

1 Einleitung

In der Forschung bilden Medienumbrüche den Anlass, in der Vergangenheit Erklärungsansätze für Veränderungen in Gegenwart und Zukunft zu finden. Aktuelle Begriffe wie ‚Transient Media‘ oder ‚Mobile Media‘ (vgl. Cubitt 2017) implizieren grenzüberschreitende Bewegungen digitaler Medien. Diese Mobilisierung verändert die Positionierung etablierter Einzelmedien wie dem Fernsehen innerhalb der Mediensysteme. Lynn Spigel betont die Geschwindigkeit seiner Transformationen. „Television – once the most familiar of everyday objects – is now transforming at such rapid speed that we no longer really know what ‚TV‘ is at all.“ (Spigel 2004, 6) Das Fernsehen vollziehe seit einigen Jahren einen schnellen, vielschichtigen Wandel, u. a. in den Bereichen Technik, Akteure, Ökonomie, Ordnungsmodelle, Angebotsformen, Dramaturgie, Wirkung und Nutzung (vgl. etwa Spigel 2004). Nach einer Ausweitung der Senderlandschaft seit den 1990er Jahren und der mit ihr einhergehenden Zielgruppenspezialisierung lassen sich grundlegende Modifikationen der Fernsehvermittlung feststellen – insbesondere durch das schrittweise Aufbrechen des traditionell linear ausgerichteten Broadcastings in ein interaktives Microcasting. Gleichzeitig zeigen sich vielfältige Überschreitungen von Mediengrenzen – nicht nur zwischen dem Fernsehen und dem Internet, sondern beispielsweise auch zwischen Printmedien und dem Internetfernsehen.

Diese Entwicklungen münden schließlich in die Many-to-Many-Vermittlungsstruktur vielfältiger Online-Bewegtbildangebote, die ich in diesem Buch mit dem Oberbegriff des ‚Internetfernsehens‘ erfasse. Die u. a. in der australischen Medienwissenschaft häufig genutzte Bezeichnung Internetfernsehen schließt visuelle Angebote ein, die für die Online-Distribution produziert oder archiviert werden – etwa in Mediatheken oder auf Videostream-Plattformen. Diese Begriffsverwendung ermöglicht es, einen Überblick zu vielfältigen Teilbereichen der Entwicklungen des Internetfernsehens darzustellen. In Anlehnung an die etablierte fernsehhistorische Forschung erfasst die

Darstellung Wechselwirkungen von technischen und ökonomischen Rahmenbedingungen, Veränderungen der Produktion, mit Angebots- und Genreschwerpunkten, Distribution und Rezeption.

YouTubes ursprünglicher Aufforderung „Broadcast Yourself“ (2005) folgten nicht nur viele Amateure und Amateurinnen; zugleich veränderten sich etablierte Programmschwerpunkte und Genres des traditionellen Fernsehens (vgl. Burgess/Green 2018). Die Integration von YouTube in das Monopol Alphabet Inc. 2006 bildete einen wesentlichen Faktor der wachsenden Kommerzialisierung und Professionalisierung des Internetfernsehens. Die Parallelexistenz von aufwändigen professionellen Produktionen und kostengünstigen Erscheinungsformen der Amateurkultur verändert etablierte und neue Fernsehangebote, ihre Ordnungsmodelle, ihr Genrespektrum, ihre Wirkung und ihre Nutzung. In diesen Bereichen kommt es zu vielfältigen Phänomenen der Reproduktion, Remediation, Entgrenzung, Hybridisierung und Kommentierung.

1.1 Begriffe und Definitionsansätze des Internetfernsehens

Die wachsende Vielfalt der Institutionen und Distributionsformen des sogenannten Internetfernsehens und seiner komplexen Angebote werden bislang mit Begriffen und Abkürzungen beschrieben wie Internet Related Television, IPTV (kurz für Internet Protocol Television), Web TV, Social TV, OTT (kurz für Over The Top Television), Online-Bewegtbildangebote, Streaming Media, Videoplattform, Videostream-Plattform, Mediatheken. Definitionsansätze dieser Abkürzungen und Begriffe fokussieren u. a. technische Grundlagen oder ökonomische Rahmenbedingungen. Auf Basis technischer Grundlagen wird etwa unter IPTV zunächst nur „die digitale, auf dem Internetprotokoll basierende Übertragung von audiovisuellen Inhalten auf das Fernsehgerät verstanden“ (Breuning 2007, 478). Hingegen erfasst das Kürzel OTT aus technischer Perspektive die von Internet Providern unabhängige Übermittlung von Fernsehhalten (vgl. auch W&V Redaktion 2018). Aus

Einleitung

inhaltlicher Perspektive beschreibt das Kürzel Zusatzangebote zum Fernsehprogramm.

Gunnar Harboe hingegen bezieht sich vor allem auf die Nutzungsformen von internetbasierten Bewegtbildphänomenen, wenn er als Social TV jede Technologie bezeichnet, die soziale Praktiken unterstützt, die üblicherweise mit Fernsehen assoziiert werden (vgl. Harboe 2009, 6). Diese umfassen neben dem Austausch über demnächst erscheinende TV-Shows auch gemeinschaftlichen Fernsehkonsum (zuhause aber auch an öffentlichen Orten wie Bars) und Gespräche über Sendungen im Nachgang. Damit legt Harboe das Augenmerk auf den Aspekt, dass die von ihm als Social TV bezeichnete Konfiguration eine besondere Art der Erfahrung ermöglicht: „an experience somehow like watching TV together, even though viewers are physically remote from each other“ (Harboe 2009, 6). Dies wird wiederum durch die Integration von digitaler Kommunikationstechnologie (wie Sprachnachricht oder Chat Text) und Fernsehen ermöglicht (vgl. ebd.).

Der Begriff ‚Streaming Media‘ bezeichnet die über ein Netzwerk erfolgende gleichzeitige Übertragung und Wiedergabe von Video- und Audiodaten (vgl. etwa Brüggemann 2013, 2). Diese technische Verbreitungsform findet u. a. im Web TV, aber auch in sozialen Netzwerken wie Facebook Anwendung.

Ökonomische Definitionsansätze richten ihren Fokus meist auf die Verbreitung audiovisueller Inhalte in geschlossenen Netzwerken des IPTV, deren Nutzung der als Bouquet strukturierten Inhalte kostenpflichtig ist. Davon unterscheiden sich die mit dem Begriff ‚Web TV‘ beschriebenen für die Onlineverbreitung produzierten, kostenlosen TV-Sendungen und Videos im Internet, die in der Regel auf dem PC gestreamt und angesehen werden (siehe dazu u. a. Kaumanns/Siegenheim/Sjurts 2008, 5).

„Over The Top Content“ (OTT) bezieht sich auf die Verbreitung von ausschließlich anderen Unternehmen produzierten Bewegtbildangeboten im Internet ohne Providerbeteiligung, in Deutschland zum Beispiel Magenta TV.

Fasst man diese Definitionsansätze zusammen, bezieht sich der Begriff ‚Internetfernsehen‘ auf für das Internet produzierte und/

oder online verbreitete Bewegtbildangebote, die Einflüsse etablierter Ordnungsmodelle, Angebotsschwerpunkte und Ausdrucksformen des traditionellen Fernsehens aufweisen. Die Produktion und Distribution des Internetfernsehens kennzeichnen neben individuellen Akteuren und Akteurinnen im Bereich des Web TV vor allem Video-Plattformen wie den Monopolisten YouTube, Videostream-Plattformen wie den Monopolisten Netflix und Mediatheken von Fernsehsendeanstalten.

1.2 Zum Aufbau des Buches

Die in diesem Buch dokumentierte historische Rekonstruktion der Geschichte des Internetfernsehens entstand im Rahmen eines Forschungsprojektes, dass sich neben den ökonomischen Rahmenbedingungen vor allem mit unterschiedlichen Aspekten der Ordnungsmodelle, Angebotsschwerpunkte, Genreentwicklung und Ästhetik befasst. Zu diesen Schwerpunkten ist eine weitere Publikation in Vorbereitung. Sie beschreibt unterschiedliche Wechselwirkungen zwischen Fernsehen, Film und dem Internet.

Damit erweitert diese Publikation bisherige fernsehhistorische Studien wie Knut Hickethiers *Geschichte des Deutschen Fernsehens* auf Bewegtbilder des Internets (Hickethier 1998). Die folgenden Kapitel zur Geschichte des Internetfernsehens stellen zunächst allgemeine medienwissenschaftliche Phasenmodelle des Medienwandels vor (Kapitel 1). Daran schließen sich Ausführungen zu Entwicklungen im Bereich gesellschaftlicher, technischer und ökonomischer Rahmenbedingungen an (Kapitel 2). Dabei lassen sich Bezüge bisheriger Entwicklungen des Internetfernsehens zu Teilbereichen der Fernseh- und Internetgeschichte herstellen (Kapitel 3) – u. a. zu Ausführungen zur Sendergeschichte und zur Entwicklung von Programmmodellen des Fernsehens, aber auch der Veränderungen von Struktur- und Navigationsmodelle des Internets, wobei Ordnungsmodelle beider Medien im Internetfernsehen kombiniert werden. Die Angebotsgeschichte umfasst einen Überblick über grundlegende Entwicklungstendenzen der traditionellen Programmschwer-

punkte Fiktion, Information, Bildung, Unterhaltung, Werbung und ergänzt sie um den Schwerpunkt der Selbstdarstellung und der Entwicklung ausgewählter Onlinevideo-Genres (Kapitel 4–6). Ein weiterer Abschnitt befasst sich mit Veränderungen des Starsystems.

Angesichts der vorhandenen Angebotskomplexität und der Volatilität von Phänomenen ist eine detailgenaue Rekonstruktion dieser unterschiedlichen Teilbereiche nicht immer vollständig möglich, und es kann sich auch nur um eine Momentaufnahme handeln. So liegt ein Fokus dieser medienhistorischen Perspektive auf medialen Wechselwirkungen im Unterschied zur bisher dominierenden Einzelmedien-Geschichtsschreibung. Dennoch entsprechen die gewählten Themenschwerpunkte auch bestehenden Ansätzen der etablierten Medialitätsforschung (vgl. etwa Bleicher 1999, Bleicher 2009).

Mit dieser Verknüpfung unterschiedlicher Themen- und Erklärungsschwerpunkte medienhistorischer Modelle lassen sich nicht nur Teilbereiche wie etwa Sender- oder Angebotsentwicklungen rekonstruieren, sondern auch zentrale gesellschaftliche, ökonomische und kulturelle Einflüsse bisheriger Entwicklungsphasen des Internetfernsehens bestimmen. Zu den *kulturellen* Einflüssen auf das Internetfernsehen zählen etablierte Themenschwerpunkte, Genrekonventionen, Dramaturgien, aber auch die Verwendung medienästhetischer Grundlagen wie etwa visuelle Gestaltungsprinzipien von Film, Video, Fernsehen und dem Internet (Kapitel 7). Neben dieser Integration und Variation bestehender Vermittlungsformen ermöglichen Innovationen etwa im Bereich der individuellen Selbstdarstellung eine Erweiterung der Angebote und damit auch der etablierten *Medienfunktionen*. In den bisherigen Entwicklungsphasen waren steigende Nutzer*innenzahlen, eine wachsende Angebotsvielfalt und neue Bedürfnisstrukturen eng verschränkt. Sie bilden die ökonomische Grundlage wechselnder Geschäftsmodelle von Medienunternehmen, verändern aber auch *Wirkung* und *Nutzung* (Kapitel 8). Die im folgenden vorgestellten Modelle der medienhistorischen Forschung beinhalten unterschiedliche Erklärungsmuster für diese Wechselwirkungen.

1.3 Fernsehwandel im Spiegel der Forschung

Schwerpunkte der bisherigen medienhistorischen Forschung, etwa im Bereich ihrer Darstellungen von Teilbereichen u. a. der Fernseh- und Internetgeschichte, umfassen vielfältige Erklärungsmodelle für die Untersuchung der Entwicklungen des Internetfernsehens. Neben Ansätzen, die eine Rekonstruktion von Phasen des Medienv Wandels, technischer, politischer und ökonomischer Entwicklungen vornehmen, existieren Herangehensweisen, die einzelne Aspekte wie etwa Genreentwicklung, Ästhetik und Inhalte als Grundlagen der kollektiven und individuellen Wirkung herausarbeiten. An diese Schwerpunkte schließt dieser Band an. Mithilfe eines Blicks auf einschlägige Forschung auf dem Gebiet lässt sich erkennen, wie sich nicht nur der Gegenstand selbst, sondern auch die Ansätze und Forschungsschwerpunkte gewandelt haben.

So diagnostiziert Lynn Spigel bereits 2004 grundlegende Veränderungen des Mediensystems und des Fernsehens seit 1994. Dazu zählen vor allem die Kommerzialisierung öffentlich-rechtlicher Sendeanstalten, die Ausweitung des Kabel- und Satellitenfernsehens, die internationale Konzentrationsbildung bei Medienunternehmen, die Konvergenz des Fernsehens und des Internets, neue Formen des Medienwettbewerbs, sowie Veränderungen der Regulierung u. a. von Eigentümerverhältnissen und Veränderungen der Bildschirmoberflächen (Spigel 2004, 2). Amanda Lotz unterscheidet in *Redesigning Women: Television after the Network Era* (2006) die Phasen Network Era der 1980er Jahre, die Multichannel Transition Mitte der 2000er Jahre von der zukünftigen Post-Network Era.

Ausgangspunkt der Publikation *FERNSEHEN – NETFLIX – YOUTUBE. Zur Fernsehhaftigkeit von On-Demand-Angeboten* aus dem Jahr 2020 von Christian Richter ist die Frage: „Wie viel *altes* Fernsehen steckt in den *neuen* Angeboten?“ (ebd., 9) Der Gegenstandsbereich dieser Monographie ist die Fernsehhaftigkeit von On-Demand-Diensten wie Netflix und YouTube, die Richter aus der Perspektive des Fernsehens analysiert. Es sollen mithilfe „einschlägiger“ Fernsehtheorien „Anordnungen wie Netflix und YouTube ausführlich auf ihre Fernsehhaftigkeit hin untersucht werden, um

Einleitung

zu identifizieren, welche vormals dem Fernsehen zugeschriebenen Eigenschaften von ihnen übernommen werden und inwiefern sich dabei Verschiebungen ergeben.“ Das Ziel bestehe darin,

eine Sichtweise auf Fernsehen aufzuspannen, die sowohl altes Fernsehen als auch neue televisionizitäre Angebote umfasst und damit weder auf institutionellen, inhaltlichen und strukturellen Parametern fußt, noch sich aus einem Konnex zum Rundfunk ableitet. Im Fokus steht damit letztlich die banal klingende, aber komplexe Frage, was Fernsehen im Zeitalter von Netflix und YouTube ist. (Richter 2020, 25f.)

Unterschiedliche Entwicklungen etwa der Blockchain-Technologie verdeutlichen, auf welche Weise der allgemeine Kontext der Digitalisierung zu Wechselwirkungen technischer, ökonomischer und medialer Online-Trends führt (ebd., 15ff.). Mit seinem Fokus auf detailgenaue Deskriptionen grenzt Richter die Rekonstruktion langfristiger medienhistorischer Entwicklungen aus. Er konzentriert sich vielmehr auf ausgewählte Beobachtungen des abgegrenzten Zeitraums 2014 bis 2019, also nach Johanna Leuschen (2017) der Etablierungsphase des Internetfernsehens.

Allein in diesem Zeitraum wurden von YouTube das kostenpflichtige Unterangebot YouTube Red (später „YouTube Premium“) sowie eigene Applikationen mit veränderten Oberflächen für Kinder („YouTube Kids“), Musikvideos („YouTube Music“) und Computerspiele („YouTube Gaming“) verfügbar gemacht. Netflix stellte im gleichen Zeitraum die Offline-Verfügbarkeit seiner Serien mithilfe einer Download-Funktion vor, sowie eine zusätzliche Schaltfläche im Menü, die das Überspringen eines Vorspanns ermöglicht. (Richter 2020, 10)

Klassische Fernsehtheorien dienen Richter „als Ausgangspunkt, um inhaltliche, strukturelle und ästhetische Ähnlichkeiten, aber auch Verschiebungen, aufzudecken und zu beschreiben“ (ebd., 9). Aus

meiner Sicht sind aber nicht nur aktuellere Theorieansätze sinnvoll; meines Erachtens wäre es auch nötig, die Einflüsse verschiedener Teilbereiche des Internets und der sozialen Medien zu betrachten, da diese maßgeblich sind für die umfassende Analyse von Video- und Videostream-Plattformen. Das verdeutlicht auch Richter selbst, indem er – ergänzend zum bisherigen Plattformmodell von Geert Lovink und dessen Überlegungen zum ‚database turn‘ im Vorwort des *Video Vortex Readers* (2008, 9) – YouTube explizit als Datenbank betrachtet. Auf die Inhalte dieser Datenbank könne mithilfe einer Suchmaske zugegriffen werden, wobei Einträge als horizontale und vertikale Listen räumlich inszeniert seien. Damit seien die Suchergebnisse, so Richter, keine „Darstellungen eines kuratierten Programms“; vielmehr visualisierten sie jeweils Abschnitte der zugrundeliegenden Datenbank (Richter 2020, 110).

Richter nutzt ausgewählte grundlegende Kategorien der bisherigen Forschung zur Medialität des Fernsehens als Gliederungspunkte. Dazu zählt er den Übergang „vom Programm zur Programmierung“ (ebd., 47ff.) mit dem Fokus auf die Zeitbindung des Fernsehens, Serialität, Flow, Liveness, Adressierungen und Abspann als Fazit. Diese Kategorien untersuchte bereits Johanna Leuschen in ihrer Dissertation, in der sie traditionelles Fernsehen und die Einführungsphase des Web TV verglich (vgl. Leuschen 2017).

Mit der Auswahl seiner Untersuchungsschwerpunkte bezieht sich Richter vor allem auf William Uricchios Beitrag „The Future of a Medium Once Known as Television“ im *YouTube Reader* (Snickars/Vonderau 2009). Richter betont, dass Uricchio auf Basis eines vergleichenden Überblicks zum Verhältnis von Fernsehen zu YouTube „eine produktive Minimalbeschreibung von Fernsehhaf tigkeit“ vorschlage, die auch Richter als Leitbild für seine eigenen Untersuchung dient. Demnach, so folgert Richter, „lässt sich Fernsehhaftigkeit mit drei Schlagworten beschreiben: Liveness, Flow und Adressierung“ (Richter 2020, 39). Diese Schlagworte bildeten die Grundlage für die Beschreibung von Wechselwirkungen des traditionellen Fernsehens mit den Monopolisten Netflix und YouTube als ‚Fernsehen 4.0‘.

Einleitung

Als Ergänzung für seine Kategorie der Fernsehhaftigkeit schlägt Richter den auf Überlegungen Jan Distelmeyers beruhenden Begriff der ‚Televisionizität‘ vor (vgl. u. a. Distelmeyer 2017), der die Beziehung zwischen dem traditionellen Fernsehen und seiner digitalen Fortsetzung erfasst. Richters Verständnis nach beschreibt der Begriff

eine Fernsehhaftigkeit, die sich in den digitalen Umgebungen von On-Demand-Angeboten präsentiert. Sie [Televisionizität, Anm. JOB] umfasst die Modifikationen und Erweiterungen, die aus einem veränderten technischen Vollzug gewährt werden, aber auch die dabei beständig betriebene inszenierte Nähe zum Fernsehen. [...] Er [der Begriff, Anm. JOB] soll zum Ausdruck bringen, dass mediale Umgebungen wie Netflix und YouTube zwar als Fernsehen inszeniert werden, zugleich aber kein Fernsehen sind und auch keines sein wollen. Auf diese Weise stehen sie sowohl für die Zukunft als auch für das Ende des Fernsehens. [...] Es handelt sich um ein Fernsehen, das sich entkoppelt hat von einem TV Signal, von festen Sendezeiten und Ausstrahlungsrhythmen, von Programmabläufen und Programmzeitschriften, von Sendern und Sendeanstalten, von Redaktionsstrukturen und Einschaltquoten, von Staatsverträgen und Rundfunkbeiträgen. (Richter 2020, 24)

Bemerkenswert ist allerdings, dass Richter selbst dieser Beschreibung der Entkoppelung mit den Ergebnissen seiner eigenen Studie etwa hinsichtlich der Zeitbindung von Netflix-Angeboten widerspricht. Gemeinsamkeiten zwischen YouTube und dem Fernsehen bestünden u. a. in der Verbreitung von audiovisuellem Material, Bezeichnungen wie ‚Tube‘ oder ‚Broadcast‘ und der gewählten Bildstruktur (ebd., 30).

Bei all diesen Überlegungen gilt Richters Interesse dem Zusammenspiel aus Technik, Ökonomie, Design, Funktion. Dabei beschäftigt er sich mit neuen Funktionalitäten, aber auch Formaten und Ausspielwegen sowie Anpassungen der grafischen Oberflächen und prozessierender Algorithmen. Zugleich betrachtet er aber auch

rechtliche und ökonomische Aspekte, da mit diesen Innovationen häufig auf „Änderungen rechtlicher Rahmenbedingungen, auf neu entwickelte Monetarisierungsstrategien oder auf ein verändertes Nutzungsverhalten“ reagiert werde. Derlei Novellierungen führten, so Richter, nicht selten zu „Verschiebungen der inhaltlichen Zusammensetzung der Angebote“ (ebd., 10).

Das Netflix-Marketing ziele im Unterschied zum Fernsehen auf eine zeitliche und räumliche Flexibilisierung der Nutzung, was sich in dem Slogan „Whatever show you want, whenever you want, on whatever screen you want“ (zitiert nach ebd., 19) manifestiert. „In diesem Verständnis wird Fernsehen als ein repressives Medium wahrgenommen, das eher seine Nutzenden kontrolliert und weniger als ein Medium, das durch seine Nutzenden kontrolliert wird.“ (ebd., 20) Die konstruierte Dichotomie ‚Alt – Neu‘ diene der Aufwertung des eigenen Angebotsprofils.

Im Bereich des Angebotsvergleichs nehme die Kategorie ‚Serialität‘ eine Schlüsselrolle ein, wobei sie auf besondere Weise der Zuschauer*innenbindung diene. Damit schließt sich Richter der These eines gemeinsamen Texts von Benjamin Beil, Lorenz Engell, Jens Schröter, Herbert Schwaab und Daniela Wentz an, in dem diese feststellen, dass „kein anderes Medium so stark von der Form der Serie geprägt“ sei wie das Fernsehen. Damit ließe sich behaupten, dass „Serialität [...] der vorherrschende strukturelle und temporale Modus des Fernsehens“ darstelle (Beil et al. 2012, 7).

Ein Teil der Serialität des traditionellen Fernsehens seien unterschiedliche Formen der Reihenbildung etwa in den Bereichen TV Movie oder Horrorfilm. Serialität lasse sich auch auf Erscheinungsformen der ludischen Unterhaltung wie Let’s Play Videos übertragen (Richter 2020, 153).

Unter dem Stichwort der Liveness befasst sich Richter mit veränderten Zeitkonzepten wie dem Slow TV und der Szenenstruktur des seriellen Erzählens etwa in *Breaking Bad* (2008–2013) oder *Mad Men* (2007–2015). Tom Gunnings Studie zum „Cinema of Attraction“ (Gunning 1994) bildet den Ausgangspunkt für Analysen des Verhältnisses von Zeigen und Erzählen in YouTube Videos. Ein weiterer Fokus liegt auf Adressierungsformen des frühen Films,

Einleitung

des Fernsehens und der YouTube-Videos. Beispielhafte YouTube-Zitate verdeutlichen Analogien zur Fernsehansage. Entwicklungen einzelner Bereiche wie Live-Übertragungen oder der Programmstrukturen werden anhand exemplarischer Beispiele dargestellt (Richter 2020, 34f.)

Eine langfristigere Untersuchungsperspektive hätte verdeutlicht, welche Analogien u. a. zwischen den Strategien des kommerziellen Fernsehens und der Videostream-Plattformen bestehen. Richter konstatiert:

Beim Netflix-Flow handelt es sich auch um einen Köcher im Verdrängungswettbewerb, mit dem die kostbare Aufmerksamkeit des Publikums vor allem deswegen eingefangen werden soll, damit diese nicht mehr den Mittbewerbern zur Verfügung steht. (ebd., 119)

Diese Strategie dominierte bereits die Programmplanung kommerzieller Sendeanstalten im dualen Fernsehensystem (vgl. Hickethier 1998). In seinem Fazit wendet sich Richter gegen Diskurse, die von einer Verdrängung des Fernsehens ausgehen. Dabei betont er, das Auftreten von Angeboten wie Netflix und YouTube stelle „keine Bedrohung für FERNSEHEN als Format dar. Vielmehr gilt für FERNSEHEN: Es ist eine neue Version verfügbar“ (Richter 2020, 337). Die Bezeichnung ‚neue Version‘ erscheint angesichts der vielfältigen Einflüsse etablierter Ordnungsmodelle, Angebotsschwerpunkte und Distributionsformen des Fernsehens und des Internets problematisch. Im Spiegel der Forschung zeichnet sich folglich ab, dass Fernsehwandel nur im intramedialen Zusammenspiel von technischen, ökonomischen, ästhetischen sozio-kulturellen Aspekten verstanden werden kann, und dass er stets vor dem Hintergrund tatsächlicher medialer Praktiken zu sehen ist.

1.4 Herausforderungen der Forschung zur Geschichte des Internetfernsehens

Bisherige Untersuchungen von Phasen und Schwerpunkten der Veränderungen zeigen aber nicht nur die enge Verschränkung von Ökonomie, Technik und Ästhetik, sondern auch die intermediaLEN Wechselwirkungen zwischen dem Fernsehen und dem Internet. Somit müssen bisherige Entwicklungen der Fernseh- *und* der Internetgeschichte in dieser Publikation berücksichtigt werden.

Die Komplexität und die Geschwindigkeit der Entwicklungen unterschiedlicher Teilbereiche des Internetfernsehens stellen die medienhistorische Forschung vor besondere Herausforderungen. Bislang liegen vor allem Studien zu verschiedenen Teilaспектen und Phasen der Geschichte des Internetfernsehens vor, die an etablierte Schwerpunkte und Reichweiten der historisch ausgerichteten Fernseh- und Onlineforschung anschließen. Häufig bleiben Ausführungen zur historischen Entwicklung häufig nur ein Bestandteil von Forschungsprojekten und Publikationen mit anderen Themenschwerpunkten. Trotz vielfältiger Differenzierungen medien- und kommunikationswissenschaftlicher Forschungsansätze zeigen sich Wechselwirkungen zwischen unterschiedlichen Teilbereichen der medienhistorischen Forschung wie etwa Technik-, Institutions- oder Programmgeschichte.

Die Quellenlage zur Geschichte des Internetfernsehens ist genauso unübersichtlich wie ihr Gegenstandsbereich, der kontinuierlichen Veränderungen unterliegt. Auf der einen Seite existiert eine unüberschaubare Zahl von Meldungen zu jeweils aktuellen Veränderungen in diversen Onlinefachdiensten wie etwa *DWDL.de*. Auf der anderen Seite jedoch fehlen Quellen beispielsweise aus dem Bereich der an den Entwicklungen beteiligten Unternehmen wie beispielsweise Netflix oder YouTube. Hier sind Medienhistoriker*innen auf publizierte Strategien, Interviews oder Informationen angewiesen. In Veröffentlichungen zu unterschiedlichen Aspekten des Internetfernsehens (dazu zählen Geschäftsmodelle oder speziellen Angebotsschwerpunkte wie Webdokumentationen) finden sich häufig historische Abschnitte, deren zentrale Aspekte in dieser Publikation zusammengeführt werden sollen.

Einleitung

Im Vergleich zur bisherigen Forschung aus dem Bereich Fernsehgeschichte (vgl. Bleicher 1993) sind Daten zum Ausstrahlungsbeginn von Genres oder einzelnen Sendungsangeboten des Internetfernsehens schwer zu ermitteln. Als hilfreich erweisen sich themenspezifische Webseiten, die regelmäßig über den Sendestart von fiktionalen Angeboten wie Netflix-Serien oder -Filmen berichten oder die Distribution verschiedener Angebote kommentierend begleiten. Aus diesen Angaben lassen sich wechselnde Planungsstrategien, Angebotsschwerpunkte und Profile ableiten. Für die Rekonstruktion von Plattformprofilen finden sich vor allem in den Medienfachdiensten immer wieder aktualisierte Vergleiche der Angebotsschwerpunkte verschiedener Videostream-Anbieter wie etwa zwischen Netflix und Amazon Prime Video, Apple TV+ oder Disney+. Neben Materialien aus thematisch ausdifferenzierten Forschungsschwerpunkten und Buchpublikationen sind auch Tagungsdokumentationen wichtige Hilfsmittel zur Rekonstruktion historischer Entwicklungen. So befassen sich beispielsweise diverse Kongresse von *New TV Hamburg* mit jeweils aktuellen Entwicklungen des Internetfernsehens. Generell muss aber festgehalten werden, dass die bisherige Forschungslandschaft je nach Perspektive des Faches verschiedene Desiderate aufweist. So ist eine wirklich umfassendere Analyse der Geschichte des Internetfernsehens erforderlich. An genau dieser Stelle setzt diese Publikation an.