



**Stephan Schmid:**  
*Papier-Fernsehen. Eine Ethnographie der digitalen TV-Produktion.*  
 Bielefeld 2015: transcript.  
 354 Seiten, 34,99 Euro

## Digitale Fernsehproduktion

Einsichten in die Produktionsprozesse von Fernsehen sind selten, außer für die Beteiligten selbst, die aber nur einen Ausschnitt in ihren jeweiligen Aufgabenfeldern erleben und erkennen. Mit dem Buch von Stephan Schmid liegt ein besonderes Werk vor, denn der Autor hat selbst in einer Agentur und bei einem Fernsehsender gearbeitet. Seine Methode ist die der Eigenethnographie, d. h., er betrachtet und reflektiert kritisch die eigene – in diesem Fall – Arbeitspraxis mit dem ethnographischen Blick. Das ist dem Autor, um es vorwegzunehmen, mehr oder weniger gut gelungen. In seiner Einleitung stellt Schmid sein Untersuchungsziel dar und spannt den theoretischen und methodologischen Rahmen. Er versucht, sozialwissenschaftliche mit ökonomischen und medienwissenschaftlichen Theorien zu verbinden. Dabei darf die derzeit hippe Akteur-Netzwerk-Theorie nicht fehlen. Ethnomethodologie als die Beobachtung von Alltagshandlungen spielt ebenso eine Rolle wie die ethnographische Methode, bei der sich der Forscher auf eine fremde Lebenswelt einlässt und sie nicht nur beobachtet, sondern auch an ihr teilnimmt. Leider wird in dem Buch nicht deutlich, ob Schmid mit dem Vorhaben, eine solche Studie zu erstellen, in die Agentur und zu Sky gegangen ist, oder ob er sich während der Arbeit dort überlegt hat, so ein Buch zu machen. Letztlich macht das keinen großen Unterschied. Wichtig ist für den Autor der Unterschied zwischen „Unikatproduktion“ und „Fließbandarbeit“, womit auch die beiden großen ethnographischen Kapitel überschrieben sind. Für das Kapitel „Unikatproduktion“ hat der Autor die Produktion eines Trailers für die Formel-1-Saison 2009, den die Agentur Creation Club für den Sender Premiere, der heute Sky heißt, hergestellt hat. Schmid hat zu der Zeit als Abteilungsleiter Sport Promotion bei der Agentur gearbeitet. Für das Kapitel „Fließbandarbeit“ untersuchte der Autor die Nachrichtenproduktion des Sky-Sport-News-Kanals. Schmid war einer von drei Projektmanagern, die mit dem Aufbau und der Leitung des Kanals betraut waren. Hier ist leider nicht der Platz, um auf die sehr detaillierten Beschreibungen und Analysen einzugehen. Im Fall der Produktion des Trailers

beschreibt der Autor zunächst die Agentur und den Sender, bevor er ausführlich auf die Konzeption und Vorproduktion sowie Produktion und Postproduktion eingeht. Schmid bietet einen detaillierten Einblick in die Abläufe der Herstellung eines Trailers und kommt zu dem Fazit: „Am Ende des beschriebenen dreimonatigen Produktionsprozesses steht ein Produkt von 60 Sekunden Länge, für das die Agentur und die beteiligten Producer, Graphiker und Tonmeister viel Lob sowie eine wichtige internationale Auszeichnung beim bedeutendsten Branchentreffen in New York erhalten haben. Das Überschreiten des Budgets spielt in diesem Fall keine große Rolle, denn durch den Erfolg der Kampagne reduzierte sich die Preissensibilität der Akteure auf Kundenseite“ (S. 174). Im Kapitel über die „Fließbandarbeit“ beschreibt Schmid zunächst das Projekt Sky Sport News, bevor er ausführlich auf die Organisation des Aufbaus, die Organisation des Ablaufs und die Industrialisierung der Nachrichtenproduktion eingeht. Hierbei wird auch deutlich, welche Rolle die technische Entwicklung in der digitalen Produktion spielt: „Auch das Konzept der Regieautomation beruht auf vorab programmierten Templates. Ein Template in der Regie steuert multiple Prozesse und Geräte. In einer traditionellen Regie sind zehn bis 15 Personen notwendig, in dieser automatisierten Regie arbeiten maximal drei Personen“ (S. 294). Doch trotz digitaler Produktion eint eines beide dargestellten Produktionsarten: die unmäßige Verwendung von Papier, die sowohl zur Planung als auch zur Organisation des Produktionsprozesses verwendet wird. Daher erklärt sich auch der Titel *Papier-Fernsehen*, der an sich im Widerspruch zu digitaler Produktion zu stehen scheint.

Das Buch bietet einen sehr lesenswerten Einblick hinter die Kulissen der Produktion eines Trailers für Sportübertragungen und den Aufbau und die Organisation eines Nachrichtenkanals für Sport. Leider lassen sich Beschreibungen und Ergebnisse nur begrenzt verallgemeinern, da z. B. die Produktion eines Trailers für eine Fernsehserie nach anderen Mustern funktioniert. Generell problematisch ist die Darstellung von Nachrichtenproduktion als Fließbandarbeit. In Großbritannien hat gerade Paul Dwyer darauf hingewiesen, dass die Produktion von Filmen und Fernsehsendungen nicht mit industrieller Fließbandarbeit verglichen werden kann, da sich die Prozesse der Produktion zu sehr unterscheiden. Zudem ist der Mehrwert der Akteur-Netzwerk-Theorie für die Erklärung der hier verhandelten Prozesse der digitalen Fernsehproduktion zu hinterfragen. Dennoch liefert Schmid mit seinem Buch einen wichtigen Beitrag zum Feld der Production Studies.

Prof. Dr. Lothar Mikos