

**Indrek Ibrus, Carlos A. Scolari (Hg.): Crossmedia Innovations.  
Texts, Markets, Institutions**

Frankfurt a.M. u.a.: Peter Lang 2012, 314 S.,  
ISBN 978-3-631-62228-5, € 29,95

Keine Frage, die Kombination und Konvergenz von Medien findet in der Forschung anhaltendes Interesse, wovon bereits das Konglomerat von semantischen wie theoretischen Bestimmungs- und Abgrenzungsversuchen unter Termini wie Inter-, Intra-, Trans- und Hypermedia zeugt. Auch Indrek Ibrus und Carlos A. Scolari stoßen mit ihrem Sammelband *Crossmedia Innovations* in dieses Untersuchungsfeld vor, wobei sie sich neu entstandenen Formen, Praktiken und Diskursen von cross- und transmedialen Strategien widmen. Die Herausgeber konzipieren ‚crossmedia‘ dabei als (markt-)

strategisches Verfahren, bei dem Content, Produkt oder Dienstleistung in Gebrauch verschiedener medialer Formen über multiple Medienplattformen distribuiert wird – in der Regel im ökonomischen Interesse der Rechteinhaber. In Abgrenzung dazu verstehen sie ‚transmedia storytelling‘ als Methode, bei der eine einzelne Geschichte mittels verschiedener Media-Formate und -Plattformen erzählt und dazu meist auf interaktive Technologien und Nutzerbeteiligung gesetzt wird. Die Beziehung beider Verfahren beschreiben Ibrus und Scolari mit der Formel ‚crossmedia + narrative = transmedia

storytelling“ (S.7) und umreißen so das Forschungsinteresse des Bandes. Die darin enthaltenen 16 Beiträge sind dabei drei großen Themenkomplexen, den textuellen, ökonomischen und institutionellen Innovationen, zugeordnet.

Der erste Themenblock beschäftigt sich vorrangig mit der Untersuchung fiktionaler Erzählformate, die mittels verschiedener Medienkanäle entwickelt und distribuiert werden. Die Beiträge stellen dabei überwiegend Einzelfallstudien dar und bleiben ihrem Gegenstand eng verhaftet. Maarja Saldre und Peeter Torop untersuchen die Konstruktion einer ‚storyworld‘ am Beispiel von *Harry Potter and the Philosopher’s Stone*, wobei sie die Etablierung und Ausarbeitung des medienübergreifenden Erzähluniversums an Roman (1997), Kinoverfilmung (2001) und dem Online-Fanportal ‚Pottermore‘ (seit 2011) nachverfolgen. Ähnlich betrachtet Carlos A. Scolari in seinem Beitrag die narrative Welt von *The Triplets*, einer katalanischen Kinderbuchreihe (seit 1983), die aufgrund ihrer internationalen Popularität als Cartoon-Serie adaptiert wurde, begleitet von zahlreichen Merchandise-Produkten und Spin-Off-Formaten. Dabei stellt Scolari fest, dass die Expansion der Geschichte über verschiedene Medienkanäle mit einer gleichzeitigen Kompression der Narration einhergeht. Inwieweit Spin-Offs jedoch auch dazu dienen können, Lücken, Brüche und Inkonsistenzen in transmedialen Narrationen zu begleichen, untersucht Colin B. Harvey am Beispiel des Comic-Helden Universums *The Green Hornet* und der BBC-Serie

*Doctor Who* (1963 – heute). In den Beiträgen von Sarah Atkinson und Andreu Belsunces Gonçalves wechselt die Perspektive dann auf die Rezipientenseite: Atkinson betrachtet die interaktiven fiktionalen Formate *The Truth About Marika* (2007) und *The Inside* (2011), bei denen die spielerische Nutzerpartizipation am Erzählgeschehen mittels verschiedener Medien-Outlets zum Fortschreiten der Handlung essentiell ist. Begleitende interaktive Spielangebote im virtuellen Raum rücken auch bei Gonçalves’ Untersuchung der Sci-Fi-TV-Serie *Fringe* (2008-2013) in den Fokus. Thematisch fällt hier nur der Beitrag von Richard Berger und Ashley Woodfall aus dem Kontext, der sich knapp mit neuen, komplexen Interaktions- und Konvergenzformen der Medien beschäftigt und gerade im Bezug auf junge Nutzergruppen daran Herausforderungen und Möglichkeiten für die Medienpädagogik und wissenschaftliche Lehre aufzeigt.

Der zweite Themenkomplex widmet sich ökonomischen Fragestellungen crossmedialer Phänomene; hier rückt das – partizipierende und produzierende – Konsumentenverhalten in den Fokus. So beschäftigen sich Joan Ramon Rodríguez-Amat und Katherine Sarikakis mit Fragen von Autorschaft crossmedialer Produktionen im Spannungsfeld zwischen den kollaborativen Nutzeraktivitäten und den forcierten Copyright-Ansprüchen der Rechteinhaber, was die Autoren anhand des *Star Wars*-Franchise analysieren. Ähnlich untersucht Göran Bolin, wie Mediennutzer zu aktiven Co-Produzenten von crossmedialem Content werden, ihr

kreativer Input aber gleichzeitig von der Medienindustrie ökonomisch be- und ausgenutzt wird. Cincia Colapinto und Elenora Benecchi wiederum betrachten spezifische Mediamarketing-Strategien zur Nutzerbindung, wie sie u.a. von der Filmindustrie angewendet werden. Eine empirische Untersuchung einer multimedialen Plattform nehmen Annika Wiklund-Engblom, Seppo Leminen, Mika Westerlund, Simon Staffans, Michaela Esch, Risto Rajala am Beispiel der finnischen Musikshow *The Mill Sessions* (2011-2012) vor, deren Content auf den unterschiedlichsten Kanälen distribuiert wird und sich gleichzeitig an Nutzerengagement bindet. Und Steinar Ellingsen betrachtet neue Online-Video-Formate (darunter Webserien, *Viral Videos* und *Crowdfunding*) als mögliches Business- und Marketingmodell.

Der dritte Teil des Sammelbands setzt sich mit institutionellen Rahmungen von Media-Content-Produktionen auseinander und exerziert diese anhand von Beispielen aus den Bereichen Film, Fernsehen und Presse durch. Indrek Ibrus betrachtet die Entstehung innovativer multimodaler Narrative mit Blick auf das gestiegene Interesse der Medienindustrie an crossmedialen Formaten und Strategien, wobei er diese enge Wechselbeziehung an experimentellen Projekten kleinerer AV-Produktionsfirmen rund um die Baltische See aufzeigt. Aurite Kouts analysiert die gestiegene Bedeutung eines partizipativen Publikums für die Filmindustrie am Beispiel der kollaborativen Produktionsplattform *Wreck-A-Movie*. Die Presselandschaft rückt

dagegen in den Beiträgen von Jose A. García-Avilés und Ivar Hohn Erdal in den Fokus, die beide jeweils nach den Möglichkeiten crossmedialer Produktionen für den heutigen Print- und Online-Journalismus fragen: ersterer am Beispiel von führenden Pressehäusern in Großbritannien und Spanien, letzterer anhand zweier norwegischer Medienorganisationen. Rosa Franquet i Calvet und Isabel Villa Montoya vergleichen schließlich die Anwendung crossmedialer Strategien bei öffentlichen Fernsehsendern in Katalonien und Dänemark.

Klarer Pluspunkt des Sammelbandes ist die internationale Ausrichtung der Beiträge, die erhellende Einblicke in die europäischen Nachbarländer ermöglicht. Gut geglückt ist auch das interdisziplinäre Zusammenbringen von narrativen und ökonomischen Fragestellungen. In ihrer theoretischen Ausrichtung – wenn auch nicht mit demselben Begriffsinventar – argumentieren die Beitragenden häufig fast deckungsgleich, was im Lesefluss des gesamten Bandes zu deutlichen Redundanzen führt, welche in der Regel selektiv vorgehende Leser aber kaum stören dürften. Zeitweise erhält man den Eindruck, die Teilnehmer hätten Mühe gehabt, sich auf die vorgegebene Seitenzahl zu beschränken, da Themenkomplexe und Studiendesigns teils nur knapp angerissen oder stichpunktartig skizziert werden. Daher kann der Sammelband für eigene Forschungsprojekte höchstens einen ersten Gedankenanstoß bieten.

Mirjam Kappes (Hamburg)