

Juliane Wegner, Julia Stüwe und Elizabeth Prommer

# Netflix & Co. im Fokus

## Geschlechterdarstellungen und Diversität in Streaming- und SVoD- Angeboten

Streaminganbieter und ihre Eigenproduktionen rühmen sich für ihre diversen und vielfältigen Casts und Storylines. Systematische Untersuchungen dieses Eigenanspruchs im transnationalen Vergleich blieben aber bislang aus. Die vorliegende Studie zeigt, dass Netflix und Co. durchaus divers erzählen, aber längst nicht so sehr, wie es das Marketing verspricht. Und es kommt auf die Zielgruppe an.

**D**iversität und Vielfalt nehmen als Ziele immer mehr Raum in Diskussionen rund um audiovisuelle Produktionen ein. Zuletzt haben die Amazon Studios im Sommer 2021 international für Schlagzeilen gesorgt. Ihr Plan: Neben Geschlechter- und Herkunftsquoten für Positionen hinter der Kamera sollen zukünftig nur noch Schauspieler:innen engagiert werden, deren Identität auch mit der zu spielenden Rolle übereinstimmt. Dies betrifft u. a. das Geschlecht, die Geschlechtsidentität, Nationalität, Ethnizität, sexuelle Orientierung und Behinderung (Amazon Studios 2021). Fest steht, dass erhebliche Diskrepanzen in Bezug auf Vielfalt und Diversität in Medienproduktionen existieren, die bislang vor allem im Film und linearen Fernsehen untersucht wurden. Systematische Untersuchungen im Bereich „Streaming“ sind dagegen eher rar. Daher soll im Folgenden untersucht werden: Wie divers und vielfältig präsentieren sich eigenproduzierte Serien von am deutschen Markt tätigen Streaminganbietern?

Durch internationale Produktionsstrukturen der Anbieter wird es Abonnent:innen weltweit ermöglicht, auf originäre Inhalte anderer Nationen abseits von etablierten Produktionskulturen, wie denen aus den USA, zuzugreifen. Diese transnationale Perspektive, die explizit unter Berücksichtigung des in Deutschland zur Verfügung stehenden Angebots betrachtet wird, soll der besondere Mittelpunkt der Untersuchung sein.

## Junge Frauen + weiße Männer = alle hetero

Was in der Zwischenüberschrift nach einer simplen Gleichung klingt, ist vielmehr das Ergebnis intensiver Forschung zum Kino- und Fernsehangebot – sowohl in Deutschland als auch international. Obwohl Frauen weltweit einen Anteil von 50 % ausmachen, ist diese Tatsache weder auf dem Fernsehbildschirm noch auf der Kinoleinwand sichtbar: Gerade einmal zwischen 29 % und 38 % (z. B. Geena Davis Institute on Gender in Media 2019; Nielsen 2020; Prommer u. a. 2021) der tragenden Rollen in fiktionalen Produktionen sind weiblich besetzt. Einzig eine Untersuchung deutscher Kinofilme (2011–2016) kann einen Wert von über 40 % verzeichnen, welcher aber auch unter der natürlichen Verteilung liegt (Prommer/Linke 2019).

Frauen sind zusätzlich durch andere Faktoren in ihrer vielfältigen Darstellung eingeschränkt. So werden tendenziell eher jüngere Frauen gecastet, männlichen Schauspielern hingegen stehen deutlich mehr Rollenangebote auch im fortgeschrittenen Alter zur Verfügung (Prommer u. a. 2021). Überdies unterliegen die Körperbilder transnationalen Dimensionen: Während etwa in den USA Frauenkörper sexualisiert und leicht bekleidet dargestellt werden (Smith/Cook 2008), trifft das im deutschen Fernsehen weniger zu. Jedoch sind Frauen ebenfalls tendenziell schlank, Männer treten als einzige Gruppe in relevantem Maße mit mehr übergewichtigen Körpern und Körpervielfalt auf (Prommer/Linke 2019).

Auch ethnische Heterogenität konnte in bislang durchgeführten Untersuchungen nur selten festgestellt werden (Nielsen 2020), wobei weibliche Figuren jedoch einen höheren Anteil an Schwarz- und People-of-Color (PoC)-Charakteren aufwiesen (Götz u. a. 2018).

Ebenfalls immer mehr Beachtung in der Forschung rund um Diversität und Vielfalt auf dem Bildschirm findet die (gewünschte) vielfältige Darstellung von sexueller Orientierung. Der Status quo ist allerdings, dass heterosexuelle Figuren in fiktionalen Produktionen eindeutig dominieren. Diverse sexuelle Orientierungen sind im deutschen Fernsehen nur im Einzelfall abzulesen (Prommer/Linke 2019; Prommer u. a. 2021). Im US-amerikanischen Fernsehen konnte ein Prozentsatz von 5–8 % an LGBTQ-Charakteren festgehalten werden (Nielsen 2020) – ein Wert, der den im deutschen Programm eindeutig übersteigt.

Resümierend zeigt sich mit einem Blick auf bisherige Studien, dass Kino und Fernsehen die Gesellschaft nicht so vielfältig abbilden, wie sie eigentlich ist.

### Netflix – der Silberstreif am Horizont?

Streaminganbieter avancierten im Diskurs zur Diversitäts- und Vielfaltsdarstellung zu einer Art „Hoffnungsschimmer“ – schließlich wird ihnen vor allem von der Fernsehkritik sowohl eine hohe Qualität als auch eine Vielfalt an Themen sowie das Sichtbarmachen eines diversen Menschenbildes zugeschrieben (Stoddart 2017; Women and Hollywood 2019). Sie sind ernsthafte Konkurrenten zu traditionellen Broadcast-Unternehmen geworden, die nicht nur viele Nominierungen und Auszeichnungen prestigeträchtiger Preise wie dem Emmy vorweisen können (Pauker 2021), sondern auch ein unglaubliches Budget in eigenen Content investieren, wie zuletzt Netflix mit 17 Mrd. US-Dollar (Low 2021).

Ein erster Blick auf empirische Untersuchungen, die sich besonders auf den US-amerikanischen Raum beschränken und sich vor allem Netflix-Produktionen widmen, zeigt Trends bezüglich ausgewogener Geschlechterdarstellungen, ethnischer Vielfalt und vermehrte Sichtbarkeit diverser sexueller Orientierungen (Corfield 2017; Nielsen 2020; Smith u. a. 2021).

Die Fokussierung auf ein Land und einen Anbieter im internationalen Business des Streamings scheint dabei aber nicht ausreichend, um Diversitäts- und Vielfaltsbestrebungen der Anbieter auf dem Bildschirm vollumfänglich zu fassen. Die vorliegende Studie erweitert daher den Blick um eine transnationale Perspektive.

#### Literatur:

**Aikins, J. K./Gyamerah, D./Matysiak, J./Piezunka, A.:** *Wer nicht gezählt wird, zählt nicht. Empirische Forschung zu Schwarzen Menschen in Deutschland.* In: WZB Mitteilungen, 169/2020, S. 18–21

**Amazon Studios:** *Press release. Amazon Studios Releases Inclusion Policy and Playbook to Strengthen Ongoing Commitment to Diverse and Equitable Representation.* Seattle, 16.06.2021. Abrufbar unter: <https://press.aboutamazon.com> (letzter Zugriff: 09.11.2021)

**Corfield, J.:** *Network vs. Netflix: A Comparative Content Analysis of Demographics Across Prime-Time Television and Netflix Original Programming.* South Carolina 2017. Abrufbar unter: <http://scholarcommons.sc.edu> (letzter Zugriff: 20.01.2020)

**Geena Davis Institute on Gender in Media:** *The Geena Benchmark Report 2007–2017.* Los Angeles 2019. Abrufbar unter: <https://seejane.org> (letzter Zugriff: 10.09.2021)

**Götz, M./Hofmann, O./Mendel, C./Lemish, D./Scherr, S./Gozansky, Y./Huang, K./Prommer, E./Russo-Johnson, C./Sanabria, E./Whitaker, L.:** *Whose story is being told? Results of an Analysis of Children's TV in 8 Countries.* In: TELEVISION, 31/2018/E, S. 61–65

**Linke, C./Prommer, E.:** *From fade-out into spotlight: An audio-visual character analysis (ACIS) on the diversity of media representation and production culture.* In: *Studies in Communication Sciences (SComS)*, 1/2021/21, S. 145–161

**Low, E.:** *Netflix Reveals \$17 Billion in Content Spending in Fiscal 2021.* In: *Variety*, 20.04.2021. Abrufbar unter: <https://variety.com> (letzter Zugriff: 10.09.2021)

**Nielsen:** *Being Seen On Screen: Diverse Representation and Inclusion on TV.* New York 2020. Abrufbar unter: <https://www.nielsen.com> (letzter Zugriff: 10.09.2021)

Schließlich stehen den Rezipierenden vielfältige, originäre Inhalte aus anderen Produktionskulturen auf der Plattform zur Verfügung. Diese transnationale Rezeptionsperspektive soll daher besondere Beachtung finden, da sie bisherige lineare Sehgewohnheiten im eigenen nationalen Kontext aufbricht und Möglichkeiten für das Anschauen neuer Inhalte lässt (z. B. aus Japan oder afrikanischen Produktionsländern). Es stellt sich die Frage, ob SVoD-Anbieter ihre Inhalte tatsächlich diverser und vielfältiger gestalten.

### **Methode und Sample**

Die vorliegende Studie basiert auf einer Vollerhebung eigenproduzierter fiktionaler Serien mit Erstveröffentlichung auf der jeweiligen Plattform im Zeitraum 01/2012–06/2019. In die Untersuchung einbezogen wurden in Deutschland empfangbare Streaming- und VoD-Angebote der Plattformen Netflix, Amazon Prime, TNT und Joyn (zum Zeitpunkt der Erhebung noch maxdome). Insgesamt konnten 192 eigenproduzierte und erstveröffentlichte Serien im Sample gezählt werden, wovon in die Analyse jeweils zwei Folgen eingingen. Netflix stellte mit 70 % den größten Anteil eigenproduzierter Serien, 53 % der Serien wurden majoritär in Nordamerika produziert. Mithilfe einer standardisierten Inhaltsanalyse wurden aktors- und sendungszentrierte Variablen (z. B. Geschlecht, Ethnie, sexuelle Orientierung, Alter, Genre, Gewerke etc.) systematisiert erhoben und ausgewertet.

Für die Analyse wurde das Verfahren ACIS (audio-visual character analysis) angewandt (Linke/Prommer 2021). Dieses ahmt die Perspektive eines:r unwissenden Zuschauer:in nach, weshalb es für den Codierprozess kein (brancheninternes) Vorwissen braucht. Das Verfahren wurde während des Codierprozesses mehrstufig geprüft. Im Fokus der Analyse stand zum einen (1) der:die Protagonist:in, der:die zielorientiert, handlungstreibend, beständig ist, und zum anderen (2) die Hauptfigur, welche eine wichtige, dominante Stellung in der erzählten Folge, allerdings nicht die Eigenschaften des:der Protagonist:in besitzt.

Das Verfahren ACIS geht im Codier- und Auswertungsprozess mit Besonderheiten einher, die kurz und beispielhaft für diese Studie angeführt werden sollen. So handelt es sich bei den Kategorien konsequent um eine Zuschreibung von Merkmalen und nicht um eine eigene Identifikation der Schauspieler:innen. Das Geschlecht wurde über Anrede bzw. figurative Darstellung (z. B. sie/Frau oder er/Mann) vornehmlich in weiblich bzw. männlich unterteilt. Figuren, die sich in diesem System nicht einordnen ließen („other“), machten für die Auswertung eine zu kleine Fallzahl aus ( $n = 9$ ), sodass sie auch nachfolgend nicht weiter ausgewiesen werden.

Die Fremdzuschreibung der ethnischen Herkunft erfolgte über im Codebuch verankerte visuelle Beispiele, die sich über intensive Workshops mit Migrationsexpert:innen und intensive Pretests herausgebildet haben. Die erhobenen Daten werden in Schwarz- und PoC-Charakteren als auch in weißen Charakteren für westlich konnotierte Produktionsländer (u. a. Europa, Nordamerika) ausgewiesen. Die Unterteilung der Figuren in diese beiden Gruppen ist unter Bezugnahme auf die westliche Produktionskultur bzw. westliche Gesellschaft zu verstehen, in der Personen mit Migrationshintergrund und einer vielfältigen ethnischen Herkunft signifikant oft von Rassismus und Diskriminierung betroffen sind. Der zuschreibende Charakter der Studie, der die Selbstidentifikation ausschließt, ermöglicht es aber nicht, eigene Erfahrungen diesbezüglich sichtbar zu machen (Aikins u. a. 2020).

### **Ergebnisse**

Schöne diverse Streamingwelt? Mit Blick auf die Kategorie der Geschlechterverteilung auf dem Bildschirm sehen wir transnational mehr Frauen im Vergleich zu bisherigen Studien zum linearen Fernsehen, aber längst noch keine Parität. So treten weibliche Charaktere in Original-Streamingserien weltweit zu 42 % auf. Ein

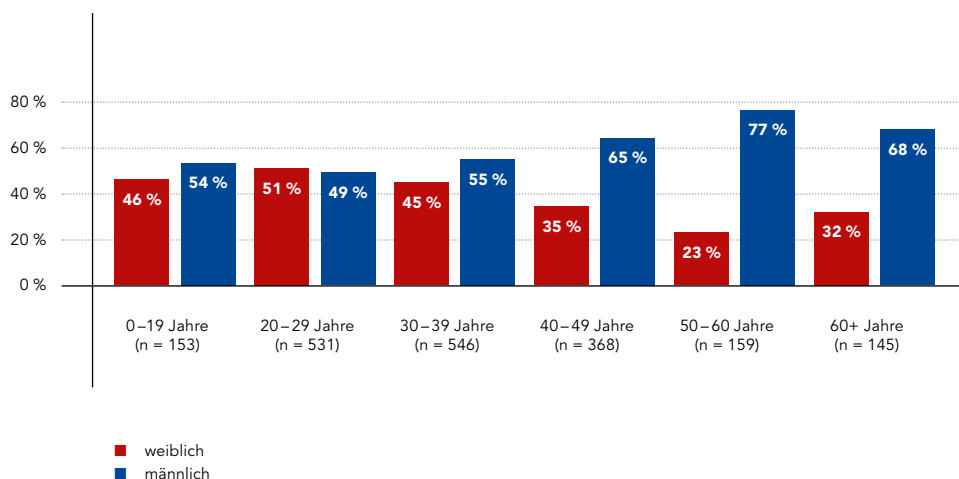
hoher Anteil von Protagonistinnen und weiblichen Hauptfiguren lässt sich mit 43 % in den Originals aus Nordamerika finden, der geringste in deutschen Serien (35 %), womit sie unter dem europäischen Wert liegen. Asien lässt mit 45 % den höchsten Anteil weiblicher Charaktere sichtbar werden. Die kontinentalen Schlusslichter bilden in diesem Kontext Mittel- und Südamerika (39 %).

Bezüglich der Zuschreibung ethnischer Herkunft lässt sich festhalten, dass – global betrachtet – der Wert weißer Figuren bei 63 % in den zentralen Rollen liegt. Betrachtet man westlich konnotierte Länder, erhöht sich der Anteil (71 %). In Deutschland liegt er bei 89 %, in Nordamerika bei 74 %. Insgesamt fällt auf, dass in Verbindung mit den nationalen Kontexten überwiegend die jeweilige Mehrheitsbevölkerung sichtbar wird. So sind beispielsweise in Asien weiße Figuren zu 1 % sichtbar.

Der weibliche Anteil bei Schwarz- und People-of-Color (PoC)-Figuren liegt bei 39 %. Im direkten Vergleich von europäischen und nordamerikanischen Produktionen lässt sich festhalten, dass die USA und Kanada mit 41 % deutlich mehr Schwarz- und PoC-Frauen zeigen als europäische Produktionen (31 %).

Zudem trifft man im transnationalen Streamingangebot auf einen Altersgap. Frauen fangen ab einem Alter von 30 Jahren langsam an, immer mehr vom Bildschirm zu verschwinden. Der große Einbruch erfolgt ab dem 40. Lebensjahr. Weibliche Charaktere sind damit erneut tendenziell jünger und somit eingeschränkter sichtbar als männliche (siehe Abb. 1).

**Abb. 1:**  
**Verteilung Protagonist:innen/Hauptfiguren nach Geschlecht und Alter**  
(alle Länder, n = 1.902)



Bezüglich der Sichtbarkeit sexueller Orientierung ist auch im Streamingangebot festzustellen, dass überwiegend heterosexuelle Figuren gezeigt werden und andere sexuelle Orientierungen wenig in Erscheinung treten. Ist eine andere sexuelle Orientierung zu sehen, tritt sie vor allem bei weiblichen Charakteren auf. Bisexualität wird so beispielsweise ausschließlich bei weiblichen Charakteren gezeigt. Interessant ist zudem die transnationale Perspektive, besonders mit Blick auf asiatische Produktionen. Hier liegen die Charaktere im Vergleich zu den anderen Ländern mit 62 % nicht erkennbarer sexueller Orientierung deutlich über dem Durchschnitt (siehe Abb. 2).

**Pauker, M.:** *HBO und Netflix dominieren die Emmys.* In: W&V, 14.07.2021. Abrufbar unter: <https://www.wuv.de> (letzter Zugriff: 10.09.2021)

**Prommer, E./Linke, C.:** *Ausgeblendet. Frauen im deutschen Film und Fernsehen.* Köln 2019

**Prommer, E./Stüwe, J./Wegner, J.:** *Sichtbarkeit und Vielfalt. Fortschrittsstudie zur audiovisuellen Diversität.* Rostock 2021 (Preprint)

**Smith, S. L./Cook, C. A.:** *Gender Stereotypes. An Analysis of Popular Films and TV.* Los Angeles 2008. Abrufbar unter: <https://annenbergh.usc.edu> (letzter Zugriff: 11.11.2021)

**Smith, S. L./Pieper, K./Choueiti, M./Yao, K./Case, A./Hernandez, K./Moore, Z.:** *Inclusion in Netflix Original U.S. Scripted Series & Films.* Los Angeles 2021. Abrufbar unter: <https://assets.ctfassets.net> (letzter Zugriff: 10.09.2021)

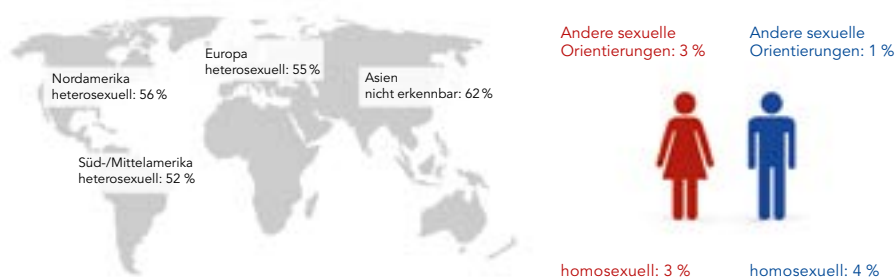
**Stoddart, K.:** *Amazon, Netflix and righting the wrongs of television's gender problem.* In: *The Conversation*, 27.07.2017. Abrufbar unter: <https://theconversation.com> (letzter Zugriff: 19.01.2020)

**Stüwe, J./Wegner, J.:** *Kinderfernsehen so white? Eine Analyse des internationalen Fernseh- und Streamingangebots für Kinder und Jugendliche.* Vortrag im Rahmen des Workshops „Fernsehen und Klassenfragen“ der AG Fernsehen der Gesellschaft für Medienwissenschaft. Siegen 2021

**Women and Hollywood: 2019-2020 Season.** LGBTQ Characters on TV. 07.11.2019. Abrufbar unter: <https://womenandhollywood.com> (letzter Zugriff: 19.01.2020)

»Serielle Originals von Streaminganbietern sind weniger divers, als sie sich selbst vermarkten.«

**Abb. 2:**  
**Sexuelle Orientierung der Protagonist:innen/Hauptfiguren**  
**(eigene Darstellung)**



Die ethnische Zuschreibung hat jedoch weder Einfluss auf das erfasste Alter noch auf die sexuelle Orientierung der jeweiligen Figur.

Zusammenfassend lässt sich festhalten: Serielle Originals von Streaminganbietern sind weniger divers, als sie sich selbst vermarkten. Insbesondere in westlichen Produktionsländern ist das Geschlechterstereotyp der unterrepräsentierten, weißen Frau, die jung und schlank ist und heterosexuelle Beziehungen pflegt, präsent. Lediglich wenn Rezipierende in Deutschland alle Möglichkeiten des transnationalen Angebots der Streaminganbieter nutzen, stehen ihnen vielfältige Optionen zur Verfügung. Dann erleben sie nicht nur Geschichten aus aller Welt, sondern sehen auch mehr Vielfalt und Diversität, als ihnen bisher in Film und Fernsehen geboten wurde. Verfolgt man demnach den Ansatz der transnationalen Produktions- und Rezeptionsperspektive der Global Player im Streaminggeschäft, stimmt die Selbstvermarktung von Netflix und Co. Positiv bleibt auch, dass diverse sexuelle Orientierungen keine Einzelfallphänomene mehr sind, sondern hier mehr (wenn auch nicht signifikant häufig) Diversität auf dem Bildschirm ermöglicht wird.

### **The future will be equal! – Kinder- und Jugendangebote von Streaminganbietern**

Ein kleiner Ausblick auf das eigenproduzierte Kinder- und Jugendangebot international tätiger Streaminganbieter (Netflix, Amazon Prime, Disney+) verspricht eine vielfältige Zukunft. In den Kategorien „Geschlecht“ und „Ethnie“ zeigen sich diese Inhalte weitaus diverser als die oben präsentierten Zahlen für das allgemeine, erwachsenere Angebot (Stüwe/Wegner 2021). Das liegt vor allem an Produktionen, die sich dem Teen-TV bzw. Coming-of-Age-TV zuordnen lassen. So überschreitet der Wert von Mädchen- und Frauenfiguren das erste Mal deutlich die natürliche Marke von 50 % und liegt bei 55 % Protagonistinnen zu 45 % Protagonisten. Figuren, welche der Gruppe Schwarz und PoC zugeordnet werden können, sind mit 41 % präsent – im Vergleich zu 59 % an weißen Figuren. Das ist ein Trend, der hoffentlich mit fortschreitenden Produktionen auch auf das allgemeine Streamingangebot übergeht.



Juliane Wegner ist Doktorandin und wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Medienforschung der Universität Rostock.



Julia Stüwe ist Doktorandin und wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Medienforschung der Universität Rostock.



Dr. Elizabeth Prommer ist Professorin an der Universität Rostock und Leiterin des Instituts für Medienforschung.