

**videomarkt**  
@HORIZONT



„Transparent“ (links), „Game of Thrones“ (Mitte) und „House of Cards“ (rechts oben) – aktuelle Beispiele für Originalserien von Streamingdiensten und Pay-TV-Sendern. Vorreiter zu dem Trend war 1999 HBO mit „The Sopranos“ (rechts unten)

# Echte Originale bevorzugt

„House of Cards“ war nur der Anfang: Immer mehr selbst produzierte Serien von Streaming- und Pay-TV-Anbietern sind exklusiv im Netz

Von Daniel Scharnagl

Ob Netflix, Amazon oder Sky – die Produktion eigener Serien hat sich zum Megatrend unter Streaming- und Pay-TV-Anbietern entwickelt. Dabei ist die Konkurrenz riesig. „Transparent“ bei Amazon, „Fortitude“ und „100 Code“ bei Sky oder die dritte Staffel „House of Cards“ und „Bloodline“ bei Netflix. Die fünfte Staffel „Game of Thrones“ feierte bei HBO ihre US-Premiere, deutsche Fans konnten exklusiv über Sky Go dabei sein. Der Dschungel der Angebote und Inhalte ist unübersichtlicher denn je – und deshalb müsse man sich heute deutlich vom Mainstream differenzieren, wie US-Medienanalyst Michael Nathanson sagt: „Der definierende Faktor einzelner Services werden künftig exklusive, originale Inhalte sein.“ Anders ausgedrückt: Jeder Anbieter sucht sein persönliches „House of Cards“.

Die Kosten für diese Form der Kundenakquise und -bindung sind hoch. Amazon hat laut Konzernchef Jeff Bezos 2014 insgesamt 1,3 Milliarden US-Dollar in Lizenzen und Produktionskosten für seinen Videodienst Prime Instant Video investiert. Netflix will in diesem Jahr 3,2 Milliarden Dollar für Content ausgeben, rund 10 Prozent sind für Originale reserviert. Bis Jahresende sollen laut Konzernchef Reed Hastings 320 Stunden eigenproduzierte Serien, Shows, Dokumentationen und auch Spielfilme online gehen, dreimal so viel wie im vergangenen Jahr. „Ich glaube, dass wir etwa 20 Originale

pro Jahr stemmen können, also alle zweieinhalb bis drei Wochen eine neue Serienstaffel oder eine neue Show bei Netflix“, sagt Content-Chef Ted Sarandos. Dazu muss man wissen: Netflix begann erst 2012, eigenen Content zu produzieren. Pionier in Sachen Eigenproduktionen war der US-Kabelsender HBO.

Bereits 1999 flimmerte dort eine Originalserie namens „The Sopranos“ über die Bildschirme. Bis heute gilt HBO als beste Adresse für qualitativ hochwertige Eigenproduktionen. Andere Kabelsender wie AMC („Mad Men“) oder Showtime („Homeland“) kopierten später die Strategie. Der jüngst erfolgte Start des Subscription-Video-on-Demand-Angebots HBO Now in den USA bestätigt, dass HBO kein reiner Kabelsender mehr ist, sondern im direkten Wettbewerb mit Internetanbietern steht – neben Netflix auch Amazon Prime Instant Video und in den USA das werbefinanzierte Videoportal Hulu.

Auch sonst sind Originalserien momentan ziemlich angesagt: Das PlayStation Network veröffentlichte im März seine erste Exklusivserie „Powers“, während Microsofts Xbox Studios im Sommer 2014 dichtmachten – und damit auch das angekündigte Serienprojekt „Halo“ Geschichte war. In Europa hat Sky hingegen sein Engagement bei Eigenproduktionen unter dem Druck der Internetkonkurrenz erhöht. Und auch Web-Konzerne wie Yahoo springen auf den Zug auf: Die sechste Staffel der beim US-Kabelsender NBC abgesetzten Serie „Community“ soll exklusiv im Netz fortgesetzt werden.

Mittlerweile hat jeder Anbieter sein eigenes Erfolgsrezept entwickelt. Die Kreativen haben erkannt, dass die Eigenproduktionen der Internetanbieter zum heißesten Eisen im TV-Business avancieren. Kevin Spacey betrat mit „House of Cards“ noch ziemliches Neuland, inzwischen arbeitet eine ganze Reihe von Hollywoodgrößen an Projekten fürs Web: Die Wachowski-Geschwister („Matrix“) werden ab Juni

mit „Sense8“ auf Netflix vertreten sein. Adam Sandler hat mit der Streamingplattform einen Deal über vier Spielfilme abgeschlossen, Baz Luhrmann („The Great Gatsby“) wird die Serie „The Get Down“ für Netflix drehen. Und bei Amazon hat nicht nur Altmeister Woody Allen für seine erste TV-Serie zugesagt. Pilotepisoden von Marc Foster („Hand of God“) und Steven Soderbergh („Red Oaks“) sind bereits online, die kompletten Serien sollen noch 2015 auf den Markt kommen.

Und auch Sky zieht nach: Die anstehende Serie „Babylon Berlin“ wird vom deutschen Erfolgsregisseur Tom Tykwer umgesetzt. „Wir kratzen erst an der Oberfläche“, schreibt Netflix-Chef Hastings in seinem jüngsten Brief an Investoren. „Wir werden einen immer höheren Prozentsatz unserer Content-Ausgaben in den kommenden Jahren in Originale investieren.“ 2015 könne „ein großes Jahr“ in Märkten wie Deutschland oder Frankreich werden, auch weil so viel exklusiver Content ansteht wie nie zuvor. Und auch außerhalb der Netflix-Welt deutet vieles darauf hin, dass das Internet in den nächsten Jahren die bevorzugte Heimat populärer Serien sein wird – ob nun bei Amazon, Sky oder anderen Plattformen. Das Wettrüsten qualitativ hochwertiger Serien ist noch lange nicht vorbei. Und Originale werden bevorzugt.

Der Autor Daniel Scharnagl ist freier Mitarbeiter des Fachmagazins „Videomarkt“ und Experte für den digitalen Vertrieb im Home Entertainment.

## Kein Mangel an Content

### Auswahl kommender Originalserien

Titel	Termin
<b>Amazon Prime Instant Video</b>	
Red Oaks	2015
Hand of God	2015
Bosch	2015
Transparent, 2. Staffel	2015
Mad Dogs	noch offen
The Man in the High Castle	noch offen
<b>HBO</b>	
True Detective, 2. Staffel	21. Juni 2015
The Brink	21. Juni 2015
The Leftovers, 2. Staffel	Sommer 2015
Westworld	2015
Scorsese Music Project (Arbeitstitel)	2015
<b>Netflix</b>	
Grace and Frankie	8. Mai 2015
Sense8	5. Juni 2015
Orange is the New Black, 2. Staffel	12. Juni 2015
Wet Hot American Summer	17. Juli 2015
Narcos	2015
The Crown	2016
The Get Down	2016
<b>Sky</b>	
Babylon Berlin	noch offen
Quelle: Videomarkt.de	HORIZONT 22/2015