

Florian Krauß

Die Fernseh- und Filmbranche sind eng miteinander verwoben; bei sogenannten High-End- oder Qualitätsserien werden die Grenzen nochmals fließender. Die Berlinale hatte sich bereits 2015 mit einer dezidierten Sektion für Serien geöffnet. In diesem Rahmen fand auch im Jahr 2020 wieder der „Berlinale Series Market“ statt, eine dem Fachpublikum vorbehaltene Konferenz mit Vorträgen, Diskussionsrunden und Pitch-Veranstaltungen. Mehr noch als um Verbindungen zwischen Film- und Fernsehwirtschaft ging es hier um transnationale Vernetzungen. Dieser Bericht fasst zusammen, wie die Vortragenden und Diskutierenden solche Vernetzungen auf verschiedenen Ebenen verhandelten: hinsichtlich der Produktion, der Distribution und der projektspezifischen Drehbuchentwicklung. Über die Berlinale hinaus werden so aktuelle Transnationalisierungstendenzen und -diskurse in der Fernsehserienindustrie beleuchtet.¹

Transnationale Vernetzungen in der Fernsehserien- produktion

Branchendiskussionen beim „Berlinale Series Market“ 2020

Koproduktionen und -finanzierungen

Auf Produktionsseite hat sich die Möglichkeit an Partnerschaften diversifiziert, sind doch mit transnational operierenden Streaming- und Mobilfunkanbietern neue Auftraggeber hinzugekommen. Rémi Tereskiewicz, Chef der französischen Plattform-Community BetaSeries, stellte im Eröffnungspanel „The Streaming Revolution“ einen Boom von Koproduktionen mit unterschiedlichen Akteuren und Modellen fest. Philipp Kreuzer, Film- und Fernsehproduzent und Mitglied im Vorstand der Produzentenallianz, diagnostizierte im deutschsprachigen Kontext auch grundlegende Veränderungen bei den Öffentlich-Rechtlichen. Jene vernetzen sich zumindest in Einzelfällen mit ausländischen bzw. transnationalen Partnern – so z. B. der ORF mit Netflix bei dem Mysterykrimi *Freud* (2020), der auf der Berlinale seine Premiere feierte.

Die transnationalen Zusammenkünfte sind nicht zuletzt ökonomisch motiviert, wie Oliver Berben, Vorstand der längst auch in der Fernsehfiction verankerten Constantin Film AG, thematisierte: Trotz des begrenzten deutschsprachigen Marktes gelte es, größere Budgets zu stemmen. Das u. a. von ihm und der Drehbuchautorin Annette Hess vorgestellte deutsch-tschechisch-italienische Projekt *Wir Kinder vom Bahnhof Zoo* (2021) mit Amazon Prime Video als zentralem Financier repräsentiert das pragmatische Kofinanzierungsarrangement, das Julia Hammett-Jamart, Petar Mitric und Eva Novrup Redvall (2018, S. 6) als eine Variante der europäischen Koproduktion anführen: Die künstlerisch-inhaltliche Verantwortung bleibt primär in einem Land – mit der Intention, einen inkonsistenten „Europudding“ zu vermeiden, wie er mit paneuropäischen Fernsehserien oft assoziiert worden ist.

In anderen Fernsehnationen hat eine Kofinanzierung durch ausländische Partner eine längere Tradition, wie der Blick auf Skandinavien zeigt: Lars Blomgren, führender Produzent der als Best Practice geltenden Koproduktion *Die Brücke* (*Bron/Broen*, 2011–2018) und mittlerweile Fiction-Vorstand beim

transnationalen Produktionsunternehmen Endemol Shine, wies darauf hin, dass die deutschen öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF bei zahlreichen skandinavischen Serien 10 bis 20 % des Budgets beigesteuert hätten. Der Zusatz sei entscheidend gewesen, habe er die Serien doch international anschlussfähig gemacht.

Relevanz des Lokalen

Das Lokale bleibt bei den Vernetzungen zwischen verschiedenen Ländern und mit transnationalen Partnern aber trotzdem von Bedeutung – oder kann gar an Stellenwert gewinnen. Darauf wiesen verschiedene Branchenvertreterinnen und -vertreter hin – so etwa Marcus Ammon, Vizepräsident für Serieneigenproduktionen bei Sky Deutschland, der einen Trailer zur zweiten Staffel von *Das Boot* (seit 2018) präsentierte. Bei der ersten Staffel war noch das US-amerikanische Film- und Fernsehunternehmen Sonar Entertainment beteiligt, und große Teile wurden auf Englisch gedreht. Inzwischen sind nur noch Bavaria und Sky Deutschland dabei, was für eine Re-lokalisierung spricht.

Lokale Akteure sind Rémi Tereskiewicz zufolge bei Koproduktionen auch deshalb von Belang, weil sie bestimmte Territorien und lokale Talente am besten kennen. Auf die Bedeutung lokalen Contents wies Tereskiewicz mit Blick auf Netflix hin: 55 % der Netflix-Eigenproduktionen seien „lokal“, was wohl heißt: nicht englischsprachig. Freilich bedienen längst auch nicht englischsprachige Serien Märkte jenseits ihres Ursprungslandes. Unter den europäischen Produktionen sind hier speziell spanische zu nennen (vgl. Meir 2019, S. 213), auf die Netflix mit seinem Produktionszentrum in Madrid einen besonderen Schwerpunkt legt.

Netflix und Tendenzen zum Studiosystem

Netflix, jener Auftraggeber mit geschickter PR-Strategie, erfuhr wie in der medialen Öffentlichkeit auch beim „Berlinale Series Market“ besonders viel Beachtung.

Mehrfach wurden dem Unternehmen Tendenzen zum Studiosystem zugeschrieben, bei dem Herstellung und Distribution unter einem Dach bleiben. So interveniert Netflix auch in bestehende, stark national geprägte Marktstrukturen und schwächt potenziell die Position der mehr oder minder unabhängigen Produktionsfirmen.

Beim paneuropäischen Pay-TV-Konzern Sky sind mit der Gründung von Sky Studios im vergangenen Jahr ebenfalls Tendenzen zum Studiomodell feststellbar. Die von Marcus Ammon als grundlegende Neuerung akzentuierte Tochter zielt auf europäische Vernetzungen im High-End-Segment ab und ermöglicht es, dass Produktionen vermehrt in einem Haus bleiben. Die entsprechende exklusive Inhouse-Produktion bildet neben diversifizierten, transnationalen Partnerschaften einen weiteren Trend in der aktuellen Serienindustrie. Beide, scheinbar gegenläufigen, Tendenzen sind auch bei der Distribution festzustellen.

Netflix als transnationaler Distributionspartner?

In Diskussionen zur Distribution stellte Netflix ebenso mehrfach den zentralen Bezugspunkt dar. Hinsichtlich der Transnationalität unterscheidet sich der Anbieter von anderen darin, dass er Eigenproduktionen in der Regel ad hoc in verschiedenen Ländern und exklusiv veröffentlicht. Im Panel „Terms of Trade“, das sich mit den Investitionen globaler Streamer in lokale „Originals“ befasste, wurde die Kritik laut, dass das Unternehmen lokale Preise für letztlich transnationale Produktionen bezahle.

Distributionspartnerschaften mit Netflix waren bei vielen Branchenvertreterinnen und -vertretern auch umstritten, weil sie die „Kannibalisierung“ eigener Plattformen und Inhalte befürchteten. Dem semiöffentlichen Rahmen des „Berlinale Series Market“ war es wohl geschuldet, dass insgesamt aber eher diplomatische Äußerungen überwogen.

Arnim Butzen, Vizepräsident für den Bereich „TV & Entertainment“ bei der Telekom, argumentierte exemplarisch, dass Netflix kein Konkurrent, sondern

ein Partner sei. Der Video-on-Demand-Dienst MagentaTV der Telekom unterstützt Netflix im eigenen Onlineumfeld; ähnlich wie der spanische Movistar+, dessen Vorsitzender Sergio Oslé klarstellte, dass Netflix längst ein Major sei.

Laut Jeffrey Hirsch, Vorstand des Pay-TV-/Streamingdienstes Starz, positionieren sich einige Anbieter als „On-top“-Angebot zu Netflix und Amazon Prime Video. Bei BritBox, dem von BBC und ITV verantworteten und bislang in den USA, Kanada und Großbritannien verfügbaren Video-on-Demand-Service, über den die Geschäftsführerin Soumya Sriraman berichtete, lässt sich ein spezifischerer Zugang als bei Netflix und eine stärkere Lokalität erkennen: Hier stehen allein britische Produktionen im Fokus.

Lokalität und Distribution

Allgemein kristallisierte sich auch in den Aushandlungen zur Distribution immer wieder die Relevanz des Lokalen und Nationalen heraus. In der transnational vernetzten Fernseh- und Streaminglandschaft erfüllen sogenannte lokale Serien die Funktion, in bestimmten Märkten (zumindest für eine gewisse Zeit) exklusiver Content zu sein und Aufmerksamkeit zu generieren. Aus diesem Grund setzte MagentaTV von Zeit zu Zeit auf deutsche Eigenproduktionen; auch wenn es schwierig sei, mit dem hohen Output von Netflix mithalten zu können, wie Arnim Butzen einräumte.

Die Relevanz des Lokalen offenbart sich auch in der Fernsehnutzung: So ist in einigen europäischen Ländern die lineare Rezeption noch weitaus verbreiteter als in anderen, wie Rémi Tereszkievicz in seinem Eröffnungsvortrag anhand aktueller Zahlen belegte. Tim Gerhartz, mitverantwortlich für „Global Sales“ bei der ProSiebenSat.1-Media-Tochter Red Arrow Studios International, stellte es allerdings infrage, wie sinnvoll die gängige Abgrenzung linear versus nonlinear sei: Es gehe eher um eine produktive Mischung als um ein Entweder-oder.

Viele Praktiken und Strukturen in der Fernsehindustrie seien noch von der Linearität und der nationalen Lokalität des Fernsehens geprägt, betonte der Medienanwalt Christoph Fey in seinem Impulsvortrag. Die mit den entsprechenden Distributionen verknüpften Vergütungsregeln würden bei den Streaminganbietern aber nicht mehr greifen. Auch die Fokussierung auf ein nationales Fernsehpublikum scheint hier obsolet – zumindest auf den ersten Blick. Marcus Ammon vom transnational und digital operierenden Sky stellte allerdings fest, bei deutschsprachigen Eigenproduktionen vordergründig noch immer den deutschsprachigen Markt im Blick zu haben.

Und selbst beim globalen Netflix deutet sich eine Art Relokalisierung an: Seit Februar veröffentlicht der Anbieter im Startmenü die Top Ten der im jeweiligen Abrufland beliebtesten Produktionen. Rachel Eggebeen, Leiterin der „International Originals“ bei Netflix, schrieb dieser Auflistung eine Relevanz für lokal Produzierende zu, da deren Serien und Filme hier doch häufig enthalten seien. Diese Popularitätsindizien übernehmen auf der ansonsten wenig transparenten Plattform so betrachtet eine gewisse Managementfunktion.

Der Distributionsanteil europäischer Produktionen ist Gegenstand aktueller EU-politischer Verhandlungen. Christoph Fey problematisierte, dass das diskutierte Instrument der Programmquote noch aus „linearen Zeiten“ stamme. Streamingportale könnten darauf reagieren, indem sie eingekaufte lokale Ware im großen Angebot versteckten. Daher seien Regeln zur Beauftragung von unabhängigen Produktionsfirmen mit lokalem Content sinnvoller. Bis September 2020 haben die EU-Mitgliedsstaaten noch Zeit, die in der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD) (Europäische Kommission 2020) vorgesehenen Regularien in nationales Recht umzusetzen. Laut der Europäischen Kommission (2018) fallen unter die lokalen, europäischen Werke potenziell auch Koproduktionen, weshalb mit einem Anstieg entsprechender transnationaler Vernetzungen zu rechnen ist.

Mehr- und Fremdsprachigkeit

Europas Mehrsprachigkeit stellt bei der Distribution von Koproduktionen eine Herausforderung dar. Jedoch argumentierten viele Expertinnen und Experten beim „Berlinale Series Market“, dass das Publikum gegenüber verschiedenen Sprachen und Untertiteln deutlich offener geworden sei. Es sei inzwischen eher möglich, Serien in weniger verbreiteten Sprachen oder speziellen Dialekten zu realisieren und über bestimmte Sprachterritorien hinaus zu vertreiben (vgl. auch Meir 2019, S. 213). Entsprechend würden hochbudgetierte Koproduktionen längst nicht mehr zwingend auf Englisch gedreht (vgl. Harris 2018, S. 323).

Dass Ressentiments gegenüber Mehr- und Fremdsprachigkeit nicht gänzlich verschwunden sind, zeigen Pläne beim chilenisch-deutschen Drama *Dignity* (2019), eine spanische und eventuell auch eine deutsche Synchronfassung herzustellen. Ein Panel befasste sich speziell mit dieser von Joyn PLUS+ und dem chilenischen Fernsehsender Mega beauftragten Produktion.

Mehrsprachigkeit und Koproduktion legitimieren sich in diesem Fall durch den Gegenstand, die von Auslandsdeutschen in Chile betriebene christlich-fundamentalistische Community Colonia Dignidad. Das Projekt diente auch als Beispiel für Transnationalisierungstendenzen bei der Drehbuchentwicklung, mit denen sich der diesjährige „Berlinale Series Market“ im Besonderen befasste.

Bei *Dignity* kamen die deutschen Partner erst später an Bord, was zeigt, dass sich die projektspezifischen Zusammenstellungen in der Drehbucherstellung auffächern und verändern. Andreas Gutzeit, Headautor und Produzent der deutschen STORY HOUSE Media Group, berichtete, dass die spanischen Dialoge zunächst von ihm und Swantje Oppermann auf Englisch verfasst und dann von den chilenischen Autorinnen und Autoren ins Spanische übersetzt wurden.

Redaktionelle Betreuung von Netflix: Kontrolle und frühes Green Lighting

Die Veranstaltung „Producing with Netflix“ gewährte gewisse Einblicke in die redaktionelle Betreuung des Streaming-services. Dem semiöffentlichen Rahmen und der Mitwirkung einer Netflix-Vertreterin geschuldet, blieb es allerdings auch hier bei diplomatischen Äußerungen. So lobte Fatima Varhos, die Produzentin der schwedischen, von der ARD 2019 adaptierten Familienserie *Die Patchworkfamilie (Bonusfamilien)*, seit 2017) das gemeinhin als „Blackbox“ geltende Netflix für seine Transparenz: Die Netflix-Producer seien in jeden Schritt involviert und würden auch zu kleineren Entscheidungen kontinuierlich Feedback geben. Die große kreative Freiheit, die sich Produzierende noch vor Kurzem von den neuen Streamingplattformen erhofften, scheint so allerdings nicht gegeben; vielmehr deutet sich eine umfassende Kontrolle bereits in der Drehbuchentwicklung an.

Mehrfach erhielt Netflix Lob dafür, schon in einem sehr frühen Stadium grünes Licht für Projekte auf Grundlage von Exposés zu geben. Die für die lange Drehbuchentwicklung gemeinhin typische Unsicherheit, ob es zu einer Realisierung komme, bleibe so aus. Die Kehrseite der Medaille scheint aber der zeitliche Druck zu sein, der die Arbeit für Netflix charakterisiere. Im Panel „In the Trenches“ – ohne Netflix-Personal – erfuhr die entsprechende Streamingplattform wie auch Amazon Prime Video dafür Kritik, mehr auf die Anzahl von gut zu vermarktenden Titeln zu achten als auf deren Qualität.

Clash der Produktionskulturen

Verknüpft mit der knappen Entwicklungszeit deutete sich ein Aufeinanderprallen unterschiedlicher US-amerikanischer, europäischer und lokaler Produktionskulturen an. Meta Sørensen, Produzentin der norwegisch/dänischen Netflix-Fantasyserie *Ragnarök* (seit 2020) nannte als Beispiel die traditionell langen Sommerferien in den skandinavischen Ländern und den verbreiteten

Anspruch, diese mit der Familie zu verbringen. Jantje Friese, Headautorin der ersten deutschen Netflix-Serie *Dark* (seit 2017) und grundsätzliche Befürworterin der zeitlichen Effektivität, erinnerte daran, etwaigen Nachwuchs von Produktionsbeteiligten mitzubedenken.

Ein potenzieller Clash der differenten Produktionskulturen liegt zudem in den unterschiedlichen Herangehensweisen an die Drehbucharbeit. Lars Blomgren von Endemol Shine stellte aber fest, dass allmählich unterschiedliche Entwicklungstraditionen in einzelnen Ländern vermehrt berücksichtigt würden.

Die transnationalen Vernetzungen sind, so gesehen, kein einseitiger Prozess im Sinne einer Amerikanisierung, durch den etwa der Showrunner in sämtlichen europäischen Fernsehproduktionen Einzug hält. Auch beim „Berlinale Series Market“ wurde die sowohl geschäftlich als auch kreativ verantwortliche Person (vgl. Krauß 2018) verhandelt und z. T. alternativen, „demokratischeren“ Produktions- und Entwicklungsweisen aus Europa gegenübergestellt. Das Lokale, so zeigt sich in diesem Diskurs erneut, spielt weiterhin eine zentrale Rolle – gerade im Angesicht der transnationalen Vernetzungen, die die aktuelle Serienproduktion prägen.

Anmerkung:

1 Dieser Beitrag erschien bereits in der Rubrik „Webklusiv“ auf tvdiskurs.de.

Literatur:

Europäische Kommission [Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology]: *Promotion and Distribution of European Works*. Brüssel 2018. Abrufbar unter: <https://ec.europa.eu> (letzter Zugriff: 23.03.2020)

Europäische Kommission: *Audiovisual Media Services Directive (AVMSD)*. Brüssel 2020. Abrufbar unter: <https://ec.europa.eu> (letzter Zugriff: 23.03.2020)

Hammett-Jamart, J./Mitric, P./Novrup Redvall, E.: *Introduction: European Film and Television Co-production*. In: Dies. (Hrsg.): *European Film and Television Co-Production. Policy and Practice*. Cham 2018, S. 1–26

Harris, B.: *‘European Television Co-Productions’ – an interview with Klaus Zimmermann*. In: J. Hammett-Jamart/P. Mitric/E. Novrup Redvall (Hrsg.): *European Film and Television Co-production. Policy and Practice*. Cham 2018, S. 319–328

Krauß, F.: *Showrunner und Writers’ Room. Produktionspraktiken der deutschen Serienindustrie*. In: *montage AV*, 2/2018/27, S. 95–109

Meir, C.: *Mass Producing European Cinema. Studiocanal and Its Works*. New York u. a. 2019



Dr. Florian Krauß ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Medienwissenschaftlichen Seminar der Universität Siegen und untersucht in seinem DFG-Projekt die Diskussion zu Qualitätsserien in der deutschen Fernsehbranche. Außerdem ist er Prüfer bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).