

# Inhalt

Vorwort .....	11
1    Einleitung: Worldbuilding und der Nutzen für Medienschaffende .....	15
2    Vom Format- zum Weltendenken .....	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 Prämisse 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