

Dennis Eick

# Das Serienkonzept

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte  
bibliografische Daten sind im Internet über  
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Dennis Eick  
Das Serienkonzept  
*Praxis Film, 99*  
Köln: Herbert von Halem Verlag 2022

© 2022 by Herbert von Halem Verlag, Köln

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung  
und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten.  
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch  
Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren)  
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert  
oder unter Verwendung elektronischer Systeme  
(inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet,  
vervielfältigt oder verbreitet werden.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dem Buch auf  
die gleichzeitige Verwendung weiblicher und männlicher  
Sprachformen verzichtet. Mit den Personenbezeichnungen  
sind stets beide Geschlechter gemeint.

ISBN (Print) 978-3-7445-1943-4  
ISBN (PDF) 978-3-7445-1939-7

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im  
Internet unter <http://www.halem-verlag.de>  
E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

Lektorat: Julian Pitten  
Druck: docupoint GmbH, Magdeburg  
Satz: Herbert von Halem Verlag  
Gestaltung: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>9</b>
<b>1. Die Serie</b>	<b>11</b>
<b>2. Präsentation</b>	<b>16</b>
2.1 Das Serienkonzept	16
2.2 Kurzkonzept / Pitch	20
2.3 Die Logline	22
<b>3. Die Figur</b>	<b>25</b>
3.1 Konflikt	33
3.2 Die Figurenkonstellation	35
3.3 Zusammenfassung	41
Konzeptbeispiel	
Unter Freunden stirbt man nicht	42
Statement	53
Christina Christ (Director Fiction / Produzentin) /	
Tina Hechinger (Ausführende Produzentin)	
Konzeptbeispiel	
SOKO Potsdam	56

Statement	61
Von Richard Kropf, Bob Konrad & Hanno Hackfort	
Freundinnen müsste man sein – die Entwicklung von <i>SOKO Potsdam</i>	
<b>4. Struktur</b>	<b>63</b>
4.1 Episodenstruktur	66
4.2 Haupt- und Nebenplot	69
4.3 Der Teaser	71
4.4 Cliffhanger	73
4.5 Tag	74
4.6 Staffelbogen	74
4.7 Episoden	76
Konzeptbeispiel	
Hindafing	78
<b>5. Der Pilot</b>	<b>87</b>
Konzeptbeispiel	
Wild Republic	90
<b>6. Das Format</b>	<b>121</b>
<b>7. Kontext</b>	<b>124</b>
7.1 Statement / Die Idee / Warum jetzt?	124
7.2 Das Thema	126
Konzeptbeispiel	
Frau Jordan stellt gleich	127
Statement	
Ralf Husmann	132

<b>8. ›Look and Feel‹</b>	<b>134</b>
8.1 Das Setting	134
8.2 Tonalität	136
8.3 Dialogbeispiele	138
8.4 Erzählweise	138
8.5 Genre	140
8.6 Look	140
8.7 Adaptionen und Vorlagen	141
Konzeptbeispiel	
Magda macht das schon!	143
Statement	151
Magda wird gemacht - so entstand Deutschlands beliebteste Altenpfegerin	
Konzeptbeispiel	
Mein Freund, das Ekel	154
Statement	162
Franziska An der Gassen	
<b>Nachwort</b>	<b>165</b>

## Vorwort

Serien sind heutzutage in aller Munde – nur für die Jüngeren unter uns: Früher waren Serien meist schnöde TV-Ware, nichts, über das man auf Partys, in Kantinen, Öffentlichen Verkehrsmitteln und auf dem Schulhof sprach. Oder vielmehr: leise. Denn Serien waren weit davon entfernt, State of the Art zu sein, es handelte sich eher um *guilty pleasures*, vergleichbar mit den Anfängen des Kriminalromans, der zunächst als Schund abgetan wurde. Und jetzt, viele Jahre später, wimmelt es nur so von Kriminalerzählungen, auf dem Buchmarkt macht das Spannungssegment ein Viertel des Belletristik-Umsatz aus. Im TV und Streaming sind Spannungserzählungen mit allen zugehörigen Genres der beliebteste Content. Die meisten Krimiserien sind eher ›Butter-und-Brot-Formate‹ (und immer noch *guilty pleasures*), aber auch unter den *quality series* (diejenigen herausragenden Hochglanzformate, über die alle sprechen) sind einige dem Krimi-Genre zuzuordnen.

Welches Genre auch immer, welche Resonanz, welche Plattform auch immer – in diesem Buch wird es darum gehen, wie man eine Serie schreibt. Und zwar nicht darum, wie man die einzelnen Folgen entwickelt und die Drehbücher schreibt – dies wäre es Projekt, das den Rahmen hier sprengen würde, aber natürlich nicht uninteressant – sondern darum, wie man die Grundidee einer Serie auf den Punkt bringt. Und so formuliert, dass man Geldgeber/Ko-Produzenten/Mitstreiter für das Projekt gewinnt. In dem man ein solides Serienkonzept entwickelt, das die meisten Fragen beantwortet (aber auch nicht zu viele) und jede Menge Begeisterung weckt.

Das hier vorliegende Buch bietet daher einen Theorie-Teil – der hoffentlich nicht zu theoretisch geworden ist, sondern stets pragmatisch genug bleibt – und versammelt darüber hinaus einige Serienkonzepte von erfolgreichen Formaten, die auf den unterschiedlichsten Sendern

und Plattformen liefern und laufen. Selbstverständlich weichen die Konzepte stellenweise von den fertigen Produkten ab – und das ist auch gut so. Denn dazwischen liegt der Entwicklungsprozess – und wenn man im Verlaufe dessen nicht nochmal jeden Stein umdreht und vielleicht besser anordnet, dann hat man etwas falsch gemacht. Aber wie Sie sehen werden, haben die versammelten Konzepte doch schon einiges direkt zu Anfang richtig gemacht.

Und genau das wünsche ich Ihnen auch. Viel Erfolg!

# 1.

## Die Serie

Die Serie hat in den letzten Jahren einen Siegeszug vollzogen wie kaum ein anderes fiktionales Genre. Das hat mehrere Gründe, zum einen den veränderten Markt. Die Medienlandschaft hat sich in den vergangenen Jahren komplett verändert. Das liegt vor allem an der Digitalisierung, die dazu geführt hat, dass sich der Fernsehmarkt um ein Vielfaches verbreitert hat, was schließlich zu einer Fragmentarisierung führte: Weil es immer einfach ist, einen Sender zu gründen und man immer weniger Personal, weniger Investment und viel schlankere Strukturen braucht. Einen kleinen Streaming-Kanal kann man mit nur wenigen Mitarbeitern betreiben – schließlich ist man (so wie die meisten Spartenkanäle ausgerichtet sind) nicht darauf angewiesen, Live-Formate zu produzieren oder gar eine Nachrichtenabteilung zu betreiben, was personal- und kostenintensiv ist. Die meisten Spartenkanäle sind allerdings klein und können sich kaum eine eigenproduzierte Serie leisten – das ist immer noch zu teuer.

Streamingdienste wie Netflix, Amazon Prime Video, Joyn, RTLnow, TNT, Disney+, AppleTV usw. allerdings haben mehr Geld zur Verfügung und einen größeren Anspruch: Sie wollen ein großes Publikum binden, sich am Markt gegen die Konkurrenz durchsetzen und sie brauchen dafür: Serien. Denn nur mit einer Serie kann man ein Publikum langfristig binden – im Gegensatz zu einem Hollywood- oder auch Arthouse-Film, der nun eben nach zwei Stunden vorbei ist. Stattdessen will man dem Publikum über einen längeren Zeitraum ein größeres, ein längeres, ein stärker bindendes Vergnügen bieten – und da sich die Serie inhaltlich stark verändert hat (wenn man sie mal mit den braven 1980er-Jahren oder auch den Formaten der 1990er-Jahre vergleicht), kann und will man seinem Publikum ein qualitativ herausragendes, womöglich herausforderndes Erzählen bieten, das es im mainstreamigen Hollywoodkino in den letzten Jahren



eher nicht bekommen hat: Die heutigen Serien sind wagemutiger, unkonventioneller, qualitativ besser denn je.

Aber natürlich gibt es auch weiterhin serielle Formate, die unspektakulär und brav ewig gleiche Erzählweisen durchdeklinieren und sich inhaltlich, visuell und im Anspruch kaum verändert haben – und die dennoch ein treues Publikum finden. Denn auch das ist ein Markt, nicht jeder erwartet von einer Serie ein markerschütterndes, bahnbrechendes, die eigenen Sehgewohnheiten hinterfragendes Erlebnis. Manchmal will man einfach nur abschalten und einer Erzählung folgen, von der wir von Minute 1 an wissen, wie sie ausgeht.

Und dennoch: In kaum einem anderen fiktionalen Genre wurde derart experimentiert, konnten wir Verschiebungen in der Figurenführung und der Bedienung der Zuschauererwartungen beobachten, wurden moralische Begriffe wie ›Gut‹ und ›Böse‹ neu ausgehandelt, wurden gesellschaftliche Themen in einer Tiefe behandelt, wie es sonst kaum möglich war. Früher war es undenkbar, dass der Protagonist moralisch fragwürdig oder gar ›böse‹ ist – nicht erst, aber vor allem nach den *Sopranos* war das möglich. Und wurde mit *Breaking Bad* einem breiten Publikum dargeboten, das die Entwicklung Walter Whites vom biederem Lehrer zum Drogenboss vor allem deswegen begeistert mitverfolgte, weil es vorher – handwerklich sehr überzeugend gemacht – Zeuge wurde, wie dieser Protagonist nicht ernst genommen, ignoriert und vor allem zutiefst gedemütigt wurde. Daraus entstand der Wunsch, er möge es allen zeigen. David gegen Goliath (in diesem Fall die Gesellschaft), *as simple as that*. Serien mit ambivalenten Hauptfiguren haben seitdem Konjunktur, zum Beispiel auf Netflix mit *You*, wo wir Zuschauer uns tatsächlich mit einem Stalker identifizieren. Insgesamt sind Figuren vielschichtiger, ambivalenter, unkalkulierbarer, unkonventioneller geworden, sie haben heute mehr Schwächen als je zuvor – und sind uns Zuschauern damit ähnlicher geworden. Weil sie mehrdimensionaler – und damit eben auch glaubwürdiger – sind. Weil sie nicht mehr aus einem Baukasten zu stammen scheinen. Obwohl sie das – gut versteckt – natürlich oft noch tun.

Serien von heute erzählen mitunter quälend langsam oder rasend schnell. Es gibt Annäherungen an Arthouse-Filme oder knallbuntes, opulentes Hollywoodkino (und ein ähnliches Budget). Es wird elliptisch erzählt und man traut dem Publikum mehr zu – im Gegensatz zu früher muss nicht mehr jede Frage beantwortet werden, muss dem Zuschauer nicht jede Minute gesagt werden, wo er sich befindet, muss nicht dauernd eine

Orientierung gegeben werden. Interessanterweise war eine konventionelle US-Serie der Auslöser dafür: *Dr. House* brach mit der Konvention, den Zuschauer jederzeit auf Augenhöhe mit dem Protagonisten zu halten, was den Informationsfluss betrifft. Mindestens zehn Prozent der Erzählzeit jeder Episode war der Zuschauer einer Situation ausgesetzt, in der Dr. House und seine Kollegen vor dem Whiteboard das Krankheitsbild des Patienten diskutierten und mit medizinischen Fachbegriffen um sich warfen – und der Zuschauer saß da, und verstand nichts (nicht einmal, wenn er ausgebildeter Mediziner war, sofern es nicht gerade sein Fachgebiet war). Folge für Folge konnte der Zuschauer der Handlung stellenweise nicht folgen. Und: Es war ihm egal. Er interessierte sich in diesen Momenten nur für die zwischenmenschlichen Konflikte der Figuren auf dem Schirm.

Ein weiterer Bruch mit den Konventionen war sicherlich *Game of Thrones*, eine Serie, die die Zuschauererwartungen verlässlich erschütterte und damit absolut neu war. Nein, nicht in ihren soap-ähnlichen Strukturen, gewiss nicht. Sondern darin, dass sie sympathische Heldenfiguren wie Eddard Stark, mit einem langfristigen Potenzial aufgebaut, sterben lässt. Ohne Vorwarnung. »What the fuck?« wurde zum überraschten Ausruf der Zuschauer und Fans. Erzählkonventionen wurden hier – durchaus kalkuliert – erschüttert. Und das sorgte für Erstaunen, Frust, Zweifel – und den unbedingten Wunsch, immer weiter schauen zu wollen.

Und gerade, weil sich unter den Serien immer wagemutigere, unkonventionellere Formate entwickelt haben, sind sie Aushängeschilder aller Streamingdienste geworden – die diese Entwicklung natürlich vorangetrieben haben. Denn um neue – in der Anfangsphase jüngere – Zuschauer zu gewinnen (weil diese technikaffiner, agiler, digitaler und damit eher bereit sind, auf neue Plattformen zu wechseln), wurden hier immer »spitzere« Formate entwickelt. Kein Wunder aber, dass das auch die bestehenden Sender herausforderte, das öffentlich-rechtliche Fernsehen wie auch die Privatsender mussten inhaltlich reagieren – ohne ihr bestehendes Publikum vor den Kopf zu stoßen...

Wir könnten weiter und sehr viel ausführlicher in die Geschichte der Serie einsteigen, aber das wäre sicherlich ein ganz anderes Buch. Wir wollen uns stattdessen noch einmal die Gründe in Erinnerung rufen, aus denen Zuschauer serielle Formate ansehen.

Die Einschaltgründe der Zuschauer sind vielschichtig und wechselhaft, sie schließen sich teilweise aus oder laufen parallel. Zum einen ist da die Suche nach »leichter Kost«. Wenn wir z.B. Formate wie *Rote Rosen* schau-

en, dann suchen wir Ablenkung, Zerstreuung und definitiv nichts, das uns aufregt, was uns länger beschäftigt, zum Nachdenken bringt, herausfordert. Wir wollen einfach nur harmlosen Zeitvertreib.

Gleiches gilt für das Gefühl der Sicherheit. Zum Beispiel bei Formaten wie *Um Himmels Willen* suchen wir Zerstreuung und können uns dazu sicher sein, dass wir nichts Verstörendes, an die Grenzen gehendes, Herausforderndes erleben werden, dem wir emotional womöglich nicht gewachsen sind. Man kann das Konzept der Sicherheit allerdings auch anders definieren: In einer Serie wie *Hannibal* können wir uns den abgründigsten, blutigsten, verstörendsten Dingen widmen - ohne dass wir unseren schützenden Sessel/ unser Sofa/ unser Bett verlassen müssen. Wir sind einerseits geborgen, erleben aber gleichzeitig Aufregendes!

Serien stellen in manchen Fällen eine starke Suggestion der Wirklichkeit dar. Je näher Formate an der Realität sind, desto einfacher fällt es bestimmten Zuschauergruppen, sich mit den Helden zu identifizieren. Diese erhöhte Identifikationsmöglichkeit trägt unter Umständen und bei einigen Zielgruppen zum Erfolg der Serie bei. Aber auch das Gegenteil kann Sinn machen: Flucht aus dem Alltag. Formate wie früher *CSI: Miami*, das extrem hochwertig und ›geleckt‹ aussah, waren dem Alltag der meisten deutschen Fernsehzuschauer völlig fern - und das Format feierte genau deswegen große Erfolge. Die diesbezügliche Faustregel geht ungefähr so: Je schlechter es den Menschen geht, je unsicherer sie sind, desto stärker werden eskapistische Formate wertgeschätzt. Zuschauer schauen dann zum Beispiel hollywoodeske, opulente Formate fern ihrer eigenen Lebenswirklichkeit wie z.B. *Jack Ryan* auf Amazon Prime. Je sicherer sich die Menschen fühlen, desto eher sind sie bereit, sich mit ihrer nahen Umgebung in der Fiktion realistisch (was eben auch bedeutet: kritisch) auseinander zu setzen. *Love* auf Netflix wäre da ein Beispiel, eine Serie, die weitaus realistischer und näher an der Lebenswirklichkeit einer Generation und ihrem ambivalenten Verhältnis zur Beziehungsfähigkeit und Partnersuche ist, als ... hm, *Monaco Franze*.

Apropos Ritualisierung und Kult. Die Zuschauer schauen bestimmte Formate aus Nostalgie. Oder aus Gewohnheit. Oder weil es ›cool‹ ist, weil sie dabei sein wollen. Ein *must see*, mit dem man auf Partys punktet. Sicher, innerhalb bestimmter Zielgruppen und z.B. urbanen Milieus gehörte es zum guten Ton, sich die Quality-Serien aus den USA anzusehen und man musste einfach *True Detective* geschaut haben oder *Fargo* oder was auch immer - aber das ist nichts im Vergleich zu den 1980er-Jahren in Deutsch-

land, wo die halbe Bevölkerung die wöchentliche Episode von *Dallas* schaute und jeder am kommenden Tag auf dem Schulhof, in den öffentlichen Verkehrsmitteln oder in der Kantine diskutierte, was J.R. diesmal wieder fieles angerichtet hatte – so etwas ist heutzutage allerdings kaum noch zu erreichen.

Lebenshilfe ist ein Einschaltimpuls für bestimmte Zuschauer. Diese suchen (und finden) tatsächlich Orientierung in den täglichen Serien, die sie schauen. Hier bekommen sie Rat in Fragen wie: Wie gehe ich mit der ungewollten Schwangerschaft um? An wen kann ich mich wenden, wer hilft und unterstützt mich? Solche Themen werden gerade in Soaps hoch und runter erzählt und von einem Publikum dankbar angenommen. Wir können Lebenshilfe auch weiter fassen: Es gibt eine starke Korrelation zwischen der Verbreitung der einheimischen Telenovelas und dem Bildungsgrad junger Frauen in Brasilien. Denn ein klassisches Erzählmuster der Telenovelas ist das einer jungen Frau, die aus kleinsten Verhältnissen kommt und trotzdem Karriere macht (z.B. als Modedesignerin) und dabei natürlich auch die Liebe findet. Je häufiger und eindrücklicher dieser Lebensweg auf Fernsehkanälen verbreitet wurde, desto größer wurde der Wunsch, so etwas ebenso zu erreichen. Und junge Frauen in abgelegenen, verarmten Regionen des Landes, deren Optionen nach der grundständigen Schulausbildung meist darin bestanden, direkt zu heiraten, Kinder zu bekommen und zu arbeiten, entschieden sich dafür, eine weiterführende Schule zu besuchen.

Neben den genannten Einschaltimpulsen ist einer allerdings am häufigsten: Die Triebbefriedigung. Wenn wir eine Serie schauen, können wir eine Vielzahl von emotionalen Bedürfnissen abdecken, wir können uns gruseln, amüsieren, ängstigen. Wir können Rachegefühle ausleben, Befriedigung durch den Sieg über einen größeren Gegner fühlen, können uns familiär aufgehoben und verbunden, können den Nervenkitzel der Liebe oder einer Actionsequenz erleben. Wir können weinen und lachen. Vielleicht sogar gleichzeitig.

Aber nur dann, wenn die Serie glaubwürdig und mitreißend ist. Anders gesagt: wenn sie inhaltlich und handwerklich überzeugt. Und wie man die Grundidee dessen formuliert und aufs Papier bringt, darum soll es im Folgenden gehen...

# 2.

## Präsentation

### 2.1 Das Serienkonzept

**Das Serienkonzept dient dazu, eine Serienidee zu formulieren und zu verkaufen. Punkt.** So simpel ist es. Und gleichzeitig so schwer.

Wie man ein Serienkonzept inhaltlich ausgestaltet, also aufbaut, wie man Informationen wie und wann auf den Punkt bringt, wie man den Leser leitet, wie man im Konzept Spannungsbögen gestaltet, damit beschäftigen wir uns in den folgenden Kapiteln. Bevor wir also zum Formulieren kommen, machen wir einen kurzen Schwenk zum Verkaufen.

Man muss sich immer vor Augen führen, dass die Veränderungen des Medienmarktes auch vieles andere beschleunigt haben. Gefühlt zumindest (aber fragen Sie einen der Verantwortlichen selbst, viele werden es bestätigen) haben die Menschen in den relevanten Positionen in den Sendern (womit hier auch immer die Streamer mitgemeint sind) ebenso wie die Producer und Produzenten immer weniger Zeit. Die (digitalen) Schreibtische biegen sich unter eingereichten Stoffen und Ideen, die geprüft werden wollen, gleichzeitig gibt es immer mehr Termine und immer weniger Raum, um sich eingehend mit den Einreichungen zu beschäftigen. Hinzu kommt: Meist handelt es sich ja um Ideen, die gar nicht selbst bestellt wurden. Stoffe, von denen man zu Beginn des Lesens gar nichts weiß, außer den Namen des Autors und die Produktionsfirma (sofern es schon beim Sender gelandet ist). Kurz: Die Redakteure wissen nicht, womit sie sich die nächsten Minuten (oder Stunden) beschäftigen werden.

Wie schön wäre es, wenn man ihnen diese Zeit so angenehm, lustig, so emotional, spannend und dramatisch macht, wie es nur geht?

Das Serienkonzept muss also erstmal eine Hürde nehmen, muss Skepsis beseitigen, muss auf den ersten Blick so packend sein (und das kann der Blick auf einen guten *Titel* sein), dass es den Vorzug gegenüber den anderen zu lesenden Stoffen erhält. Und dann muss der Leser dranbleiben, muss immer weiter gefesselt werden. Seine Neugier muss hochgehalten werden, er muss in die Geschichte hineingezogen werden, muss weiter lesen wollen, weil er wissen will, was mit diesen Figuren, die Sie ihm präsentieren passiert. Weil Sie einen Cliffhanger unten auf die Seite gesetzt haben, der ihn zum Umblättern zwingt. Weil ein Witz so lustig war, dass man mehr davon will. Kurz: Weil Sie den Text so aufgebaut haben, dass der Leser immer weiter lesen will. Absatz für Absatz, Seite für Seite.

Ja, es kann helfen, mit Cliffhangern zu arbeiten. Mit einer Vorausschau. Mit einem Verweis auf das Ende des Konzepts. Aber vielleicht tut es auch eine einfach gut gebaute Struktur. Das bedeutet:

- Sind die Kapitel richtig angeordnet?
- Wann will ich als Leser was erfahren?
- Welche Fragen stelle ich mir als Leser wann?
- Und wann bekomme ich eine Antwort auf meine Frage? (Nun, am besten, bevor ich verärgert bin und mir an den Seitenrand schreibe: »Logisches Loch«...)
- Wie steige ich in die Geschichte/das Konzept am besten ein? (Hier ein genereller Tipp: mit einem erzählerischen Moment, mit einer Szene o.ä. Und nicht mit einer bestimmt historisch gut recherchierten, aber aufgrund der Fülle der Ereignisse womöglich ausufernd langatmigen und detailverliebten Schilderung der damaligen Ereignisse, zu denen ich als Leser zunächst einmal überhaupt keine Bindung habe, weil ich noch keine Figuren kennen gelernt habe und daher mit aller Wahrscheinlichkeit emotional noch gar nicht involviert bin... Oder anders gesagt: Wenn ich so lange Bandwurmsätze wie den vorigen schreibe, steigt mein Leser bestimmt eher aus, als wenn ich ihm einen guten Gag »serviere«.)

Also: Der Leser darf sich nicht langweilen! Sie müssen ihn überraschen. Immer wieder.

So banal es klingt: Man kann nur einmal einen ersten Eindruck machen!