

in der Schönheitsoperationen eine wesentliche Rolle spielen.

Die zentrale Schwäche dieses Bandes ist seine Zusammenstellung: Nimmt man den Untertitel ernst, addieren sich die einzelnen Beiträge weder zu einer systematischen Gesamtschau des dort angedeuteten Gegenstandsbereichs noch behandeln sie eine repräsentative Auswahl der wichtigsten Erscheinungsformen. Die Zusammenstellung wirkt etwas beliebig, ein weiteres Problem ergibt sich aus der Aufnahme mehrerer Beiträge zum gleichen Gegenstand. Vor allem in den Texten über „DSDS“ wiederholen sich grundlegende Informationen und Argumentationen in auffälliger Weise.

Einen zwiespältigen Eindruck hinterlässt der Sammelband dadurch, dass er einerseits in hohem Maße eine „buchbinderische Synthese“ darstellt, also die darin versammelten Texte von wenig mehr als den Buchdeckeln zusammengehalten werden, andererseits weisen die Einzeltexte mehrheitlich hohe Qualität auf. Eine in weiten Teilen anregende Lektüre bieten sie nicht zuletzt dadurch, dass in unterschiedlichen Gegenstandskontexten wiederholt mehrere Leitfragen aufgegriffen werden, die hohe allgemeine Bedeutung für die aktuelle Fernseh- bzw. Medienentwicklung insgesamt haben. In fast allen Beiträgen wird der Prozess der „Hybridisierung“ des Fernsehens angesprochen; das Phänomen der „Fiktionalisierung“ traditionell non-fiktionaler Genres diskutiert, das einen wesentlichen Aspekt von Hybridisierung darstellt; und es werden qualitativ neuartige Rezeptions- bzw. Nutzungsweisen modelliert und analysiert, die durch hybride Angebotsformen ermöglicht werden.

Da man sich immer noch auf relativ unerforschtes Terrain begibt, wenn man sich auf derartige Fragestellungen einlässt, ist entschuldbar, wenn hin und wieder ein Irrweg eingeschlagen wird, wie etwa von Sabrina Brauer, wenn sie den Begriff „Gerichtsshow“ im Kontext von „Fernsehshows“ nach deutlichem Verständnis diskutiert (S. 52ff). Anders als in Deutschland meint „Show“ im angelsächsischen Sprachgebrauch lediglich „Sendung“ oder „Sendereihe“. Dass heute auch in Deutschland von „Gerichtsshows“ gesprochen wird, hat nichts damit zu tun, dass eine besondere Nähe zu traditionellen „Fernsehshows“ nach hiesigem Begriffsverständnis (wie Musik-, Spiel- oder Talkshows) behauptet werden soll, sondern verweist nur auf die nach ameri-

kanischem Verständnis sehr nüchterne formale Kennzeichnung „Court Show“. Trotz dieses Missverständnisses gelingen der Autorin interessante Beobachtungen, etwa zu in Gerichtsshows vorfindbaren Fiktionalisierungs- und Authentisierungsstrategien. Auch in vielen anderen Beiträgen lassen sich den aktuellen Forschungsstand bereichernde Befunde und Überlegungen finden – bemerkenswert ist beispielsweise der im Rahmen einer empirischen Analyse der Presseberichterstattung zu „Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!“ von Kerstin Fröhlich erzielte Befund, dass anders als noch wenige Jahre zuvor anlässlich der ersten Staffel von „Big Brother“ das Thema der Kameraüberwachung keine Rolle mehr gespielt hat (vgl. S. 273f).

Eine ausführliche Würdigung der Stärken (und Schwächen) der einzelnen Beiträge ist an dieser Stelle natürlich nicht möglich. Als knappes Fazit kann lediglich festgehalten werden, dass der Sammelband zwar nicht insgesamt überzeugen kann, es aber viel Interessantes zu entdecken gibt. Wer sich mit den hier behandelten Themen und Gegenständen beschäftigt, sollte in jedem Fall hineinschauen, auch wenn ein wenig Suchen erforderlich ist, ehe das interessante gefunden wird.

Gerd Hallenberger

Dennis Eick

Programmplanung: die Strategien deutscher TV-Sender

Konstanz: UVK, 2007. – 208 S.

(Praxis Film; 32)

ISBN 978-3-89669-676-2

Obwohl die Programmplanung eine enorme strategische Bedeutung für Positionierung und Erfolg von Fernsehsendern hat, liegen im deutschen Sprachraum verhältnismäßig wenige Veröffentlichungen zum Thema vor. Dabei gibt es zweifellos einen Bedarf an aktueller Forschung zur Programmplanung: Die weiterhin intensive Konkurrenz um attraktive Programminhalte, die Digitalisierung und die Fragmentierung des Zuschauerverhaltens stellen erhebliche Herausforderungen für die Programmplanung dar und werfen die Frage auf, ob und inwieweit die traditionellen Programmplanungsrezepte noch ihre Gültigkeit haben.

Dennis Eick, seines Zeichens Fiction-Redak-

teur bei RTL, hat sich freilich zum Ziel gesetzt, die Techniken der Programmplaner zu erläutern, und nicht, sie auf ihre Gültigkeit hin zu befragen. Sein Buch richtet sich nicht primär an ein akademisches Publikum, sondern „an normale Fernsehkonsumen [und] auch an interessierte Praktiker, also an die Produzenten“ außerhalb der Sender (S. 8). Ob dies erreicht wird, bleibt abzuwarten. Der Leser sieht sich rund 170 Seiten sehr dichten Fließtextes gegenüber, der weder durch Grafiken, Textboxen oder Tabellen aufgelockert wird. Diese befinden sich zwar in sehr schöner farbiger Aufmachung im Anhang, hätten der Auflockerung und Visualisierung der Argumentation jedoch im Text wesentlich besser gedient.

Das Buch zielt darauf ab, dem Leser die Beantwortung der Frage zu erlauben: „Warum läuft der Tatort am Sonntagabend in der ARD?“ (S. 170) Gemessen an diesem Ziel, hinterlässt das Buch einen zwiespältigen Eindruck. Einerseits legt der Autor eine gut geschriebene und leicht zugängliche Einführung in die Basis-Techniken der Programmplanung vor. Der Autor kann auf der Basis seines zweifellos beeindruckenden umfangreichen Detailwissens belegen, dass diese Techniken die deutsche Programmplanung prägen.

Andererseits leidet das Buch an einigen Schwächen: Zum einen wird das Zuschauerverhalten nicht systematisch und nicht ausreichend datengestützt diskutiert, sondern einzelne Merkmale „häppchenweise“ präsentiert, obwohl Kanaltreue, Umschaltverhalten und Zuschauerträchtigkeit bzw. *audience flow* die entscheidenden Parameter der Programmplanung darstellen. Auch die paradoxe Charakterisierung des Zuschauerverhaltens wird nicht eingehend reflektiert. Einerseits wird dem Zuschauer eine aktive Rolle im Kommunikationsprozess zugewiesen (S. 38), andererseits wird deutlich, dass Programmplanung darauf abzielen muss, die unbestreitbaren habitualisierten Merkmale des Fernsehkonsums auszunutzen und zu verstärken, da Erfolg am Zuschauermarkt vor allem durch langlebige, serialisierte Formate erlangt werden kann, die Zuschauererwartungen verlässlich erfüllen. Während solche Habitualisierungseffekte durch Digitalisierung und Fragmentierung schwieriger zu erreichen sein werden, geht Eick davon aus, dass die großen TV-Sender immer noch Bestand haben werden, nicht zuletzt, weil sie sich bislang auf dem wettbewerbsintensivsten Free-TV-Fern-

sehmarkt in Europa behaupten konnten. Ungeachtet dessen stellt Eick fest, dass Zuschauer selektiver seien, stärker „zappten“ und ein deutlich variantenreicheres Freizeitverhalten aufwiesen (S. 82). Auch im Hinblick auf andere Trends des Nachfrageverhaltens bleibt Eick etwas unpräzise und stellt bspw. fest, dass viele Genres im Fernsehen Schwankungen in Beliebtheit und Akzeptanz beim Publikum unterliegen und Programme daher ein richtiges Timing im Hinblick auf den Zeitgeist haben müssten. Erklärungen für solche Konjunkturen werden aber nicht geboten (S. 51).

Obwohl „content is king“ gilt und Programmplanung gerade die Verzahnung von Programmminhalteentwicklung und Schemaplanung anstreben muss (und als solche praktiziert wird), widmet sich Eick vorrangig der klassischen Programmschemaplanung. Ausschlaggebend für diesen Fokus ist, dass er TV-Sender als Dienstleister ansieht, deren Leistungserbringung gerade in der Zusammenstellung von Inhalten bestehe (S. 7). Dies hat zur Folge, dass Eick weder die grundlegende strategische Positionierung von Sendern eingehend diskutiert noch die inhaltliche Programmplanung. Das Zusammenwirken der Business Affairs Programm-Abteilungen mit Redaktionen und Auftragsproduzenten wird zwar erwähnt, aber nicht weiter ausgeführt (S. 141). Das dürfte insbesondere für die Resonanz unter externen Produzenten abträglich sein, denen kein Ratgeber an die Hand gegeben wird, mit dessen Hilfe sie ihre Absatzchancen verbessern können. Obwohl Programmplanung als Versuch der Maximierung des Zuschauermarkterfolges mit Hilfe knapper Programmressourcen aufgefasst werden kann, werden auch betriebswirtschaftliche Aspekte nur sehr knapp behandelt. Angesichts der voranschreitenden Digitalisierung und der erwarteten Fragmentierung des Zuschauerverhaltens ist erstaunlich, dass der Autor der Programmplanung in Senderfamilien nur drei Seiten Text einräumt, obwohl das Konzept der Senderfamilie sowohl den öffentlich-rechtlichen als auch den privaten Angebotssektor prägt. Während hier vor allem die Verzahnung von strategischer Ausrichtung und Programmplanung der Einzelsender von Interesse ist, erscheinen Senderfamilien bei Eick vor allem als Möglichkeit, die weniger attraktiven Bestandteile der im Programmeinkauf üblichen Paketverträge auf kleinere Schwesterseiten zu verteilen (S. 133).

Abgesehen von diesen inhaltlichen Beschränkungen präsentiert Eick eine sehr gute und sehr plastische Einführung in das Konzept des TV-Formats und die grundlegenden Schenmaplanungstechniken. Das „empirische Material“ wird jedoch nur konfirmatorisch eingesetzt, d. h. die Gültigkeit der präsentierten Programmschematheorien wird nicht in wissenschaftlicher Weise überprüft. Durch dieses Vorgehen beschränkt sich die Aussagekraft des Buches auf den Nachweis, dass die bekannten Programmierungstechniken weiterhin zum Einsatz kommen und auch erfolgreich sein können. Die dichte Beschreibung von Schenmaplanungen muss aber implizit voraussetzen, dass der Leser einen Großteil der beschriebenen Formate zumindest grob kennt, um die beschriebenen Manöver sinnvoll nachzuvollziehen. Zudem läuft das Buch Gefahr, gerade aufgrund der Detailliertheit der Faktenschilderungen schnell zu veralten. So sind einzelne Sendungen seit 2007 bereits abgesetzt und Sendeplatzstrukturen umfassend reformiert worden.

Der Maßstab, an dem sich das Buch messen muss, ist freilich, ob der Leser in die Lage versetzt wird, die Frage nach der Programmierung des „Tatort“ zu beantworten. Ob der Leser aufgrund der Lektüre des Buches in der Lage sein wird, zur gleichen Erklärung zu gelangen, die Eick präsentiert (S. 171), kann der Rezensent nicht beurteilen. Eicks Erklärung verweist auf eine Vielzahl relevanter Erfolgsfaktoren, die vom Leser in Betracht gezogen werden müssten. Aufgrund der Mehrdimensionalität des Produkt Programms und der Multikausalität des Zuschauermarkterfolgs gilt nämlich allen Programmschemaplanungstechniken zum Trotz, dass der Erfolg eines Programms nicht planbar ist (S. 52). Da Programmformate einerseits habitualisierte Zuschauererwartungen erfüllen, andererseits originär sein müssen, bleibt festzuhalten: „Programmierung im Fernsehen ist sehr komplex. Es erfordert Erfahrung und Routine, ebenso aber Wagemut und Experimentierfreude – in Maßen.“ (S. 102)

Einen Eindruck von dieser Komplexität vermittelt zu haben und von den Planungstechniken, um sie handhabbar zu machen, ist das Verdienst der Arbeit Eicks. Auch wenn die Arbeit dem informierten Praktiker und dem akademischen Forscher nicht viel Neues zur Programmschemaplanung mitteilt, versammelt und illustriert sie die wichtigsten Pla-

nungstechniken. Den größten Nutzen von der Lektüre dieser dichten Beschreibung von Programmstrukturen dürften daher Studierende der Medienwissenschaften davontragen.

Henk Erik Meier

Andrea Claudia Hoffmann

Kopfkino

Wie Medien unsere Träume erfüllen

Konstanz: UVK, 2008. – 437 S.

ISBN 978-3-86764-058-9

Kopfkino ist die überarbeitete Fassung einer unlängst angenommenen Dissertation, der im Auslandsressort des Nachrichtenmagazins Focus tätigen Autorin. Mit der vorliegenden Arbeit wird der Anspruch erhoben, die Aneignung fiktionaler Medieninhalte mit Hilfe des Vergleichs zwischen angeeigneten medialen Fiktionen und Träumen näher zu beleuchten. Als theoretisches Fundament dienen dabei so unterschiedliche Zugänge wie radikal-konstruktivistische Ansätze zur Wahrnehmung, psychoanalytische Literaturtheorien und die Neurowissenschaften.

Empirisch wurden Interviews mit zwölf Personen durchgeführt. Im Rahmen dieser Interviews wurden Erinnerungen über vergangene Rezeptionserlebnisse sowie Erinnerungen über vergangene Träume dokumentiert. Die zugrunde liegenden Leitfragen finden sich im Anhang des Buches.

Die Auswertung der qualitativen Daten erfolgte in einem schrittweisen Prozess, von der Bedeutungsrekonstruktion aus der Perspektive der Befragten über einen inhaltlichen und einen strukturell-gestalterischen und einen funktionalen Vergleich hin zu einer Gesamtinterpretation. Dabei war angestrebt, „generelle Muster in Bezug auf die Tätigkeiten des Träumens und der Aneignung fiktionaler Medieninhalte herauszufiltrieren, die sich in den Phantasieprodukten mehrerer Untersuchungssubjekte manifestieren. Auf der Basis dieser Muster wurde auf mentale Prinzipien und Strategien geschlossen, die beim Träumen und bei der Aneignung medialer Fiktionen zum Tragen kommen und auf die Phantasieprodukte rückwirken“ (S. 171).

Die Schlüsse, die aus den Berichten gezogen werden, sind vielfältig. Und mutig. Die Autorin konzediert etwa, dass bisherige Studien zum Thema Medienaneignung nur unvollstän-