

Neuerscheinungen: Besprechungen und Hinweise

Im Blickpunkt

Kerstin Fröhlich: Innovationssysteme der TV-Unterhaltungsproduktion. Komparative Analyse Deutschlands und Großbritanniens

Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2010, 455 S., ISBN 978-3-531-16951-4, € 49,95 (Zugl. Dissertation an der Universität Zürich)

Das deutsche Fernsehen hat nicht den Ruf innovativ zu sein. Viele Formate sind häufig ausländische Lizenzware. Erweist sich ein Format als erfolgreich, lassen die Kopien bei konkurrierenden Sendern nicht lange auf sich warten. In welchem strukturellen Umfeld Innovationen in der TV-Unterhaltung entstehen, ist Gegenstand einer Untersuchung der Medienwissenschaftlerin Kerstin Fröhlich. Ziel der Arbeit, mit der die Autorin an der Universität Zürich promoviert wurde, ist eine Analyse der „Einflussfaktoren auf Innovativität in der TV-Unterhaltungsproduktion.“ (S.25) Dabei versucht sie gleichzeitig ökonomische und kulturelle Aspekte einzubeziehen und theoretische Ansätze aus der Kommunikations-, Medien- und Wirtschaftswissenschaft zu verwenden. Komparativ untersucht sie die Innovationsprozesse in der Produktion von TV-Unterhaltung in Deutschland und Großbritannien. Diese Auswahl erscheint plausibel, denn in relevanten Aspekten weist die TV-Industrie eine vergleichbare Struktur auf – bis auf den Indikator der Formathandelsbilanz, die Großbritannien gegenüber Deutschland als einen innovationsstarken Markt ausweist (S.17). Sehr zu recht verortet Fröhlich hier ein Forschungsdefizit, denn Wertschöpfungen und Erlöse lassen sich nicht durch Übertragungswege generieren, sondern nur durch eine Vielfalt an attraktiven Inhalten (S.21).

In einem einleitenden theoretischen Teil definiert sie die Begriffe ‚Innovation‘ und ‚Kreativität‘ und entwirft auf der Grundlage der Medienökonomie die Akteure, die Strukturen und die Prozesse von Innovationssystemen als Untersuchungsdimensionen. Sie konzeptualisiert die TV-Unterhaltungsproduktion als ‚kreative Industrie‘ und verortet ihre Arbeit im Bereich der Innovationsforschung. Neben der Synthese bereits vorhandener Forschungsergebnisse, stützt sie ihre Untersuchung vor allem auf die Interviews von 14 deutschen und 11 britischen Experten und eine Analyse verschiedenster Dokumente (Gesetze, Berichte, Unternehmensinformationen).

Umfassend und deutlich kann Fröhlich in ihren Ergebnissen die Rahmenbedingungen ausmachen. Die Autorin kann eine Vielzahl von Einflüssen nachweisen, die sich ihres Erachtens aufgrund der Interdependenzen nur komplex darstellen ließen. (Vgl. S.421) So erweise sich in Deutschland die Trennung zwischen

Information und Unterhaltung als Innovationshemmnis. (Vgl. S.173) Dies hätte nicht zuletzt auch Auswirkungen auf die Attraktivität von Arbeitsplätzen und Rekrutierung hochqualifizierter Arbeitskräfte. In Großbritannien wirke sich der stärkere Urheberrechtsschutz positiv auf die dortigen innovative Prozesse aus. (Vgl. S.175f.) Auch die stärkere wirtschaftliche Orientierung der britischen Rundfunkregulierung wäre als Vorteil für Innovationsprozesse in der TV-Unterhaltung auszumachen. (Vgl. S.188) Großbritannien verfüge laut Fröhlich über „effiziente Marktstrukturen für die Kreation von neuen Programmen“ (S.246), die zum einen auf stärker tradierten unabhängigen Produzenten basiere, zum anderen auf die nicht so rigorose Trennung zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Fernsehmarkt. Dies führe im britischen TV-Markt zu einer Verfügbarkeit größerer Ressourcen. Der britische Rundfunkauftrag enthält in Großbritannien kreativitäts- und innovationsfördernde Elemente, sodass von der BBC Ausstrahlungseffekte ausgingen, die auch die privaten Anbieter erfasse. (Vgl. S.279, 294) Von Bedeutung scheine auch die Funktion der Redakteure. Während deutsche TV-Redaktionen eher als *Producer-Broadcaster* konzipiert seien, ließen sich britische Redaktionen besser als *Gatekeeper* erklären, deren Arbeitsstruktur dem *Commissioning-Modell* entspräche. Das hätte direkte Auswirkungen auf die Organisation der Austauschprozesse in denen die Innovationsorientierung und Risikoaversion entsprechend dem Kooperationspartner zugeschrieben werde (S.336). So sähen deutsche Akteure den Formatmarkt eher als einen Zuliefermarkt, während ihn britische eindeutig als Absatzmarkt identifizieren würden. Nicht zuletzt spiele die Verbandsarbeit und das ‚Lobbying‘ eine entscheidende Rolle für das Selbstverständnis der Medienschaffenden, für die Strukturierung der Kooperationen zwischen Sendern und Medienschaffenden und für die stetige Qualifizierung der Ausbildung. Auch hier zeigt sich ein Standortvorteil Großbritanniens, auch wenn die neuerlichen Erfolge der Allianz Deutscher Fernsehproduzenten in der Arbeit noch nicht berücksichtigt werden konnten.

Kerstin Fröhlich legt mit ihrer Arbeit eine umfassende und akribische Analyse des Innovationsprozesses in der TV-Unterhaltungsproduktion vor. Der komparative Ansatz einer Untersuchung von Deutschland und Großbritannien ist aufschlussreich und liefert ausführliche Ergebnisse. Auf breitem theoretischen Fundament kann sie das System von Innovation und Kreativität in der TV-Unterhaltungsproduktion beleuchten. Sie reiht ihre Untersuchung damit in eine Folge von Qualitätsarbeiten ein, die seit geraumer Zeit unter dem Titel „The Business of Entertainment. Medien, Märkte, Management“ im Verlag für Sozialwissenschaften erscheinen. Fröhlich unterzieht entscheidende medienökonomische Strukturprozesse einer Reflexion, die angesichts der zunehmenden Komplexität der Märkte notwendig ist.

Bei ihrer Zielsetzung, „Handlungsempfehlungen für die unterschiedlichen Akteure der Medienpraxis“ (S.25) bereitzustellen, bleibt die Arbeit jedoch hinter den Erwartungen zurück. Zu breit und ausufernd sind die theoretischen Darstellun-

gen geraten. Es hätte der Arbeit gut getan, die Prüfungsschrift für den Buchmarkt ‚aufzubereiten‘. Die Schaubilder sind sehr textlastig und verdoppeln sich in den Texten und auch die eigentlich ganz hilfreichen Resümees sind oft redundant. So kostet die Orientierung im Text einigen Aufwand und versperrt leider den direkten Blick auf die aufschlussreichen Ergebnisse.

Enrico Wolf (Frankfurt am Main)