▶ DER MEDIENWISSENSCHAFTER THORSTEN HENNIG-THURAU ÜBER HOCHWERTIGE, MODERNE DRAMASERIEN WIE *BREAKING BAD*: AUF WELCHE ART SIE VON WEM KONSUMIERT WERDEN.

Interview: Margit Miller

Prof. Dr. Hennig-Thurau, 49, ist Leiter des Instituts für Marketing & Medien der Universität Münster

BREAKING BAD & CO SIND RAUS AUS DER KULTURNISCHE

Qualitätsserien in der Machart von *Game of Thrones, Breaking Bad* und Co haben den Serienmarkt und das Zuschauerverhalten verändert. Wie, das erklärt der deutsche Medienexperte Hennig-Thurau.

Wie haben *Breaking Bad* & Co den Serienkonsum beeinflusst?
Thorsten Hennig-Thurau: Neue Drama-Serien, so nennen wir diesen Serien-Typ, sind bei der Bevölkerung längst angekommen – in einem Ausmaß, das wir nicht erwartet hatten. Fast jeder zweite unserer Befragten hat mehrere Folgen von zumindest einer Serie des neuen Typs geschaut. Wir finden zudem, dass sich diese Serien in vielen Punkten von klassischen TV-Serien unterscheiden – wann sie geschaut werden, wie, in welcher Sprache, auf welchem Kanal und welchem Gerät. Diese Serien nehmen einen anderen Platz im Leben der Zuschauer ein – sie werden aus anderen Gründen geschaut und bringen andere Gefühle hervor.

Ist die horizontale Erzählweise der Qualitätsserien massenkompatibel?
Hennig-Thurau: Ja, offensichtlich. Ich habe oft aus der Branche gehört, dass die neuen Serien nur etwas für die Bildungselite seien. Was wir finden, ist aber: Neue Drama-Serien sind zwar besonders beliebt bei Jüngeren und Gebildeten, aber sie sind alles andere als „Studentenfutter": Sie werden inzwischen weit über diese Zuschauergruppe hinaus gemocht und angeschaut. *Game of Thrones* und Co haben sich ihren Weg aus der Kulturnische gebahnt.

Wer Serials schaut, konsumiert via VoD, der Zufallskonsument sieht fern?
Hennig-Thurau: Während bei traditionellen Serien 88 Prozent am TV-Gerät schauen, sind es bei neuen Drama-Serien nur 74. Immerhin 24 Prozent schauen neue Serien am PC, im Vergleich zu gerade mal 11 Prozent bei *Grey's Anatomy* und Co. Krasser sind die Unterschiede bei TV-Kanälen: Während bei den „normalen" Serien fast alles über Free-TV passiert, werden weniger als die Hälfte der neuen Serien auf diesem Weg gesehen. Hier gibt es viele andere Quellen wie VoD etc. Der Trend geht nur langsam weg vom Fernseher, aber schnell weg vom (linearen) TV.

Zu den Zielgruppen: Schauen die Jüngeren *The Walking Dead* online am Stück und das Publikum 60 plus lässt sich im Wochentakt von *Criminal Minds* berieseln?
Hennig-Thurau: Die größte Liebe zu den neuen Serien gibt es in der Tat bei jüngeren, gebildeten Männern. Aber es gibt Unterschiede bei den verschiedenen Serien: *Luther, Downton Abbey* und *Homeland* sprechen vor allem ältere Zuseher an, *Breaking Bad, The Walking Dead* und *American Horror Story* die Jüngeren. *Breaking Bad* und *House of Cards* stehen bei Männern hoch im Kurs, *Downton Abbey* und *True Blood* sprechen Frauen an. Ähnliche Unterschiede finden wir auch in Bezug auf Bildung: *Sherlock* und *Breaking Bad* haben die meisten Fans unter den Gebildeten, *The Walking Dead* hingegen spricht überwiegend bildungsferne Segmente an.

Sind die jungen „Bewegtbild-Seher" zu ungeduldig, um eine ganze Woche auf Nachschub zu warten?
Hennig-Thurau: Interessant finden wir, dass überhaupt systematisch geschaut wird – ein Ergebnis der verbundenen Episoden, die von zwei Dritteln chronologisch geschaut werden. Bei klassischen Serien schaut ein Drittel chronologisch, die meisten konsumieren, wenn sie Zeit haben. Neue Serien sind für viele der Stoff, aus dem das Wochenende ist – immerhin 20 Prozent schauen überwiegend am Samstag und am Sonntag.

Bei den aktuell oft düsteren Dramen ist es nicht einfach, sich berieseln zu lassen. Nimmt das dem Serienkonsum nicht seinen eskapistischen Aspekt?
Hennig-Thurau: Bei neuen Serien finden wir, dass hohe Konzentration und auch starke gefühlsmäßige Erschöpfung den Serienkonsum auszeichnen und von „normalen" Serien abheben. Das steht aber offenbar dem Entfliehen des Alltags nicht im Wege – dieses Motiv wird von beiden Serientypen gleichmäßig erfüllt. Aber es ist bei neuen Serien nicht erfolgsentscheidend: Vielmehr geht es darum, sich in Charaktere hineinversetzen und – ganz spannend – sich mit anderen austauschen zu können. Es ist doch spannend, dass so viele Menschen Fernsehen schauen, das Konzentration erfordert und sie erschöpft! Das steht in einem Widerspruch zum Kulturpessimismus, nach dem die jüngere Generation sich gar nicht mehr konzentrieren kann.

Werden Serienfans heute stärker von moralisch grenzwertigen Stoffen angezogen als früher?
Hennig-Thurau: Radikales Erzählen ist in der Tat ein starkes Kennzeichen der neuen Serien. Das Fernsehen nähert sich in der Ausdrucksform dem Kino an – oder besser: Es übernimmt die Rolle, die das erwachsene Kino bis in die 90er-Jahre noch gespielt hat. Die Menschen wollen keine weichgespülten Erfahrungen, die mit der Welt, die um uns herum existiert, nichts zu tun hat. Die neuen Drama-Serien skizzieren das Leben mit großer Radikalität, verbal wie bildlich. Mit Moral hat das meines Erachtens nichts zu tun. Außer vielleicht, dass *Breaking Bad* & Co sich auch durch mehr Ambiguität auszeichnen: Ein Held wie Walter White ist ja weder richtig gut noch böse. Diese Ambiguität ist neben der Radikalität des Ausdrucks eines der zentralen Merkmale der neuen Serien.

Ein Seriencharakter, der uns begleitet, wird auch Identifikationsfigur. In modernen Serien wimmelt es aber nur so vor brutalen, gebrochenen, asozialen Gestalten. Birgt das für junge Zuschauer nicht ein gewisses Gefahrenpotenzial?

DIE MODERNE DRAMASERIE ÜBERNIMMT DIE ROLLE, DIE DAS ERWACHSENE KINO BIS IN DIE 90ER-JAHRE NOCH HATTE

Hennig-Thurau: Das ist ja eine uralte Frage – darauf geben unsere Ergebnisse auch keine Antwort. Aber wenn junge Leute intelligente Dialoge verfolgen, dann darf meines Erachtens das Umfeld auch schon mal schmuddelig sein. Schlimm wird es doch erst, wenn wir uns alle zu Donna Leon flüchten und gar nicht mehr mitkriegen, dass in unserer wirklichen Welt die Hetzer in den Vordergrund drängen. Neue Serien führen jedenfalls dazu, dass sich Menschen über intelligente Dinge unterhalten. – Wenn das kein positiver gesellschaftlicher Effekt ist, dann weiß ich auch nicht.

Pro TV-Saison starten international an die 400 Serien. Platzt diese Blase nicht bald? Hat der große Serien-Hype seinen Zenit nicht schon überschritten?
Hennig-Thurau: Nein, auf keinen Fall. In Deutschland zum Beispiel hat man ja gerade erst angefangen mit dem Serienverstehen und -machen. Dazu wollen wir mit unserer Studie beitragen. Es ist doch vielmehr so, dass Hollywood die Menschen zu den Serien treibt – und zwar gleich in doppelter Hinsicht: Die Zuschauer laufen gelangweilt weg vor den einheitsbreiigen Betäubungsfilmen mit unbedingt globalem Appeal, und die Künstler finden in Qualitätsserien ein neues Zuhause, in dem sie sich auf eine Weise ausdrücken können, wie es im Kino schon längst nicht mehr möglich ist. ■

Die Forscher Thorsten Hennig-Thurau und Koautorin Nora Pähler vor der Holte präsentieren ihre Studie mit dem Titel *Phänomen Neue Drama-Serien*

FOTOS: LMM MÜNSTER, BEIGESTELLT