlich zutage. Im Abgleich mit dem Bewährten und in Bezug auf Produkte und Prozesse lassen sich Umwertungen feststellen – weg vom Fernsehfilm und hin zur ‚Qualitätsserie‘.

Literaturverzeichnis

- Bennett, J. (2016): Public Service as Production Cultures: A Contingent, Conjunctural Compact. In: Banks, M. J./Conor, B./Mayer, V. (Hrsg.): Production Studies, the Sequel! Cultural Studies of Global Media Industries, New York, NY, London 2016, S. 123–137.
- Blanchet, R. (2011): Quality TV: Eine kurze Einführung in die Geschichte und Ästhetik neuer amerikanischer TV-Serien. In: Blanchet, R. (Hrsg.): Serielle Formen: Von den frühen Film-Serials zu aktuellen Quality-TV- und Onlineserien, Marburg 2011, S. 37–70.
- Caldwell, J. T. (2001): Televisualität. In: Adelman, R./Hesse, J. O./Keilbach, J./Stauff, M./Thiele, M. (Hrsg.): Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorie, Geschichte, Analyse, Konstanz 2001, S. 165–202.
- Caldwell, J. T. (2008): Production Culture. Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television, Durham, N.C 2008.
- Castendyk, O./Goldhammer, K. (2018): Produzentenstudie 2018. Daten zur Film- und

- Fernsehwirtschaft in Deutschland 2017/2018, Leipzig 2018.
- Cooke, P. (2016): Heritage, *Heimat*, and the German Historical „Event Television“. Nico Hoffmann's teamWorx. In: Powell, L./Shandley, R. R. (Hrsg.): German Television. Historical and Theoretical Approaches, New York 2016, S. 175–192.
- Davies, M. M. (2007): Quality and Creativity in TV. The Work of Television Storytellers. In: McCabe, J./Akass, K. (Hrsg.): Quality TV. Contemporary American television and beyond, London, New York 2007, S. 171–184.
- Deuerling, T. (2016): Innovationsmanagement für neues Fernsehen, Wiesbaden 2016.
- Dörner, A. (2012): Geschichtsfernsehen und der historisch-politische Eventfilm in Deutschland. In: Dörner, A./Vogt, L. (Hrsg.): Unterhaltungsrepublik Deutschland. Medien, Politik und Entertainment, Bonn 2012, S. 82–95.
- Dunleavy, T. (2009): Strategies of Innovation in ‚High-End‘ TV Drama. <https://www.flowjournal.org/2009/03/strategies-of-innovation-in-%E2%80%98high-end%E2%80%99-tv-drama-the-contribution-of-cable%C2%A0%C2%A0trisha-dunleavy%C2%A0%C2%A0victoria-university-of-wellington%C2%A0/>, 05.02.2020.
- Fontaine, G. (2017): TV Fiction Production in the European Union. European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2017.
- Gangloff, T. P. (2018): Das letzte Wort. Die Film- und Fernsehbranche diskutiert über Kontrakt 18. In: TV Diskurs, 22. Jg. (2018), H. 4, S. 94–97.
- Grimme Institut (2016): Deutschland 83 (RTL). Jurybegründung zum 52. Grimme-Preis 2016. <https://www.grimme-preis.de/archiv/2016/preistraeger/p/d/deutschland-83-rtl/>, 11.02.2020.
- Groys, B. (1992): Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie, München/Wien 1992.
- Hauschildt, J. (1993): Innovationsmanagement, München 1993.
- Havens, T./Lotz, A. D./Tinic, S. (2009): Critical Media Industry Studies. A Research Approach. In: Communication, Culture and Critique, 2. Jg. (2009), H. 2, S. 234–253.
- Jahn-Sudmann, A./Starre, A. (2013): Die Experimente des *Quality TV*. Innovation und Metamedialität in neueren amerikanischen Serien. In: Eichner, S./Mikos, L./Winter, R. (Hrsg.): Transnationale Serienkultur. Theorie, Ästhetik, Narration und Rezeption neuer Fernsehserien, Wiesbaden 2013, S. 103–119.
- Kirsch, G. (2001): Produktionsbedingungen von Daily Soaps. Ein Werkstattbericht. In: montage AV, 10. Jg. (2001), H. 1, S. 45–54.
- Koepsel, M.-K. (2015): Das deutsche Feuilleton und sein „Quality TV“. <http://www.pop-zeitschrift.de/2015/01/24/das-deutsche-feuilleton-und-sein-quality-tv-von-meta-kristin-koepsel24-1-2015/>, 23.02.2016.
- Krauß, F. (2018): Showrunner und Writers' Room. Produktionspraktiken der deutschen Serienindustrie. In: montage AV, 27. Jg. (2018), H. 2, S. 95–109.
- Krauß, F. (2019): „All Is Changing“. Interview with Joachim Kosack on *Deutschland83* and Transformation of the German TV Series Industry. In: Series - International Journal of TV Serial Narratives, 5. Jg. (2019), H. 1, S. 69–73.
- Krauß, F. (2020a, im Erscheinen): From ‚Redakteursfernsehen‘ to ‚Showrunners‘: Commissioning Editors and Changing Project Networks in TV Fiction from Germany. In: Journal of Popular Television, 8. Jg. (2020), H. 2, S. 177–194.
- Krauß, F. (2020b): „Ich denke nie in diesen Kategorien jung, alt, vorne, hinten“. Interview mit Annette Hess über *Wir Kinder vom Bahnhof Zoo* und aktuelle Fernsehserien aus Deutschland. In: Krauß, F./Stock, M. (Hrsg.): Teen TV. Repräsentationen, Lesarten und Produktionsweisen aktueller Jugendserien, Wiesbaden 2020, S. 207–216.
- Krauß, F. (2020c): Transnationale Vernetzungen in der Fernsehserien-Produktion. Branchendiskussionen beim Berlinale Series Market 2020. In: TV Diskurs (webklusiv), 15.04.2020 <https://tvdiskurs.de/beitrag/transnationale-vernetzungen-in-der-fernsehserienproduktion/>, 11.06.2020.
- Macdonald, I. (2010): „...So It's Not Surprising I'm Neurotic“. The Screenwriter and the Screen Idea Work Group. In: Journal of Screenwriting, 1. Jg. (2010), H. 1, 45–58.

- McCabe, J./Akass, K. (2007): Sex, Swearing and Respectability. Courting Controversy, HBO's Original Programming and Producing Quality TV. In: McCabe, J./Akass, K. (Hrsg.): *Quality TV. Contemporary American television and beyond*, London, New York 2007, S. 62–76.
- Meuser, M./Nagel, U. (1991): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht: ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Garz, D./Kraimer, K. (Hrsg.): *Qualitativ-empirische Sozialforschung. Konzepte, Methoden, Analysen*, Opladen 1991, S. 441–471.
- Mikos, L. (2014): Innovation im Fernsehen. In: Mai, M. (Hrsg.): *Handbuch Innovationen. Interdisziplinäre Grundlagen und Anwendungsfelder*, Wiesbaden 2014, S. 319–334.
- Mueller-Oerlinghausen, J./Sauder, A. (2003): Kreativität. Alles oder nichts? Erfolgsfaktoren innovativer Produktentwicklung. In: Habann, F. (Hrsg.): *Innovationsmanagement in Medienunternehmen. Theoretische Grundlagen und Praxiserfahrungen*, Wiesbaden 2003, S. 16–36.
- Phalen, P./Osellame, J. (2012): Writing Hollywood. Rooms With a Point of View. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56. Jg. (2012), H. 1, S. 3–20.
- Redvall, E. N. (2013): *Writing and Producing Television Drama in Denmark. From the Kingdom to The Killing*, Basingstoke 2013.
- Rothmund, K. (2011): KDD-Kriminaldauerdienst. Das Brüchige im Krimigenre. In: Rother, R./Pattis, J. (Hrsg.): *Die Lust am Genre. Verbrechergeschichten aus Deutschland*, Berlin 2011, S. 197–206.
- Rothmund, K. (2012): Serielle Textproduktionen – Zeitgenössische Fernsehforschung. In: *MEDIENwissenschaft*, 29. Jg. (2012), H. 1, S. 8–21.
- Schlicker, A. (2016): *Autor – TV-Serie – Medienwandel. (De-)Figurationen serieller Autorschaft*, Marburg 2016.
- Schlütz, D. (2016): *Quality-TV als Unterhaltungsphänomen. Entwicklung, Charakteristika, Nutzung und Rezeption von Fernsehserien wie The Sopranos, The Wire oder Breaking Bad*, Wiesbaden 2016.
- Thompson, R. J. (1996): *Television's Second Golden Age. From Hill Street Blues to ER*, New York 1996.
- Thompson, R. J. (2007): Preface. In: McCabe, J./Akass, K. (Hrsg.): *Quality TV. Contemporary American television and beyond*, London, New York 2007, S. xvii–xx.
- Weber, T. (2019): *Post Quality TV* oder warum es sich doch lohnt (anders) über Qualität im Fernsehen nachzudenken. In: *MEDIENwissenschaft* (2019), 36. Jg., H. 3, S. 230–248.
- Windeler, A./Lutz, A./Wirth, C. (2001): Netzwerksteuerung durch Selektion. Die Produktion von Fernsehserien in Projektnetzwerken. In: *montage AV*, 10. Jg. (2001), H. 1, S. 91–124.
- Zabel, C. (2009): *Wettbewerb im deutschen TV-Produktionssektor. Produktionsprozesse, Innovationsmanagement und Timing-Strategien*, Wiesbaden 2009.

Interviews und teilnehmende Beobachtungen

- Behnke, M. (2018): Interview mit dem Autor, 15.03.2018.
- Berger, E. (2018): Interview mit dem Autor, Skype, 26.11.2018.
- Cossen, F. (2018): Interview mit dem Autor, Berlin, 30.10.2018.
- Eschke, G. (2015): Interview mit dem Autor, Berlin, 06.10.2015.
- Friese, J. (2019): Interview mit dem Autor, Berlin, 01.03.2019.
- Gleim, B. (2016): Interview mit dem Autor, Hamburg, 01.07.2016.
- Greifeneder, A. (2017): *Neue Player, neue Serien / Case Study: TNT SERIE*. Vortrag bei der Winterclass Serial Writing and Producing des Erich Pommer Instituts, Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF, 10.11.2017 [Protokoll zur teilnehmenden Beobachtung].
- Hackfort, H./Konrad, B./Kropf, R. (2018): Interview

mit dem Autor, Berlin, 14.02.2018.

Henke, G. (2018): Interview mit dem Autor, Köln, 08.03.2018.

Honeck, C. (2018): Interview mit dem Autor, München, 20.03.2018.

Kosack, J. (2019): Interview mit dem Autor, Potsdam, 29.01.2019.

Kraus, J. (2018): Interview mit dem Autor, Berlin, 25.10.2018.

Leibfried, U. (2016): Interview mit dem Autor, Berlin, 16.06.2016.

Rauhaus, M. (2016): Interview mit dem Autor, telefonisch, 16.06.2016.

Simionescu, C./Steinwender, H. (2018): Interview mit dem Autor, München, 07.11.2018.

Sperl, G. (2018): Interview mit dem Autor, Berlin, 22.11.2018.

Winger, J. (2017): Interview mit dem Autor, Berlin, 15.05.2017.

Winger, J. (2018): High End Drama in Deutschland produzieren / Case Studies DEUTSCHLAND 83/86; HACKERVILLE. Vortrag bei der Winterclass Serial Writing and Producing des Erich Pommer Instituts, Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF, 15.11.2018 [Protokoll zur teilnehmenden Beobachtung].

Winger, J. (2019): High End Drama in Deutschland produzieren – von DEUTSCHLAND 83/86/89 zu HACKERVILLE. Vortrag bei der Winterclass Serial Writing and Producing des Erich Pommer Instituts, Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF, 14.11.2019 [Protokoll zur teilnehmenden Beobachtung].

Zöllner, M. (2018): Interview mit dem Autor, Berlin, 26.10.2018.

[1] DFG-Projekt ‚Qualitätsserie‘ als Diskurs und Praxis: Selbst-Theoretisierungen in der deutschen Serienbranche, 2018–2021.