

Geschlechterdarstellungen und Diversität in Streaming- und SVoD-Angeboten

Wegner, Juliane; Stüwe, Julia

Erstveröffentlichung / Primary Publication

Konferenzbeitrag / conference paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Wegner, J., & Stüwe, J. (2023). Geschlechterdarstellungen und Diversität in Streaming- und SVoD-Angeboten. In E. Grittman, K. F. Müller, C. Peil, & J. Pinsler (Hrsg.), *Medien und Ungleichheiten (Trans-)nationale Perspektiven auf Geschlecht, Diversität und Identität* (S. 1-12). Magdeburg: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. <https://doi.org/10.21241/ssoar.86639>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Geschlechterdarstellungen und Diversität in Streaming- und SVoD-Angeboten

Juliane Wegner, Julia Stüwe

Universität Rostock, Institut für Medienforschung

Zusammenfassung

Streaming-Anbieter:innen investieren global in immer mehr eigenproduzierte Inhalte und sind ernsthafte Konkurrent:innen zu etablierten Broadcast-Unternehmen. Ihre originären Serien zeichnen sich durch komplexe Erzählwelten und vielschichtige Figurenensembles aus. Zudem stellen Netflix & Co. in der Eigenvermarktung ihrer Produkte die Diversität und Vielfalt ihrer Inhalte heraus, die sich erheblich vom eher tradierten und heterosexuellen, männlich orientierten, linearen Fernsehen unterscheiden sollen. Die vorgelegte Studie untersucht im Sinne der Gender Media Studies mit intersektionaler Perspektive die transnationalen, originären Serienproduktionen der am deutschen Markt tätigen (Streaming-)Anbieter:innen. Dabei zeigt sich, dass Subscription-Video-on-Demand (SVoD) Originals zwar diverser sind, aber längst nicht in dem Ausmaß, welches die Selbstvermarktung verspricht. Hervorzuheben ist, dass die transnationale Rezeptionsperspektive eine Vielfalt in der Rezeption von Ethnien und sexuellen Orientierungen ermöglicht. Allerdings werden auch Geschlechterstereotype reproduziert und es kommt zu einer intersektionalen Mehrfachdiskriminierung in Bezug auf Alter und Geschlecht.

Keywords: Streaming, Ungleichheit, SVoD Originals, Intersektionalität, Diversität, Geschlecht

Summary

Streaming providers are investing worldwide in more and more self-produced content and they are serious competitors to established broadcast companies. Complex narrative worlds and multilayered character ensembles characterize their original series. In addition, Netflix & Co. emphasize the diversity and variety of their products in their self-marketing, which is supposed to differ considerably from the more traditional and heterosexual, male-oriented, linear television. In the sense of gender media studies with an intersectional perspective, this study examines the transnational, original series productions of the providers active on the German market. It becomes evident that Subscription-Video-on-Demand (SVoD) originals are more diverse, but not to the extent that self-marketing promises. What should be emphasized is that the transnational reception perspective enables diversity regarding the reception of ethnicities and sexual orientations. However, also gender stereotypes are reproduced and intersectional multiple discrimination in terms of age and gender can be identified.

Keywords: streaming, inequality, SVoD originals, intersectionality, diversity, gender

1. Diversität und Vielfalt im Fernsehen und im Kino

Diversität und Vielfalt nehmen als Ziele in audiovisuellen Produktionen immer mehr Raum in Diskussionen und Planungen ein. Dabei gehen die Debatten mittlerweile weit über geschlechtsbezogene Besetzungskomponenten hinaus und umfassen weitere Vielfaltsvariablen, um mehr Diversität auf den Bildschirmen und Leinwänden zu ermöglichen. Streaming-Anbieter:innen und ihre eigenproduzierten Inhalte beteiligen sich dabei regelmäßig an den Diskursen. So kam mit der Veröffentlichung der zweiten Staffel des *Netflix* Serienerfolgs „Bridgerton“ (USA, 2020-) im März 2022 erneut die Thematik des „Color-Blind Casting“ (u. a. Lehnen et al., 2022; Mesch, 2022) bzw. „Color-Conscious Casting“ (van Dusen, 2021) auf, welche bereits in Staffel eins vielfach diskutiert wurde. Die *Amazon Studios* sorgten im Sommer 2021 für Schlagzeilen, als sie neben Geschlechter- und Herkunftsquoten für Kreativpositionen hinter der Kamera auch Standards der Figurenbesetzung für Schauspieler:innen veröffentlichten. *Amazon* plante, dass die Identität der Schauspieler:innen (u. a. Geschlecht, Geschlechtsidentität, Nationalität, Ethnizität, sexuelle Orientierung und Behinderung) mit jener der zu spielenden Figur übereinstimmen soll (Amazon Studios, 2021). Die Selbstvermarktung bekannter Streaming-Größen auf dem internationalen Markt zielt damit auf ein zunehmendes Bewusstsein für und den Wunsch nach Sichtbarkeit von mehr Diversität und Vielfalt in medialen Produktionen ab. Dass bisher erhebliche Diskrepanzen diesbezüglich auf dem linearen Bildschirm und der Leinwand existieren, wurde vielfach herausgestellt (u. a. Smith et al., 2014; Prommer und Linke, 2019; Prommer et al., 2021). Eine systematische und länderübergreifende Untersuchung darüber, ob Streaming-Anbieter:innen ihren selbst gesetzten und medial beworbenen Standard vielfältiger, diverser Figuren und Erzählwelten umsetzen können, stand bislang noch aus. Für die US-amerikanischen Produktionen zeigte eine aktuelle von *Netflix* in Auftrag gegebene Studie (Smith et al., 2021) durchaus die Sichtbarkeit von Vielfalt. Mit der vorliegenden Studie wird der Fragestellung nachgegangen, wie divers und vielfältig sich eigenproduzierte Serien von am deutschen Markt tätigen Streaming-Anbieter:innen präsentieren. Diversität und Vielfalt bezieht sich dabei auf das Kriterium der Sichtbarkeit.

Die Öffnung der transnationalen Produktionsperspektive mit Fokus auf serielle Eigenproduktionen, welche den Auswahlmöglichkeiten und Sehgewohnheiten der Abonnent:innen der Streaming-Anbieter:innen entsprechen, steht im Mittelpunkt der Untersuchung. Die Transnationalität bezieht sich dabei auf die weltweite Produktionskultur der agierenden Streaming-Anbieter:innen, durch welche lineare Sehgewohnheiten in Deutschland aus einem v. a. westlich stammenden Produktionskreis (und hier v. a. Nordamerika) um weitere Produktions- und damit verbunden Darstellungsperspektiven (z. B. Asien) erweitert werden.

Diversität als eigentlich naturwissenschaftlicher Begriff aus der Pflanzenbiologie sowie das häufig synonym verwendete Wort *Vielfalt* sind durch gesellschaftliche Gleichberechtigungsbewegungen, aktivistische Formate und antidiskriminierende Vereinigungen einem starken kulturellen Wandel unterlegen. Ihre Bedeutung hat sich daher um gesellschaftlich-soziologische Dimensionen stark erweitert und umfasst im gesellschaftlichen Kontext nun auch eine gezielte Differenzierung von individuellen und kulturellen (Persönlichkeits-)Merkmalen (Salzbrunn, 2014, S. 8). Insbesondere der Terminus *Diversität* referiert durch seine sozialwissenschaftliche Entwicklung auf (konstruierte) Minderheiten und deren Gleichberechtigungsbestrebungen bzw. antidiskriminierende Aktivitäten. Soziale Kategorien, die sozial ungleich gewachsen sind und als solche den medialen und politischen Diskurs beherrschen, sind dabei vielfältig – zu ihnen gehören u. a. Geschlecht, Nationalität, Ethnizität, sexuelle Orientierung und Behinderung.

In der Verschränkung dieser Kategorien können Ungleichbehandlungen und Diskriminierungserfahrung erheblich zunehmen. In einem intentionalen Verständnis wird Diskriminierung durch von anderen das Individuum im gesellschaftlichen Raum positionierenden Merkmalen hergestellt. „Gender & race & class“, wie die Trias in der englischsprachigen Forschung (Thomas, 2019) bezeichnet wird, verorten das Individuum im gesellschaftlichen Raum und können einzeln, verschränkt, interdependent, abgeschwächt oder addiert zu einer Verstärkung von Diskriminierung führen (Thiele, 2019a). Crenshaw zeigte dies in den späten 1980er Jahren anschaulich am Beispiel von schwarzen Arbeiterinnen (Crenshaw, 1989). Für die feministische Medientheorie und Medienforschung bedeutet dieser Ansatz, sich nicht

nur auf die Analyse von Gender zu beschränken, sondern auch andere, möglicherweise diskriminierende und ausschussproduzierende Kategorien, wie Ethnie, Alter, sexuelle Orientierung, Religion, Behinderung oder Klasse zu betrachten (Thiele, 2019a; Winker und Degele, 2010). Nach Thiele ist die empirische Umsetzung der intersektionalen Perspektive noch lückenhaft. So liegt die „theoretische Auseinandersetzung mit Intersektionalität auf einem hohen Niveau [...], [aber] es mangelt an empirischen Studien“ (Thiele, 2019a, S. 169). Dies liegt an der Schwierigkeit, interdependente und multiple Ungleichheitsstrukturen empirisch zu erfassen und zu analysieren. Bisher liegen für die Film-, Fernseh- und Streamingbranche nur vereinzelte Studien vor, die intersektionale Variablen erheben und ausweisen. Im Folgenden soll daher ein pointierter Einblick zum Forschungsstand in der Medienlandschaft bezüglich der Präsenz von Geschlecht, sexueller Orientierung sowie Ethnie präsentiert werden.

Fasst man die Studienergebnisse der letzten 50 Jahre zur Ermittlung des Anteils verschiedener Geschlechter im Film und Fernsehen zusammen, kommt man zu einer ernüchternden Erkenntnis. Die Veränderungen, die festgestellt werden können, scheinen marginal zu sein – ein Fakt, der sowohl in Deutschland, aber auch in internationalen Studien zu finden ist: zu wenige Frauen, zu eingengt in ihren Erzählmöglichkeiten, zu stereotyp. 1975 konstatierte die Pionierstudie (sogenannte Küchenhoff-Studie) zur medialen Präsenz von Geschlecht in Deutschland: „Männer handeln, Frauen kommen vor“ (Küchenhoff und Bossmann, 1975, S. 142). Weiderer (1993) kommt 15 Jahre später zu dem Ergebnis, dass neben der Unverhältnismäßigkeit bezüglich der Anzahl an Frauen und Männern weibliche Charaktere eingeschränkter sind. Sie sind jung, schlank, schön und folgen insgesamt stereotypen Merkmalen. Wenige Frauen und eine stereotype Darstellung der weiblichen Figuren lässt sich als Haupterkenntnis auch in weiteren Studien im deutschsprachigen Raum feststellen (u. a. Lukesch et al., 2004; Döveling und Kick, 2015; Prommer und Linke, 2019). Einen kleinen Hoffnungsschimmer bringen neuere Studienergebnisse zur Geschlechterpräsenz im deutschen fiktionalen Fernsehen mit sich. Fernsehproduktionen aus dem Jahr 2020 zeigen mit 47 Prozent annähernd so viele Frauen in zentralen Rollen wie Männer mit 53 Prozent (Prommer et al., 2021). Der Altersgap wird, auch wenn er noch weiterhin besteht, kleiner, wobei vor allem in der Altersgruppe zwischen 50 und 59 Jahren ein Anstieg des Frauenanteils zu verzeichnen ist. Der

deutsche Kinofilm (Untersuchungszeitraum 2017-2020) zeigt ebenfalls nahezu gleich viele Frauen wie Männer (47 Prozent zu 53 Prozent) (Prommer et al., 2022). Die annähernde Parität wirkt sich allerdings kaum auf die stereotype Darstellung der vornehmlich (jungen) schlanken Frau im Kontext von Liebe und Partnerschaft aus. Ein Blick in den US-amerikanischen, aber auch international vergleichenden Raum zeigt, dass eine Ungleichheit und stereotype Präsenz kein nationales, sondern vielmehr ein strukturelles Problem der internationalen Film- und Fernsehindustrie ist. Weibliche Charaktere mit tragenden Rolleneigenschaften (Protagonistinnen, Hauptfiguren) in fiktionalen Produktionen sind auch international seltener anzutreffen (u. a. Smith et al., 2014; Geena Davis Institute, 2019).

Im Bereich der Geschlechteridentitäten und sexuellen Orientierung der dargestellten Figuren lässt sich im Film und Fernsehen bisher festhalten, dass diese überwiegend nicht sichtbar wird, und wenn doch, vor allem heterosexuelle Charaktere in Erscheinung treten und weniger Figuren, die LGBTQ+ angehören. Im US-amerikanischen Fernsehen konnte die Nielsen Company (2020) einen Prozentsatz von LGBTQ-Charaktere von fünf bis acht Prozent festhalten. Im deutschen Fernsehen liegt der Anteil nicht-heterosexueller Charaktere bei zwei Prozent und im Kino bei drei Prozent (Prommer et al., 2021; Prommer et al., 2022).

Vielfalt bezüglich der Zuschreibung der Ethnien ist bislang ebenso zu vermissen. Im US-amerikanischen Kontext werden im Broadcast 36 Prozent und im Cable zwölf Prozent „Schwarz & People of Color (PoC)“-Figuren sichtbar (Nielsen, 2020). In Deutschland liegt der Anteil im fiktionalen Fernsehen und im Kino bei sieben Prozent (Prommer et al., 2021; Prommer et al., 2022).

2. Die Bedeutung von Streaming-Anbieter:innen im Diversitätsdiskurs

Streaming-Anbieter:innen rund um *Netflix & Co.* sind im zunehmenden Diskurs zur Darstellung von Diversitäts- und Vielfaltsaspekten zu einer Art „Silberstreif am Horizont“ avanciert. Schließlich wird ihren medialen Produktionen v. a. von der Fernsehkritik eine hohe Qualität und Vielfalt an Themen sowie das Sichtbarmachen eines diversen Menschenbildes zugeschrieben (Stoddart, 2017; Women and Hollywood, 2019). Komplexe Erzählwelten und umfangreiche Figurenensembles

folgen dabei den Grundzügen des sogenannten Quality TVs (Thompson, 1996; Eichner et al., 2013). Mittlerweile haben sie sich zu ernsthaften Konkurrent:innen von traditionellen Broadcast-Unternehmen entwickelt, indem sie nicht nur Nominierungen und Auszeichnungen prestigeträchtiger Preise wie den *Emmy Award* vorweisen können (Pauker, 2021), sondern auch die junge Seher:innenschaft an sich binden (VuMA, 2022). Sie streben zudem international in kleine Ländermärkte und weisen ein enormes Budget für eigenproduzierte Inhalte aus. So lagen diese Investitionen bei *Netflix* bei 17 Milliarden US-Dollar im Jahr 2021 (Low, 2021).

Einzelne Werke werden dabei immer wieder als Paradebeispiele für Diversität und Vielfalt in Serien genommen — sei es die *Amazon*-Produktion „Transparent“ (USA, 2014-2019), in welcher eine Transfrau die Hauptrolle spielt oder der *Netflix*-Erfolg „Bridgerton“ (USA, 2020-), welcher historisch weiß gelesene Geschichte mit einem „Color-blind Casting“ bzw. „Color-Conscious Casting“ besetzt. Untersuchungen zu länderübergreifenden, originären Inhalten von Streaming-Anbieter:innen sind bislang selten anzutreffen. Vielmehr werden einzelne Plattformen und Länder in den Fokus genommen. Auffällig ist dabei die Dichte der Untersuchungen mit Hauptaugenmerk auf den US-amerikanischen Raum und/oder den Anbieter *Netflix* (Corfield, 2017; Nielsen, 2020; Smith et al., 2021).

Tatsächlich verzeichnen die Studien einen deutlich höheren Frauenanteil als bisherige Studien zu linearem Fernsehen oder Kino es taten. Frauen treten dabei sogar in einer Untersuchung von Smith et al. (2021) zu 55 Prozent in Serien in Erscheinung (Vergleich Film: 48 Prozent). Charaktere, welche PoC zugeordnet werden können, sind mit 29 Prozent in Serien und 36 Prozent in Filmen sichtbar (Smith et al., 2021). Bezüglich der Diversität und Vielfalt von sexueller Orientierung im Streaming-Angebot weist Nielsen (2020) einen Wert von 8,3 Prozent sichtbarer diverser sexueller Orientierungen aus.

Die Eigenvermarktung als progressiver Player im Medienmarkt, wenn es sich um Diversitäts- und Vielfaltsmerkmale handelt, geht bei einzelnen Streaming-Anbieter:innen über die figurative Besetzung und Darstellung hinaus. So gibt *Netflix* an, dass es mehr Regisseurinnen engagiert, als es traditionelle Fernsehproduktionsunternehmen handhaben (Cheng, 2020). Smith et al. (2021) weisen dabei für *Netflix*-Produktionen (2018/2019) einen

weiblichen Anteil von 28 Prozent Regisseurinnen, 36 Prozent Drehbuchautorinnen und 37 Prozent Produzentinnen für den US-amerikanischen Raum aus.

Allerdings fehlen bislang für Streaming-Anbieter:innen als Global Media Player, die für einen internationalen Markt produzieren, belastbare Zahlen, die länderübergreifend sowohl für Figuren als auch für Kreativpositionen hinter der Kamera auszuwerten sind. An diesem Punkt setzt die vorliegende Studie an.

3. Die Studie

Im Mittelpunkt dieser Untersuchung steht die leitende Frage: *Wie divers und vielfältig sind die seriellen Eigenproduktionen von auf dem deutschen Markt tätigen Streaming-Anbieter:innen?* Unter seriellen Eigenproduktionen werden dabei jene angebotenen Inhalte gefasst, welche von den Streaming-Anbieter:innen maßgeblich mitproduziert bzw. initiiert und in der ersten Staffel auf der Plattform selbst erstveröffentlicht wurden. Ziel der Studie ist es zudem, intersektionale Dimensionen zu untersuchen und den Einfluss verschiedener Kreativpositionen hinter der Kamera auf die Präsenz von Geschlechtervielfalt zu ermitteln.

3.1. Methode

Bei der Untersuchung handelt es sich um eine Vollerhebung originärer Serien im Zeitraum 01/2012 bis 06/2019, welche auf den Plattformen *Netflix*, *Amazon Prime*, *TNT* und *joyn* (zum Zeitpunkt der Erhebung noch *maxdome*) veröffentlicht wurden. Die Inhalte und ihre Charaktere werden mittels einer standardisierten Inhaltsanalyse untersucht. Es wird das Verfahren *ACIS* (audio-visual character analysis) genutzt (Linke und Prommer, 2021). Die Methode überzeugt durch eine Codierung aus der Zuschauer:innenperspektive. Vor- bzw. Zusatzwissen über die zu sichtenden Inhalte, Figuren und Schauspieler:innen wird ausgeblendet und es werden nur manifest sichtbare oder hörbare Eigenschaften codiert (z. B. wird Geschlecht über direkte Ansprache der Person (Herr/Frau) bzw. eigene sichtbare/hörbare Identifikation der Figur offen codiert und bestimmt). Um intersektionale Zusammenhänge untersuchen zu können, wurden neben Geschlecht zusätzliche Diversitäts- und Vielfaltsdimensionen (Alter, Zuschreibung ethnischer Herkunft sowie sexuelle Orientierung) aufgenommen.

Eine zentrale Forderung nach mehr Diversität auf den Bildschirmen bezieht sich auf das Sichtbarmachen verschiedener Ethnien, der „ethnischen Herkunft“, wie die Kategorie von der Antidiskriminierungsstelle des Bundes bezeichnet wird. Dies gilt auch für Personen mit Migrationshintergrund. Zuallererst ist es wichtig festzuhalten, dass es sich diesbezüglich bei unserer Methode um eine Inhaltsanalyse und damit um eine Fremdzuschreibung handelt. Die Selbstidentifikation der vorkommenden Figuren und Akteur:innen, wie es in der Debatte um Diskriminierung von PoC gefordert wird (Aikins et al., 2020), ist in einer Inhaltsanalyse methodisch nicht umzusetzen. Die Kategorisierung und damit Codierung von Migrationshintergrund und ethnischer Herkunft ist somit eine methodische Herausforderung bei der Inhaltsanalyse. Inzwischen liegt jedoch ein vorgeprüftes, nach mehreren Anwendungen angepasstes, hoch reliables Instrumentarium vor, um die Zuweisung eines potenziellen Migrationshintergrundes und Zuweisung einer ethnischen Herkunft von Figuren zu codieren. Zurückgegriffen wird auf die Einteilung von Lünenborg et al. (2012), weiterentwickelt in Prommer und Linke (2019), kombiniert mit dem visuellen Instrument von Götz et al. (2018). Angepasst wurde das Instrument nach intensiven Pre-Tests und Workshops mit Migrationsexpert:innen. Dabei orientiert sich die Einteilung von ethnischer Herkunft im Wesentlichen an die US-amerikanische Forschung (Smith et al., 2018; US Census, 2020). Wichtig ist festzuhalten, dass es sich hierbei immer um externe Zuschreibungen handelt. Hier werden die Daten für ethnische Herkunft ausgewertet, da Migrationshintergrund kein international vergleichbares Diversitätskriterium ist.

Uns ist dabei bewusst, dass eine Codierung dieser Dimensionen einem potenziellen Vorwurf der Festschreibung von Diskriminierung und Rassismus standhalten muss. So wird allein durch die Operationalisierung ein „Othering“ (Thiele, 2017) sichtbar. Gleichzeitig fordern aber Antidiskriminierungsaktivist:innen eine Sichtbarkeit von marginalisierten Personengruppen. Diese Marginalisierung kann jedoch nur durch eine Operationalisierung sichtbar werden (Aikins et al., 2020). Somit haben wir den Versuch unternommen eine Operationalisierung der Diversitätsdimensionen vorzunehmen und uns der Wirklichkeit anzunähern. Tatsächliche Diskriminierungserfahrungen können wir damit aber nicht messen.

3.2. Sampling

Die Erfassung und Auswertung konzentriert sich auf handlungsrelevante Charaktere, die zum einen der:die Protagonist:in (n=889) ist, welche:r zielorientiert, handlungsfähig und beständig definiert ist, und die Hauptfigur (n=1.022), welche eine wichtige und dominante Stellung in der erzählten Folge einnimmt, aber nicht als der:die Protagonist:in gewertet werden kann. Nebenfiguren werden in der Triangulation der auftretenden und wichtigen Figuren für filmisches und serielles Erzählen gezählt, allerdings keiner detaillierten Analyse durch das Kategoriensystem der Inhaltsanalyse unterzogen.

In dem Sample sind insgesamt 192 Serien zu finden, welche der Definition eines Originals im genannten Zeitraum entsprechen (siehe Tab. 1). Mit 134 Serien und damit 70 Prozent stellt *Netflix* den größten Anteil eigenproduzierter Serien in der Untersuchung. 53 Prozent (n=103) aller Serien werden majoritär in Nordamerika (USA/Kanada) produziert. In die Analyse selbst gehen jeweils zwei Folgen (z. B. dritte und drittletzte Folge der ersten Staffel) ein (n=384).

Tabelle 1. Übersicht der Serien und Folgen in n und in Prozenten

Anbieter	Serien in n	Folgen in n	Anteil in Prozent
Netflix	134	268	70 %
Amazon Prime	34	68	18 %
Sky	18	36	9 %
TNT	5	10	3 %
joyn (maxdome)	1	2	1 %
Gesamt	192	384	100 %

4. Ergebnisse

Bereits die erste Analyse der Geschlechterdimensionen ergab: Von 1.911 Protagonist:innen und Hauptfiguren sind nur neun „other/divers/nicht erkennbar“, daher können diese hier nicht weiter berücksichtigt werden. Um die Vergleichbarkeit und Qualität der Zahlen sicherzustellen, wird die Kategorie „Geschlecht“ also im Folgenden lediglich in „weiblich“ und „männlich“ ausgewiesen. Für die Auswertung werden die nicht „weißen“ Kategorien zu PoC zusammengefasst. So unterscheiden wir die Zuschreibung der ethnischen Herkunft nach „weiß“ gelesenen bzw. zugeschriebenen PoC. Diese Kategorien werden zudem – begründet in den Fallzahlen (89%) und zwecks der besseren Vergleichbarkeit – lediglich für westlich konnotierte Produktionsländer (z. B.

europäische Länder, Nordamerika, Australien/Neuseeland) ausgewiesen. Dies hat auch mit dem gewählten methodischen Zugang im Kontext eines westlich konnotierten Rezipient:innenverständnisses zu tun: Die intersubjektive Codierperspektive ist durch die gemeinsame (westliche) Sozialisation und die damit einhergehende codierrelevante Bewertung rezipierter und forschungsrelevanter Kategorien als reliabler zu bewerten. Die Vergleichbarkeit der Werte für westlich geprägte Gesellschaften und Produktionskulturen sollte damit zusätzlich sichergestellt sein. Wir gehen demnach bei diesen Ländern von einer ähnlichen, wenn nicht gleichen (westlich) geprägten Rezipierendenperspektive aus.

4.1. Geschlecht, Alter, Ethnie und sexuelle Orientierung

Im Sample sind in der Kategorie „Geschlecht“ insgesamt 1.902 Protagonist:innen und Hauptfiguren zu finden, von welchen weibliche Charaktere einen Anteil von 42 Prozent und männliche Figuren 58 Prozent ausmachen. Mit Blick auf den Figurtypus lässt sich im Vergleich zu den männlichen folgendes festhalten: Frauen sind zu 41 Prozent Protagonistinnen, zu 42 Prozent Hauptfiguren und zu 39 Prozent Nebenfiguren. Die Geschlechterverteilung im transnationalen Vergleich nach Kontinenten zeigt, dass Asien mit 45 Prozent den höchsten Anteil weiblicher Charaktere sichtbar werden lässt, dicht gefolgt von Nordamerika mit 43 Prozent. Die Schlusslichter bilden in diesem Kontext Europa (40%) sowie Mittel- und Südamerika (39%). Betrachtet man speziell Deutschland, sinkt der Anteil weiblicher Charaktere nochmal um fünf Punkte (35%) (siehe Abb. 1).

Frauen und Männer werden zudem in unterschiedlichen Genres verstärkt sichtbar. So treten männliche Figuren mit 68 Prozent als „weltrettende Helden“ überwiegend in Action- und Abenteuerserien sowie Politthrillern auf, während Frauenfiguren mit 49 Prozent in tendenziell lustigen und romantischen Geschichten gezeigt werden.

Bezüglich des Alters lässt sich ebenfalls eine Diskrepanz festhalten. Während männliche Hauptcharaktere durchaus in jeder erfassten Altersgruppe (über-)deutlich vertreten sind, ist bei weiblichen Figuren eine abnehmende Präsenz ab dem 30. Lebensjahr festzuhalten, wobei der große Einbruch ab der Kategorie 40–49 Jahre erfolgt. Ab 40 und folgend werden Frauen mit einem Anteil von höchstens 35 Prozent (40–49 Jahre) sichtbar, wohingegen ältere männliche Figuren mit 77 Prozent (50–59 Jahre)

deutlich häufiger vorzufinden sind.

Diese stereotype Darstellung der tendenziell ‚jungen Frau‘ setzt sich auch im erfassten Körperbild sowie Privatleben der Protagonist:innen und Hauptfiguren weiter fort. So haben weiblichen Figuren mit 98 Prozent einen sehr dünnen bzw. mittleren/schlanken Körper, wohingegen männlichen Charakteren signifikant mehr Körpervielfalt bis hin zum Übergewicht mit fünf Prozent gewährt wird. Der schlanke, weibliche Körper wird mit 27 Prozent zudem eher leicht bzw. spärlich bekleidet inszeniert als der männliche mit 15 Prozent. Der Familienstand (mit/ohne Kinder) von Frauen ist mit 23 Prozent häufiger thematisiert als bei Männern mit 17 Prozent. Der gleiche Trend lässt sich für den Beziehungsstand festhalten: 18 Prozent der weiblichen Figuren werden in Beziehungen erzählt, dagegen sind es 14 Prozent der männlichen Figuren.

Die Zuschreibung der ethnischen Herkunft offenbart global betrachtet einen Anteil von 63 Prozent als „weiß“ lesbare Figuren. In westlich konnotierten Produktionsländern erhöht sich der Anteil auf 71 Prozent. In Deutschland liegt er sogar bei 89 Prozent. Insgesamt fällt auf, dass in Verbindung mit den nationalen Kontexten überwiegend die jeweilige Mehrheitsbevölkerung sichtbar wird. So liegt der Anteil als „weiß“ lesbare Figuren in asiatischen Produktionen bei lediglich einem Prozent.

PoC-Charaktere sind häufiger bei männlichen Figuren anzutreffen – unabhängig vom Figurtypus. Während 39 Prozent der weiblichen Charaktere insgesamt als PoC codiert wurden, waren es 61 Prozent bei männlichen Hauptfiguren und Protagonisten. Vielfalt bezüglich erfasster Ethnien ist damit tendenziell eher bei männlichen Figuren zu finden. Im direkten Vergleich von europäischen und nordamerikanischen Produktionen lässt sich festhalten, dass die USA und Kanada mit 41 Prozent deutlich mehr PoC-Frauen zeigen, als europäische Produktionen es mit 31 Prozent handhaben.

Bezüglich der Sichtbarkeit sexueller Orientierung ist auch im erfassten globalen Streaming-Angebot festzustellen, dass überwiegend heterosexuelle Figuren gezeigt werden und andere sexuelle Orientierung nur wenig in Erscheinung treten (Abb. 2.2). Ist eine andere sexuelle Orientierung zu sehen, tritt sie v. a. bei weiblichen Charakteren auf (3%). So ist Bisexualität zum Beispiel ausschließlich bei weiblichen Charakteren zu finden, männliche Charaktere sind

wenn überhaupt als homosexuell dargestellt (4%). Interessant ist zudem die transnationale Perspektive, insbesondere mit dem Blick auf asiatische Produktionen. Hier liegen die Charaktere mit 62 Prozent nicht erkennbarer sexueller Orientierung deutlich über dem Durchschnitt im Vergleich zu den anderen Ländern (siehe Abb. 2).

Die ethnische Zuschreibung hat keinen signifikanten Einfluss auf das erfasste Alter, Körperbild, Familienstand, Beziehungsverhältnis oder sexuelle Orientierung der Figur.

4.2. Gewerke und Geschlecht der Figuren

Zusätzlich wird die Besetzung der Kreativpositionen Regie, Drehbuch, Kamera und Produktion nach Geschlecht ausgewertet. Dabei ist auch hier ein geringer Frauenanteil an weiblichen Kreativköpfen in allen erfassten Sparten festzuhalten. Frauen führen in 20 Prozent (n=77) der Serienfolgen Regie, schreiben für 25 Prozent (n=91) das Drehbuch, stehen mit vier Prozent (n=11) eigenverantwortlich hinter der Kamera oder sind mit 21 Prozent (n=68) als Produzentin tätig. Der Frage nachgehend, ob sich der Anteil von Frauen in diesen verantwortlichen Positionen auf die Anzahl an Protagonistinnen und weiblichen Hauptfiguren auswirkt, werden die beiden Bereiche ins Verhältnis gesetzt. Dabei zeigt sich, dass es durchaus positive Relationen gibt, wenn auch nicht in jedem Bereich. Wenn Frauen in den Positionen Regie, Drehbuch und Kamera eingesetzt werden, erhöht sich der Anteil weiblicher Protagonistinnen vor der Kamera (zwischen 1,2 und 1,36). Im Fall der Produktion nimmt er paradoxerweise leicht ab (0,88) (siehe Abb. 3).

5. Diskussion

Nicht nur Marginalisierung, sondern intersektionale Diskriminierung werden in den untersuchten Diversitätskategorien in Repräsentations- sowie Produktionskontexten sichtbar bzw. wirksam. Weibliche Protagonistinnen und Hauptfiguren sind deutlich jünger als ihre männlichen Pendanten. Somit schließen die gewonnenen Erkenntnisse an bestehende Forschungsergebnisse bezüglich Geschlechterdarstellungen in Film und Fernsehen an: auch serielle weibliche Figuren in Streaming Original-Serien sind stereotypisiert und unterrepräsentiert (z. B. Döveling und Kick, 2015; Geena Davis Institute, 2019).

Unter transnationaler Perspektive lässt sich dennoch festhalten, dass Streaming-Anbieter:innen mit ihren Eigenproduktionen diverser erzählen, sichtbar in den Kategorien Ethnie und sexuelle Orientierung. Eingangs angeführte amerikanische Studien und deren Ergebnisse in Bezug auf Diversität lassen sich somit für die untersuchten Anbieter:innen und Serien bestätigen, dies gilt ebenso im Produktionskontext (Smith et al., 2021; Nielsen, 2020). Die Besetzung der Kreativpositionen hat Einfluss auf die Vielfaltsdarstellung: Der Anteil rein weiblicher Besetzung hinter der Kamera (Regie, Drehbuch, Produktion oder Redaktion) erhöht den durchschnittlichen Anteil weiblicher Protagonistinnen vor der Kamera um ca. eine weibliche Figur - je nach Gewerk (Prommer und Linke, 2019).

Vor diesem Hintergrund ist die geschlechtersparitätische Besetzung von zentraler Bedeutung. Denn Medien, in diesem Fall Streaming-Anbieter:innen, konstruieren und vermitteln gesellschaftliche Vorstellungen und Geschlechterbilder im doppelten Sinne: einerseits die Entscheidungsprozesse der Programmwahl und Wahrnehmung der Figuren durch die Rezipierenden und gleichzeitig die soziale und berufliche Rolle im System der Medienschaffenden. Die existierende Wechselwirkung zwischen Medien und Geschlecht konstatiert Hipfl in diesem Zusammenhang von zumeist stereotypen beruflichen Tätigkeitsvorstellungen wie folgt: „So sind die Organisations- und Arbeitskulturen [...] immer auch Ausdruck gesellschaftlicher Geschlechterdiskurse und Praktiken“ (Hipfl, 2020, S. 5).

Zukünftige Studien bedürfen somit weiterhin zwingend der Messung bzw. dem Vergleich quantitativer Daten von Geschlechteranteilen und weiteren Diversitätskategorien unter Berücksichtigung transnationaler Zusammenhänge und Korrelationen. Neben diesen Aspekten sind forschungswissenschaftliche Selbstreflexion sowie zeitgemäße kritische Diskurse grundlegend, um die geforderte Geschlechtergerechtigkeit im Produktions-, Repräsentations- und Rezeptionskontext weiter zu verfolgen.

6. Fazit

SVoD Originals sind zwar nicht so divers, wie die Selbstvermarktung es vorgibt: Sie reproduzieren tradierte Geschlechterstereotype, außerdem ist eine intersektionale Mehrfachdiskriminierung in Bezug auf Alter und Geschlecht signifikant. Allerdings: Die

transnationale Rezeptionsperspektive ermöglicht eine Vielfalt in der Rezeption von diversen Ethnien und diversen sexuellen Orientierungen.

Literatur

Aikins, Joshua K., Gyamerah, Daniel, Matysiak, Josefine & Piezunka, Anne (2020). Wer nicht gezählt wird, zählt nicht: Empirische Forschung zu Schwarzen Menschen in Deutschland. *WZB Mitteilungen*, 169, 18–21.

Amazon Studios (16. Juni 2021). *Press release: Amazon Studios Releases Inclusion Policy and Playbook to Strengthen Ongoing Commitment to Diverse and Equitable Representation*. Abgerufen am 9 November 2021, von <https://press.aboutamazon.com/news-release/s/news-release-details/amazon-studios-releases-inclusion-policy-and-playbook-strengthen/>

Bridgerton. USA. 2020–. Netflix.

Cheng, Michelle (6. Januar 2020). *Pushing the glass ceiling: Netflix is far outpacing Hollywood in hiring female directors*. Abgerufen am 19. Januar 2020, von <https://qz.com/1779338/netflix-is-far-outpacing-hollywood-in-hiring-female-directors/>

Corfield, James (12. September 2017). *Network vs. Netflix: A Comparative Content Analysis of Demographics Across Prime-Time Television and Netflix Original Programming*. (Master's thesis). Abgerufen am 20. Januar 2020, von <http://scholarcommons.sc.edu/etd/4090>

Crenshaw, Kimberly (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *University of Chicago Legal Forum* (1). Artikel 8, 139–167.

Döveling, Katrin, & Kick, Isabel (2015). Die Frau in der Serie: Küche und Karriere: Alles easy oder ein Drahtseilakt?. In Elizabeth Prommer, Martina Schuegraf & Claudia Wegener (Hrsg.), *Medien - Gender - Screens* (S. 39–64). UVK.

van Dusen, Chris (23. August 2021). *„Bridgerton“ Showrunner on Creating a Color-Conscious Series (Guest Column)*. Abgerufen am 5. April 2022, von <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/bridger-ton-showrunner-creating-color-conscious-series-guest-column-1234998873/>

[ton-showrunner-creating-color-conscious-series-guest-column-1234998873/](https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/bridger-ton-showrunner-creating-color-conscious-series-guest-column-1234998873/)

Eichner, Susanne, Mikos, Lothar, & Winter, Rainer (Hrsg.) (2013). *Transnationale Serienkultur: Theorie, Ästhetik, Narration und Rezeption neuer Fernsehserien*. Springer VS.

Geena Davis Institute (2019). *The Geena benchmark report 2007-2017*. Abgerufen am 10. September 2021, von <https://seejane.org/wp-content/uploads/geena-benchmark-report-2007-2017-2-12-19.pdf>

Götz, Maya, Hofmann, Ole, Mendel, Caroline, Lemish, Dafna, Scherr, Sebastian, Gozansky, Yuval, Huang, Kirsten, Prommer, Elizabeth, Russo-Johnson, Colleen, Sanabria, Eileen, & Whitaker, Lynn (2018). Whose story is being told?: Results of an analysis of Children's TV in 8 countries. *TELEVISION* 31, 61–65.

Hipfl, Brigitte (2020). Diskussionsfelder der Medienpädagogik: Gender und Medien: Wechselseitige Prozesse des ‚doing‘ und ‚undoing‘ Gender. In Uwe Sander, Friederike von Gross & Kai-Uwe Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik* (S. 1–11). Springer VS.

Küchenhoff, Erich, & Bossmann, Wilhelm (1975). Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen. In Bundesminister für Jugend, Familie und Gesundheit (Hrsg.), *Schriften des Bundesministeriums für Jugend, Familie und Gesundheit*. Bd. 34. Kohlhammer.

Lehnen, Christine, Gopalakrishnan, Manasi, & Steffes-Halmer, Annabelle (25. März 2022). Netflix-Hit: „Bridgerton“ startet in die zweite Staffel. Abgerufen am 5. April 2022, von <https://www.dw.com/de/bridgerton-staffel-2-diversität-deutschland/a-61227978>

Linke, Christine, & Prommer, Elizabeth (2021). From fade-out into spotlight: An audio-visual character analysis (ACIS) on the diversity of media representation and production culture. *Studies in Communication Sciences*, 21/1/2021, 145–161. <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2021.01.010>

Low, Elaine (20. April 2021). *Netflix Reveals \$17 Billion in Content Spending in Fiscal 2021*. Abgerufen am 10. September 2021, von <https://variety.com/2021/tv/news/netflix-2021-content-spend-17-billion-1234955953/>

- Lünenborg, Margreth, Linke, Christine, Konrad, Lisa, Fritsche, Katharina & Flecke, Stefan (2012). Geschlecht und Ethnizität in audiovisuellen Medien: Methodologische und methodische Herausforderungen intersektionaler Medieninhaltsanalyse. In Tanja Maier, Martina Thiele & Christine Linke (Hrsg.), *Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in Bewegung: Forschungsperspektiven der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung* (S. 99–114). Transcript.
- Lukesch, Helmut, Bauer, Christoph, Eisenhauer, Rüdiger, & Schneider, Iris (2004). *Das Weltbild des Fernsehens: Eine Untersuchung der Sendungsangebote öffentlich-rechtlicher und privater Sender in Deutschland: Theorie - Methode - Ergebnisse: eine inhaltsanalytische Studie über die Sendungsangebote öffentlich-rechtlicher und privater Sender in Deutschland*. Roderer.
- Mesch, Stefan (28. März 2022). „Bridgerton“, Staffel 2: Den Figuren fehlt der Mut. Abgerufen am 5. April 2022, von <https://www.deutschlandfunkkultur.de/bridgerton-neu-staffel-100.html>
- Nielsen (2020). *Auf dem Bildschirm gesehen werden: Vielfältige Repräsentation und Inklusion im Fernsehen*. Abgerufen am 10. September 2021, von <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2020/being-seen-on-screen-diverse-representation-and-inclusion-on-tv/>
- Pauker, Manuela (14. Juli 2021). *HBO und Netflix dominieren die Emmys*. Abgerufen am 10. September 2021, von https://www.wuv.de/medien/hbo_und_netflix_dominieren_die_emmys
- Prommer, Elizabeth, & Linke, Christine (2019). *Ausgeblendet: Frauen im deutschen Film und Fernsehen*. Halem.
- Prommer, Elizabeth, Stüwe, Julia, & Wegner, Juliane (2021). *Sichtbarkeit und Vielfalt: Fortschrittsstudie zur audiovisuellen Diversität*. Preprint.
- Prommer, Elizabeth, Stüwe, Julia, & Wegner, Juliane (2022). *Sichtbarkeit auf dem Prüfstand: Fortschrittsstudie zur audiovisuellen Diversität: Kino & Vielfalt*. Abgerufen am 28. April 2022, von https://www.imf.uni-rostock.de/storages/uni-rostock/Able_PHF/IMF/Forschung/Medienforschung/Gender_Bericht/Kino_Vielfalt_Fortschrittsstudie_zur_audiovisuellen_Diversitaet_2022.pdf
- Salzbrunn, Monika (2014). *Vielfalt/Diversität*. Transcript.
- Smith, Stacy L., Choueiti, Marc, & Pieper, Katherine (2014). *Gender bias without borders: An investigation of female characters in popular films across 11 countries*. Abgerufen am 10. September 2021, von <https://seejane.org/wp-content/uploads/gender-bias-without-borders-full-report.pdf>
- Smith, Stacy L., Pieper, Katherine, Choueiti, Marc, Yao, Kevin, Case, Ariana, Hernandez, Karla, & Moore, Zoe (2021). *Inclusion in Netflix Original U.S. Scripted Series & Films*. Abgerufen am 10. September 2021, von https://assets.ctfassets.net/4cd45et68cgf/31LceJCIj7NJSKUeIJHrKG/920c17c6207bd4c3aa7f5a209a23f034/Inclusion_in_Netflix_Original_Series_and_Films_2.26_21.pdf
- Stoddart, Kirsten (27. Juli 2017). *Amazon, Netflix and righting the wrongs of television's gender problem*. Abgerufen am 19. Januar 2020, von <http://theconversation.com/amazon-netflix-and-righting-the-wrongs-of-television-gender-problem-80570>
- Thiele, Martina (2017). Kategorien, Stereotype, Intersektionalität. In Barbara Metzler, Julia Himmelsbach, Diotima Bertel, Andreas Riedl & Lara Möller (Hrsg.), *Von der Reflexion zur Dekonstruktion?: Kategorien, Typen und Stereotype als Gegenstand junger Forschung* (S. 15–32). Danzig & Unfried.
- Thiele, Martina (2019). Intersektionalität und Kommunikationsforschung: Impulse für kritische Medienanalysen. In Tanja Thomas, & Ulla Wischermann (Hrsg.), *Feministische Theorie und Kritische Medienkulturanalyse* (S. 163–177). Transcript.
- Thomas, Tanja (2019). Kontroversen über Unterdrückungsverhältnisse: Race, Class und Gender in der feministischen Debatte. In Tanja Thomas, & Ulla Wischermann (Hrsg.), *Feministische Theorie und Kritische Medienkulturanalyse* (S. 59–74). Transcript.
- Thompson, Robert J. (1996). *Television's Second Golden Age*. Syracuse University Press.
- Transparent. USA. 2014–2019. Amazon Prime.
- VuMA - Verbrauchs- und Medienanalyse

(2022). *Netflix-Nutzer in Deutschland nach Altersverteilung im Vergleich mit der Bevölkerung im Jahr 2021*. Abgerufen am 31. Mai 2022, von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1171667/umfrage/umfrage-unter-netflix-nutzern-in-deutschland-zur-altersverteilung/>

Winker, Gabriele, & Degele, Nina (2010). *Intersektionalität: Zur Analyse sozialer Ungleichheiten* (2. Aufl.). Transcript.

Women and Hollywood (2019). *2019-2020 Season: LGBTQ Characters on TV*. Abgerufen am 19. Januar 2020, von <https://womenandhollywood.com/resources/statistics/tv-statistics/>

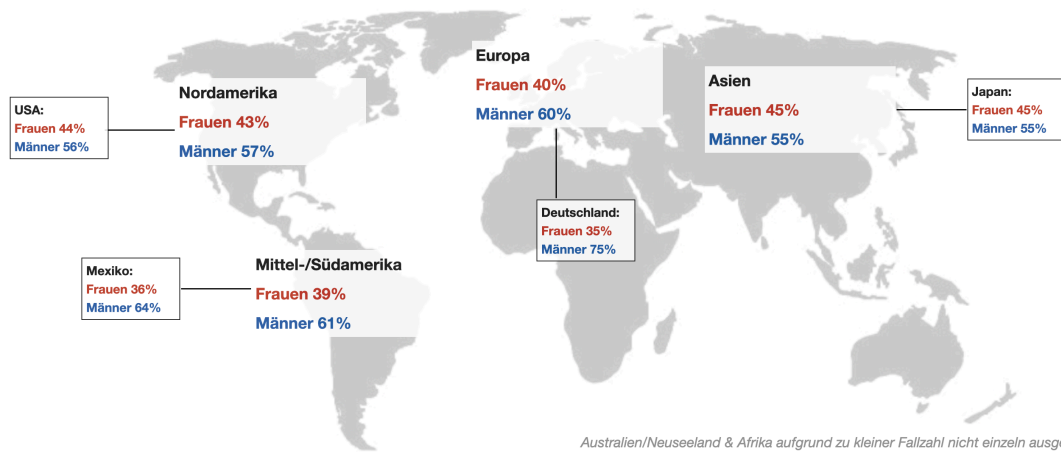


Abbildung 1. Geschlecht der Protagonist:innen/Hauptfiguren (n=1.902) zusammengefasst nach Kontinenten und ausgewählten Ländern der Hauptproduktionsstätte

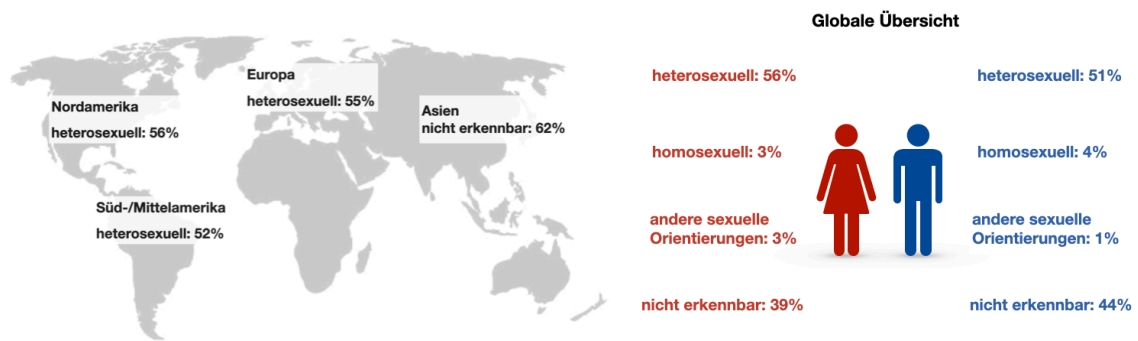


Abbildung 2.1. Sexuelle Orientierung der Protagonist:innen/Hauptfiguren mit je höchstem Anteil nach Kontinent (alle weiteren Orientierungen: heterosexuell/homosexuell/bisexuell/nicht erkennbar sind in Differenz inkludiert) und Abbildung 2.2. Globale Verteilung der sexuellen Orientierung der Protagonist:innen/Hauptfiguren

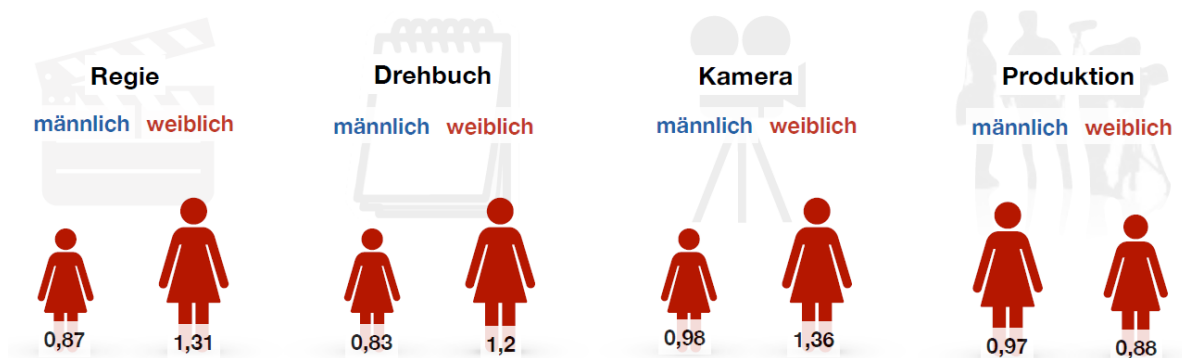


Abbildung 3. Die Besetzung der Gewerke und der Anteil an weiblichen Protagonistinnen/Hauptfiguren