

Inhalt

1. Einleitung	7
2. Der internationale Fernsehmarkt	15
2.1 Fernsehen und Globalisierung	16
2.2 Internationaler Formathandel	21
2.3 Formatfernsehen in Deutschland	30
2.4 Quiz- und Gameshows – ein historischer Abriss	33
3. Innovation im Fernsehen	39
3.1 Innovation – eine Definition	40
3.2 Innovation aus medienökonomischer Perspektive	42
3.3 Innovation aus kulturwissenschaftlicher Perspektive	48
3.4 Innovation aus medienwissenschaftlicher Perspektive: Genre und Format	66
3.5 Innovation im Formatfernsehen	78
4. Innovation im Genre »Quizshow«	87
4.1 Quiz- und Gameshows	88
4.2 Das Genre »Quizshow«	89
4.2.1 Ablauf und Spannung	90
4.2.2 Glück	91
4.2.3 Handlungsort	92
4.2.4 Beteiligte Personen	92

4.3	Vorläufershow von »Wer wird Millionär?«	94
4.3.1	»Hätten Sie's gewußt?«	94
4.3.2	»Alles oder nichts«	95
4.3.3	»Einer wird gewinnen«	98
4.3.4	»Der große Preis«	101
4.3.5	»Jeopardy!«	103
4.3.6	»Jeder gegen jeden«	106
4.3.7	»Risiko«	108
4.4	»Wer wird Millionär?« als Formatinnovation	110
4.4.1	Eckdaten zu »Wer wird Millionär?«	111
4.4.2	Ablauf	112
4.4.3	Spiel, Spannung und Dramaturgie	114
4.4.4	Formale Umsetzung	127
4.4.5	Handlungsort	132
4.4.6	Beteiligte Personen	133
4.4.7	Programmplatz und -rhythmus als Auslöser für Neuerungsempfinden	140
4.4.8	Exkurs: Herstellung von Differenzqualität gegenüber dem eigenen Korpus	142
4.4.9	Schlussfolgerungen zu den innovativen Elementen von »Wer wird Millionär?«	144
4.5	»Wer wird Millionär?« als Prototyp und die Nachfolgeshows	150
4.5.1	»Die Quiz Show«	151
4.5.2	»CA\$H – Das eine Million Mark-Quiz«	160
4.5.3	»Das Quiz mit Jörg Pilawa«	168
4.6	Der »Innovationsgrad« von »Wer wird Millionär?«	176
5.	Kreation, Adaption, Imitation – Elemente der Innovation im Fernsehen	185
6.	Literatur und Quellen	197