

Inhalt

Vorwort	11
1 Einleitung: Worldbuilding und der Nutzen für Medienschaffende	15
2 Vom Format- zum Weltdenken	27
2.1 Communities: Der Wert einer Geschichtswelt und das automatische Publikum	27
2.2 Der ökonomische Aspekt: Formatbusiness vs. IP-/Weltenbusiness ..	29
2.3 Vorteile von Geschichtswelten	30
2.4 Was kann alles eine Welt sein?	36
3 Die Bausteine des Worldbuildings	41
3.1 Das Fundament der Welt: Die Verdichtung auf einen kraftvollen Kern	42
3.1.1 Die Motivation der Schöpfer und die Botschaft der Welt	42
3.1.2 Das Thema der Welt	44
3.1.3 Die Leitfrage der Welt	44
3.1.4 Die Weltenprämisse	45
3.1.5 Der Blickwinkel	48
3.1.6 Reflektive Fragen: Das Spannungsfeld zwischen primärer und sekundärer Welt	49
3.2 Der Samen der Welt: Die vier Bausteine als Grundlage für Plots ..	50
3.2.1 Gruppierungen, Kulturen und deren Mythologien	50
3.2.2 Die kleinste Einheit der Welt: Die Figur	53
3.2.3 Handlungsorte und Lebenswelten mit ihren Regeln/ Gameplay-Elementen	74
3.2.4 Konflikte und Fragen	76
3.3 Das kleine Worldbuilding	77
4 Mythologie: Die unsichtbare Zutat einer Welt	83
4.1 Mythologien für Weltenbauer	83
4.2 Jesus der Christus	87
4.3 Solare Mythologie	90
4.4 Die vier Funktionen von Mythologien	99

4.5	Die Beziehung eines Volkes zu seiner Mythologie oder: warum wir Pyramiden bauen	103
4.6	Metaphorische und literarische Lesung mythologischer Geschichten	107
4.7	Weltuntergangsmythologien	110
4.8	Gründungsmythologien und Ursprungserzählungen	112
4.9	Rituale – Lebendige Mythologie	116
4.10	Ausdruck der Beziehung von Gruppierungen zu Mythologien: Gebete, Schwüre, Gelübte und Verse	126
4.11	Die Rolle von Verboten in mythologischen Geschichten	128
4.12	Die Muttersprache der Mythologie: Die Idee der Transzendenz	129
4.13	Die verschiedenen Gottesvorstellungen und Gottesbeziehungen für den Aufbau von Religionen und (Schöpfungs-) Mythologien	136
 * Die Bibel als wertvollste Geschichtswelt der Erde und ihre linearen und interaktiven Formate		139
5	Aufbaustrategien eines Worldbuildings	147
5.1	Entwicklung von Welt und Format	147
5.2	Rethink, transform, extend	151
5.2.1	Rethink: Formate neu denken	151
5.2.2	Transform: Geschichtswelten aus bestehenden Formaten ableiten und erweitern	152
5.2.3	Extend: Bestehende Formate erweitern, um neue Rezipienten zu erreichen	153
5.2.4	Eine Frage der Perspektive: Der Unterschied zwischen der Entwicklung einer Serie und einem Worldbuilding	154
5.2.5	Innovation und Konsistenz	154
5.3	Formatbibeln	156
5.3.1	Die Weltenbibel	156
5.3.2	Die Formatbibel	158
5.3.3	Die IP-Bible	159
5.4	Die Bausteine zusammensetzen	159
5.4.1	Das kleine Worldbuilding	160
5.4.2	Das erweiterte Worldbuilding	162
5.5	Reverse-Building: Vom Format in die Geschichtswelt	168
5.5.1	Frankenstein abgeleitet: Ein Fundament aus der Prämissen abgeleitet	175
5.5.2	Das autorische Beziehungsdreieck	175
6	Vom Worldbuilding ins Storybuilding	177
6.1	Inhalt und Format – Konstante und Variable	177
6.2	Der Formatkompass	177

6.3	Storytelling heute – Moderne Storytelling-Formate	181
6.4	Aufbau von Formatarchitekturen	186
Epilog	191	
Literaturverzeichnis	193	
Register	195	
Filme und Filmprojekte	196	
Abbildungsverzeichnis	198	
Tabellenverzeichnis	199	