

# **Was macht eine Fernsehserie zum Kult?**

Kennzeichen von Kultserien am Beispiel von  
„Monaco Franze – Der ewige Stenz“

Masterarbeit

Eingereicht von: Isabel Zydun

Matrikel-Nr.: 1418866

Oktober 2016

Masterstudiengang Medien  
Philologisch-Kulturwissenschaftliche Fakultät  
Leopold-Franzens-Universität Innsbruck

Betreut von: Univ.-Prof. Dr. Thomas Schröder

## Inhalt

1 Einleitung.....	1
2 Die Cultural Studies als Grundlage der Fernsehforschung.....	3
2.1 Die Entwicklung der Cultural Studies .....	3
2.2 Die Entstehung der Populärkultur .....	5
2.3 Stilistische Faktoren für die Popularität medialer Texte.....	8
2.4 Rezeptionsästhetik und Aneignungsforschung .....	13
2.5 Die Bedeutung und Veränderung von Fankultur .....	16
3. Der Kultbegriff .....	17
3.1 Ursprüngliche Bedeutung.....	17
3.2 Kult im Zusammenhang mit Medien .....	21
3.3 Die Kultserie .....	25
3.4 Zusammenfassende Betrachtung.....	28
4 Die Fernsehserie .....	29
4.1 Das Konzept „Quality TV“ und die Qualität von Serien.....	30
4.2 Serienforschung und Seriendefinition.....	34
4.3 Die Geschichte und Entwicklung der Fernsehserie in Deutschland.....	36
4.3.1 Die Serie im deutschen Fernsehen.....	36
4.3.2 Die bayerische Serie .....	39
4.4 Die Serienanalyse .....	40
4.4.1 Seriengenres .....	41
4.4.2 Die Serienstruktur.....	42
4.4.3 Das dramatische Thema .....	44
4.4.4 USP und Serienwelt .....	44
4.4.5 Figuren.....	45
4.4.6 Die Erzählweise.....	49
5 „Monaco Franze – Der ewige Stenz“: Hintergründe zur Serie .....	51
5.1 Hintergründe zur Serie .....	51
5.2 Exkurs: Die Bedeutung des Begriffs „Stenz“ .....	52
6 Analyse der Serie „Monaco Franze“ .....	54
6.1 Grundlegende Einordnung entsprechend der Seriendefinition.....	54
6.2 Das Genre .....	55
6.3 Die Serienstruktur bei „Monaco Franze“ .....	57
6.4 Das dramatische Thema der Serie.....	58
6.5 USP und Serienwelt von „Monaco Franze“ .....	60
6.6 Die Figuren der Serie .....	63
6.7 Die Erzählweise der Serie „Monaco Franze“ .....	73

6.7.1 Die Erzählperspektive .....	77
6.7.2 Der Stil .....	79
6.7.3 Die Dialoge.....	87
6.8 Weitere inhaltliche Kultfaktoren der Serie.....	91
6.8.1 Ironie .....	91
6.8.2 Metaphern.....	92
6.8.3 Komik.....	93
6.8.4 Widerspruch .....	94
6.8.5 Excess.....	94
6.8.6 Intertextualität .....	95
7 „Monaco Franze“ als Kultserie .....	96
7.1 Der Kult um Helmut Fischer .....	96
7.2 Der Kultregisseur Helmut Dietl.....	98
7.3 Artikel und Erwähnungen in den Medien .....	99
7.4 Der München-Bezug.....	101
7.5 Kulturelle Veranstaltungen.....	104
7.6 Fanartikel und Fankultur .....	105
7.7 Redewendungen.....	106
7.8 Social Media .....	107
7.9 Aktualität der Themen und hohe Qualität der Serie .....	109
8 Auswertung der Onlineumfrage.....	112
8.1 Bekanntheit und Nutzung der Serie .....	112
8.2 Inhaltliche Aspekte der Serie.....	115
8.3 Der Kultstatus der Serie.....	120
8.4 Die Serienfiguren .....	123
8.5 Präsenz der Serie im Alltag.....	124
8.6 Demografische Angaben .....	126
9 Fazit .....	128
Quellenverzeichnis .....	130
Anhang.....	139
Episodenüberblick .....	139
Abbildungen .....	143

## 1 Einleitung

„Wie meinst Krise, Spatzl?“ Mit dieser Frage, die in großen, schwarzen Buchstaben auf weißen Plakaten prangt, wirbt das Münchner Literaturhaus momentan für seine neuste Ausstellung. Eine Litfaßsäule weiter liest man: „A bissel was geht immer.“, auf einer anderen steht: „Viel schlimmer ist, dass wir in München ein Publikum haben, das jeden Reinfall zu einem einmaligen Erlebnis hochjubelt.“ Bei dieser Kampagne, die für manche äußerst rätselhaft erscheinen mag, handelt es sich um eine Hommage an eine Figur, die wahrscheinlich nirgendwo sonst so beliebt ist, wie in München. „Aus: Monaco Franze“ kann man im „Kleingedruckten“ auf diesen Plakaten lesen, wenn man näher hinsieht. Die Zitate stammen von der gleichnamigen Hauptfigur dieser Serie. Helmut Dietl, dem die beworbene Ausstellung eigentlich gewidmet ist, schrieb und produzierte den Zehnteiler in den frühen 1980er-Jahren. Die darin von ihm erschaffene Figur hat seit der Erstausstrahlung der TV-Serie 1983 ein Eigenleben entwickelt. Gerade in München, dem Hauptschauplatz der Serie, begegnet man dem Serienhelden heute noch oft im Alltag, z. B. als Bronzestatue an der Münchner Freiheit, als Aufdruck auf Kleidungsstücken und Geschenkartikeln, als kleines Stencil-Graffiti an Gebäuden, als Namenspatron für Geschäfte, Lokale oder auch für eine Wodkamarke. Die Wirkungskraft dieser Serie geht inzwischen also weit über die Grenzen des Fernsehens hinaus – sie ist zur Kultserie geworden. Heute werden erfolgreiche Serien in den Medien häufig als Kultserien behandelt, wenn diese sich aufgrund ihrer Thematik, Gestaltung oder Inszenierung von gewöhnlichen Fernsehinhalten abheben. Sätze wie „Die TV-Serie Mad Men ist schon lange Kult.“ (Lie/DPA 2015) oder „Frank Underwood ist Kult für Politikvernarnte. Der Held von ‚House of Cards‘ geht für Macht über Leichen.“ (Poschardt 2015) liest man heute in den Feuilleton- oder Kulturteilen von (Online-)Zeitungen immer wieder. So, wie schon seit den 1950er-Jahren bestimmte Kinofilme Kultstatus erlangten, ist dies seit der Etablierung des Fernsehens auch für TV-Formate möglich. Kultfilme wie z. B. „The Rocky Horror Picture Show“ waren oft nicht von Anfang an erfolgreich und erlangten ihren Kultstatus erst im Laufe der Zeit, nach wiederholter Ausstrahlung. Im Gegensatz dazu wird in den Medien heutzutage oft schon von einem Kult gesprochen, noch bevor die letzte Staffel einer Serie zu Ende ist. Was aber bedeutet Kult in diesem Zusammenhang und wodurch zeichnet sich eine solche Kultserie oder Kultfigur eigentlich aus? In dieser Arbeit soll dies anhand der deutschen Serie „Monaco Franze – Der ewige Stenz“ erarbeitet werden. Der Zehnteiler von Helmut Dietl, Patrick Süskind und Franz Geiger ist trotz der aktuellen und stetig wachsenden Vielfalt neuer und internationaler Produktionen nie ganz „von der Bildfläche“ oder aus dem Bewusstsein des Publikums verschwunden. Seit der erfolgreichen Erstausstrahlung 1983 im deutschen Fernsehen wurde die Serie vielfach in den Medien besprochen und gelobt, mehrfach im Fernsehen wiederholt und in den letzten Jahren auch immer wieder im Rahmen von Public-Viewing-Veranstaltungen gezeigt. Vor allem der gleichnamige Hauptcharakter der Serie, der Monaco Franze, gilt noch immer als Kultfigur. Um die Frage, welche Faktoren zu diesem Kultphänomen führen, soll es in dieser Masterarbeit gehen. Anhand von

Erkenntnissen der Fernseh- und Serienforschung soll die Serie „Monaco Franze“ ausgehend von einer Eingrenzung und Definition des Kultbegriffs auf ihre Kultfaktoren hin untersucht werden. Da die Entstehung eines Medienkultes nur durch ein Publikum möglich ist, soll ein grundsätzlicher Teil der Betrachtung der Rezeptions- und Aneignungsforschung gelten, die im Rahmen der Cultural Studies geprägt wurden. Hierbei spielen auch die Einbettung in einen kulturellen und fernsehgeschichtlichen Kontext sowie der Aspekt des *Fandom* eine wichtige Rolle. Aus den bereits genannten Überlegungen ergibt sich folgende Forschungsfrage:

Welche Faktoren machen die TV-Serie „Monaco Franze“ zur Kultserie und wodurch zeichnet sich dieser Kult aus?

Diese Forschungsfrage gründet auf der Hypothese, dass es grundsätzlich bestimmte Faktoren gibt, die für die Erlangung des Kultstatus notwendig sind oder wesentlich dazu beitragen. Als Grundlage dafür sollen Theoriekonzepte gelten, die die Dualität von der Offenheit des Textes und der aktiven Rezeption und Interaktion des Publikums in den Blick rücken. Der Großteil der Fernsehforschung orientiert sich an international bekannten Formaten, vor allem an Produktionen aus den USA. Deshalb soll mit dieser Arbeit auch ein Beitrag zur Serienforschung im deutschsprachigen Raum geleistet werden. Obwohl „Monaco Franze“ zu den bekanntesten Fernsehserien von Helmut Dietl gehört, einem der wichtigsten deutschen Drehbuchautoren und Regisseure, findet man dazu kaum wissenschaftliche Beiträge. Auch diese Lücke soll zumindest zu einem geringen Teil von dieser Arbeit gefüllt werden. Zu Beginn werden die Cultural Studies als wichtige theoretische Grundlage dieser Arbeit behandelt. Dabei wird der Fokus in erster Linie auf John Fiskes Ansatz zur Popularität des Fernsehens sowie auf die damit zusammenhängende Aneignungsforschung gerichtet. Anschließend wird auf den Kultbegriff und dessen Bedeutung im Zusammenhang mit Medien eingegangen. Um die Serie „Monaco Franze“ hinsichtlich Popularität und Kultstatus beurteilen zu können, muss auch die Gattung der Fernsehserie im Allgemeinen betrachtet werden. Dabei spielt nicht nur die Definition, sondern auch die Seriedramaturgie sowie die Einbettung in den Kontext der deutschen Fernsehgeschichte eine wichtige Rolle. Im zweiten Teil der Arbeit soll die Serie „Monaco Franze“ hinsichtlich der Aspekte, die im theoretischen Teil erarbeitet wurden und die für den Kultstatus von Serien verantwortlich sind, untersucht werden. Neben der Untersuchung von inhaltlichen Aspekten werden dabei auch die Rezeption sowie die Einflüsse von außen, wie z. B. die Medienpräsenz und die Fankultur berücksichtigt. Die Analyse wird durch die Auswertung einer Onlineumfrage abgerundet. Hier sollen die am Text gewonnenen Erkenntnisse auf ihre Relevanz in der Wahrnehmung des Publikums überprüft werden.

## 2 Die Cultural Studies als Grundlage der Fernsehforschung

Zunächst sollen die theoretischen Grundlagen für die Analyse der Serie „Monaco Franze“ betrachtet werden, wobei die Cultural Studies einen wichtigen Schwerpunkt bilden. Sie stellen die Rezeption eines Mediums durch ein Publikum und die Reaktionen dieses Publikums auf die Inhalte eines Mediums in den Vordergrund. Lothar Mikos beschreibt die Bedeutung der Cultural Studies im Zusammenhang mit der Fernsehforschung folgendermaßen: „[Die Cultural Studies] bilden sozusagen das zentrale Fundament einer Rezeptionsästhetik des Fernsehens, die es sich zur Aufgabe macht, die Strukturen und Bedingungen von Fernsehtexten ebenso zu untersuchen wie die Strukturen und Bedingungen der Zuschauer.“ (Mikos 2001: 34) Hepp begreift sie als „ein[en] theoretisch fundiert[en], interdisziplinäre[n] Ansatz der Kulturanalyse, der insbesondere auf eine Beschäftigung mit Alltagspraktiken, alltäglichen kulturellen Konflikten und Fragen der soziokulturellen Macht spielt. Indem diese Zusammenhänge in den gegenwärtigen Gesellschaften insbesondere in Medienprodukten und ihrer Aneignung greifbar werden, erhält die Beschäftigung mit Medien in den Cultural Studies einen zentralen Stellenwert.“ (Hepp 2010: 10) Die Cultural Studies eröffnen einen neuen Blick auf die Populärkultur, deren Inhalte und Rezipienten<sup>1</sup>.

Mit dem Begriff Text ist im Folgenden nicht nur die geläufige Bezeichnung eines schriftlich dargebotenen Inhalts, sondern jede Art von medial vermittelten Informationen und Bedeutungen gemeint. „Jene populären Regeln erfordern einen speziellen Blick, damit man dem Reiz des Populären gerecht werde.“ (Goldbeck 2004: 16) Das Verständnis von Kultur wird erweitert, indem davon ausgegangen wird, dass populäre Texte nach anderen Regeln als ästhetische gestaltet sind (vgl. Goldbeck 2004: 16). Statt eines elitären Kulturverständnisses mit festen ästhetischen Qualitätskriterien, wird im Rahmen der Cultural Studies der Begriff der Alltagskultur geprägt (vgl. Goldbeck 2004: 16). Man spricht bei diesem Paradigmenwechsel, also bei dem Wandel eines elitären, ästhetischen hin zu einem populären, alltäglichen Kulturverständnis auch von einer *cultural turn* (vgl. Goldbeck 2004: 17).

In den folgenden Abschnitten wird auf die Entwicklung der Cultural Studies und die für diese Arbeit relevanten Felder eingegangen, wie die Bedeutung von Populärkultur, stilistische Aspekte von populären Texten und die Entwicklung von Fankultur.

### 2.1 Die Entwicklung der Cultural Studies

Die Cultural Studies wurden in den 1960er-Jahren als ein transdisziplinäres Forschungsprojekt an der Universität Birmingham entwickelt und zunächst unter der Bezeichnung Birmingham School, später dann als British Cultural Studies bekannt (vgl. Winter 2003: 151). Der Soziologe Stuart Hall gilt als einer der

---

<sup>1</sup> Aus Gründen der Vereinfachung wird in dieser Arbeit die männliche Form verwendet. Personen weiblichen wie männlichen Geschlechts sind darin gleichermaßen eingeschlossen.

Begründer der Cultural Studies, insbesondere im Bereich der Medienforschung. Er beschäftigt sich unter anderem mit der Frage, welchen Einfluss Medien auf die Gesellschaft haben und schreibt der Populärkultur dabei eine wichtige Funktion zu. Für Hall ist die Populärkultur der Ort für die Zustimmung für oder den Widerstand gegen die „Kultur der Mächtigen“ (vgl. Winter 2003: 152). Mit seinem Encoding-/Decoding-Kommunikationsmodell greift er die Annahme der traditionellen Wirkungsforschung auf, dass Medien Macht ausüben, indem sie den Rahmen und die Strukturen festlegen, innerhalb derer in einer Gesellschaft die Wirklichkeit begriffen wird (vgl. Winter 2005: 54). Durch die Medien wird ein sogenanntes *social knowledge* vermittelt, durch welches das soziale Leben beeinflusst wird (vgl. Winter 2010: 114). Außerdem geht Hall vom Uses-and-Gratifications-Ansatz aus und somit von aktiven Zuschauern, die medienunabhängig Bedeutungen aus den Zeichen der Medien für sich erschaffen, basierend auf ihren eigenen Erfahrungen. Laut Hall kann „es nur dann zu einer Verständigung kommen, wenn die Produzenten und Rezipienten eines medialen Textes kulturelle Codes miteinander teilen.“ (Winter 2010: 114) Er wendet sich somit vom klassischen Sender-Empfänger-Modell ab, da dieses, wie Rainer Winter erklärt, Kommunikation als einen natürlichen Prozess ansieht, wobei es sich aber eigentlich um „eine komplexe soziale Konstruktion von Bedeutung und so ein Produkt symbolischer Arbeit“ handelt (Winter 2010: 115). Dabei kann es zum Missverständnis kommen, wenn der Zuschauer die empfangene Botschaft anders liest oder versteht, als vom Sender beabsichtigt. Das ist vor allem dann der Fall, wenn soziale und historische Unterschiede zwischen beiden Seiten bestehen und unterschiedliche Codes zum Dekodieren angewendet werden (vgl. Winter 2010: 117). „Für die Interpretation medialer Texte heißt dies, dass gerade bei den medialen Texten, die z. B. von einer Vielzahl sozialer Gruppen gesehen werden, eine abweichende und uneinheitliche Decodierung, in der der mediale Text gemäß den jeweiligen Codes der Rezipienten angeeignet wird, die Regel sein wird.“ (Winter 2010: 118) Winter sieht die Massenkommunikation deshalb von einer Interpretationsvariabilität gekennzeichnet. „Mediale Texte werden zum Ort der Auseinandersetzung zwischen verschiedenen sozialen Gruppen, die ihre eigenen Interpretationen durchsetzen möchten.“ (Winter 2005: 54) Auch für Hall konstituiert dies die von ihm so benannte polyseme Struktur von medialen Texten: „Der Rezipient übernimmt nicht einfach die Bedeutung eines Textes, sondern konstruiert in der Interaktion mit dem Text mittels seiner eigenen sozialen Sinnsysteme aktiv eine Bedeutung.“ (Winter 2010: 119) Stuart Hall unterscheidet deshalb zwischen drei grundsätzlichen Lesarten: der Vorzugslesart (der Rezipient liest den Text so, wie vom Sender beabsichtigt), der ausgehandelten Lesart (der Rezipient liest den Text teilweise so, wie vom Sender beabsichtigt) und der oppositionellen Lesart (der Rezipient liest den Text entgegen der Absicht des Senders) (vgl. Winter 2010: 119). Aber nicht allein die Gesellschaftsschicht der Rezipienten bestimmt die Lesart, sondern auch die individuelle Erfahrung, die jeder Zuschauer bei der Rezeption von medialen Texten einbringt. Winter merkt an, dass die Annahme einer sogenannten Vorzugslesart problematisch ist, da sich somit die Vorstellung *einer* wahren Bedeutung des Textes aufdrängt, die aber angesichts der Ambivalenzen und Mehrdeutigkeiten von Fernsehprogrammen

per se nicht existiert (vgl. Winter 2010: 127). Diese Mehrdeutigkeit spielt auch für die Popularität des Textes eine wichtige Rolle, was im Rahmen der Populärkultur ein weiterer relevanter Gegenstand der Cultural Studies ist.

## 2.2 Die Entstehung der Populärkultur

Der Begriff der Populärkultur wurde innerhalb der Cultural Studies vor allem von John Fiske geprägt. Laut Hepp beschreibt er Populärkultur als ein in sich widersprüchliches Konzept der westlichen Gesellschaften.

Auf der einen Seite ist sie ein industrielles Phänomen, indem ihre Waren mit wirtschaftlichen Interessen arbeitsteilig produziert und distribuiert werden, auf der anderen Seite ist die Populärkultur die Kultur der Konsumenten, die den hergestellten Waren von ihrem Alltagsleben ausgehend spezifische Bedeutungen zuweisen. (Hepp 2010: 66)

Die Populärkultur stellt ein wichtiges Feld für die wissenschaftliche Beschäftigung dar, „weil sie den Bereich bildet, in dem eine Vielzahl aktueller gesellschaftlicher Auseinandersetzungen und Konflikte lokalisiert ist.“ (Hepp 2010: 9) Fiske spricht sich deshalb für einen „culturalistic and ethnographic approach to the understanding of television“ (Fiske 1987: 93) aus. Dabei steht er vor allem für den textuellen Blick auf Unterhaltungsangebote, darunter in erster Linie das Fernsehen (vgl. Goldbeck 2004: 19). Kulturpessimistische Ansichten, die an den Marxismus angelehnt sind, gehen von einem passiven und hilflosen Publikum aus, das sich der Macht der Kulturindustrie, also auch dem Fernsehen und dessen Inhalten nicht entziehen kann (vgl. Winter 2005: 149f.) Fiske spricht den Rezipienten im Gegensatz dazu eine eigene Macht zu, mit deren Hilfe sie sich die Produkte der Kulturindustrie zu eigen machen und über deren Erfolg entscheiden können:

The power of the people to make *their* culture out of the offerings of the culture industry is greater than either of these schools of thought realized, and so too is their power to reject those offerings of the culture industry which do not offer them that opportunity. It is the audiences who make a program popular, not the producers. (Fiske 1987: 93)

Das Populäre und somit auch das Publikum erfahren in gewisser Weise eine Aufwertung: „Man stellt die Fähigkeit von RezipientInnen heraus, Massenkultur auch gegen eine ideologisch geprägte Lesart zu nutzen und ‚widerständiges Vergnügen‘ daran zu haben.“ (Goldbeck 2004: 17) Fiske spricht in diesem Zusammenhang auch von zwei Ökonomien, was bereits im oben genannten Zitat angedeutet wurde: von der finanziellen Ökonomie und von der kulturellen Ökonomie. Erstere bezieht sich auf die Zirkulation von Vermögen, also beispielsweise ein Programm, das von einer Produktionsfirma an einen Sender verkauft wird, welcher wiederum das Publikum dieser Sendung zur Ware macht und an Werbekunden „verkauft“. Mit der kulturellen Ökonomie meint Fiske die Zirkulation von Bedeutungen und Vergnügen. Das Publikum wird in diesem Fall zum produzierenden Faktor, da es aus den medialen Texten eigene Bedeutungen für sich herauszieht. In dieser besonderen Form der „Ökonomie“ gibt es also weder Konsumenten noch Waren, weil die von den Rezipienten selbst konstruierten Vergnügen und Bedeutungen „weder besitz- noch

verkaufbar sind, sondern in einem fortlaufenden Prozess kultureller Zirkulation konstituiert werden.“ (Hepp 2010: 67) Demzufolge spricht Fiske nicht vom Medienkonsum, sondern von einer produktiven Medienaneignung. Die Rezipienten nutzen die von der Kulturindustrie produzierten Waren, um sich daraus ihre eigene Populärkultur zu erschaffen. Die Populärkultur stellt somit einen Teil des Alltagslebens von Rezipienten dar, der von der Kulturindustrie zwar bedient, aber nicht kontrolliert wird. Fiske begreift das Fernsehen außerdem als Teil einer *oral culture* (vgl. Fiske 1987: 105). Für ihn sind es die spezifischen Eigenschaften des mündlichen Modus, die dazu führen, dass das Fernsehen so stark im sozialen und kulturellen Leben der Rezipienten verankert ist und dass sich das Verhältnis zu diesen durch Aktivität, Beteiligung und bewusste Auswahl auszeichnet (vgl. Fiske 1987: 107).

Fiske spricht in diesem Zusammenhang auch von der bardischen Funktion des Fernsehens, da es wie ein Barde als Vermittler von Kultur fungiert. Das Fernsehen überträgt Alltagsbeobachtungen in ein Sprachsystem und organisiert Botschaften nach den Anforderungen der Kultur (vgl. Mikos/Winter 2001: 70). Es nimmt eine zentrale Stellung ein, indem es alle Mitglieder der Gesellschaft gleichermaßen anspricht. Das Fernsehen stellt einen wichtigen Knotenpunkt für diskursive Bedeutungen in der Gesellschaft dar, indem bestehende Diskurse aufgegriffen und neue Diskurse geschaffen werden (vgl. Goldbeck 2004: 19). Deshalb kann Fernsehen in industrialisierten Gesellschaften eine ähnliche Rolle spielen, wie Folkkultur<sup>2</sup> in homogenen Gesellschaften. Selbstverständlich kommt Fernsehen nicht „of the folk“ (Fiske 1987: 107) und soll durch Fiskes Argumentation nicht romantisiert werden. Trotzdem ist er der Meinung, dass das Sehen von und das Sprechen über Fernsehen in einem engen Zusammenhang mit den Kriterien stehen, durch die Folklore definiert wird. Folkkultur wird innerhalb einer Gruppe und zur Abgrenzung von anderen Gruppen gelebt. Die Vermittlung erfolgt informell und außerhalb von etablierten sozialen Institutionen. Außerdem ist ihr Gegenstand stets Teil eines Prozesses, sodass es keine festgelegten Inhalte gibt (vgl. Fiske 1987: 107).

There may be a broadcast version of a television program, but the text that a particular subculture may make of it exists only as part of the cultural process of that audience. [...] Its popularity among its diversity of audiences depends upon its ability to be easily and differently incorporated into a variety of subcultures: popularity, audience activity, and polysemy are mutually entailed and interdependent concepts. (Fiske 1987: 107)

Das Fernsehen ist aber nicht nur thematisch, sondern auch durch Bilder und Symbole im Alltag der Zuschauer präsent. Film- und Fernsehtexte können als Symbole zur Verständigung verwendet werden. Diese gehören zum lebensweltlichen Wissen der Rezipienten und können in bestimmten Situationen zum

---

<sup>2</sup> Fiske bezieht sich dabei auf vier Kriterien, die für die Definition einer Folkkultur notwendig sind: „1. Folklore defines and identifies the membership of a group for its members, often in opposition to other groups. 2. Folklore is transmitted informally, either orally or by example, and consequently does not distinguish clearly between transmitters and receivers. 3. Folklore operates outside established social institutions such as the church, the educational system or the media, although it can interact with them and traverse them. 4. There is no standard version of a folk text – it exists only as part of a process.“ (Fiske 1987: 107)

Einsatz kommen. Fernsehsymbolik kann im Alltag auch spielerisch eingesetzt werden (vgl. Mikos 2001: 158). „Im Alltag der Individuen finden sich zahlreiche Fernsehspuren, die nicht nur im expliziten Nachspielen, Imitieren, [...] sichtbar werden, sondern Eingang in die Alltagssprache gefunden haben.“ (Mikos 2001: 158) Einzelne Ausdrücke können im Alltag nach und nach ihren Medienbezug verlieren und sich „verselbständigen“. Aber auch ganze Sendungen bzw. deren Titel können in die Alltagskommunikation übergehen und dort symbolisch für etwas stehen, wie z. B. die Serie „Dallas“, die als Inbegriff für „US-amerikanischen Kulturimperialismus“ eingesetzt wird (vgl. Mikos 2001: 159).

Damit Fernsehen in einer vielschichtigen Gesellschaft populär werden kann, muss der Text entsprechend Fiskes Kriterien „offen“ sein. Fiske bezieht sich hier auf Umberto Ecos Arbeit „Das offene Kunstwerk“ (1962). Eco meint mit einem „offenen“ Text, dass alternative Interpretationsmöglichkeiten oder Sichtweisen nicht ausgeschlossen werden dürfen. „Nicht jeder Text, der von der Kulturindustrie als Ware produziert wird, ist erfolgreich in dem Sinne, dass er zu einem Teil von Populärkultur wird. Betrachtet man die in diesem Sinne erfolgreichen Texte genauer, lassen sich eine Reihe von Merkmalen ausmachen, die diese auszeichnen.“ (Hepp 2010: 70) Fiske fasst diese Merkmale unter dem übergreifenden Begriff des produzierbaren Textes zusammen. Anknüpfend an Roland Barthes' Theorie für literarische Texte, beschreibt Fiske den produzierbaren Text als eine Mischform aus einem lesbaren, also geschlossenen, eindeutigen Text, und einem schreibbaren, also bedeutungsoffenen Text (*readerly* und *writerly text*). Ein *writerly text* fordert den Leser sozusagen zur Bedeutungsproduktion auf (vgl. Fiske 1987: 95). Fiske überträgt dieses Konzept auf das Fernsehen als populäres Medium und spricht hier von *producerly texts*, also produzierbaren Texten. Die Bezeichnung „produzierbarer Text“ dient auch der besseren Unterscheidung, da die von Barthes geprägten Begriffe „lesbar“ und „schreibbar“ in engem Kontext mit Avant-Garde-Literatur stehen.

A producerly text combines the televisual characteristics of a writerly text with the easy accessibility of the readerly. Unlike the writerly avant-garde text, television does not work with an authorial voice that uses unfamiliar discourse in order to draw attention to its discursivity. [...] The producerly text [...] relies on discursive competencies that the viewer already possesses, but requires that they are used in a self-interested, productive way: the producerly text can, therefore, be popular in a way that the writerly text cannot. (Fiske 1987: 95)

Auf einer übergeordneten Ebene unterscheidet Fiske dabei einerseits zwischen dem *primary text* als das, was in Form von sichtbaren Zeichen auf dem Bildschirm erscheint, was aber auch weitere Bedeutungen transportieren kann, die vom Rezipienten entdeckt werden können (vgl. Fiske 1987: 84). Andererseits nennt Fiske die *secondary texts*, die quasi als Metatexte mit publizistischem Hintergrund, z. B. als Fernsehkritik oder in Form von Werbung erscheinen. Auch diese Sekundärtexte können sich auf die Primärtexte auswirken und deren Bedeutung beeinflussen. Außerdem beschreibt Fiske eine dritte Ebene, auf der die Auslegung und Auseinandersetzung der Rezipienten mit dem Primärtext stattfindet: „the readings that people make of television, the talk and gossip they produce“ (Fiske 1987: 85). Der Tertiärtext ist das, was die Zuschauer selber aus ihren Reaktionen machen, also das, was mündlich kursiert oder in „letters to the

press“ (Fiske 1987: 124), heutzutage wahrscheinlich vor allem über Social Media geäußert wird. Diese Texte fungieren laut Fiske als kollektive Reaktion. „Studying them can give us insights into how the primary and secondary texts are read and circulated in the culture of the viewers.“ (Fiske 1987: 124)

Die Rezeption von populären Texten setzt einen Moment des Vergnügens voraus. Im Gegensatz zu kritischen Traditionen, wie beispielsweise der sozialwissenschaftlichen Theorie des Marxismus, ist das Vergnügen in den Cultural Studies nicht an eine Ideologie der Kulturindustrie geknüpft, sondern kann als eine Möglichkeit des Widerstands gewertet werden. Das Empfinden von Vergnügen wird hier als eine Eigenleistung des Rezipienten betrachtet und nicht als eine Wirkung des medialen Textes. Es kann aus der Produktion eigener Bedeutungen und Lesarten hervorgehen. Natürlich kann der Urheber eines Textes diesen mit Eigenschaften versehen, die Vergnügen hervorrufen sollen, jedoch gibt es keine Garantie, dass dies auch vom Rezipienten so wahrgenommen wird. „Das Vergnügen und die Macht der Bedeutungsproduktion, die als ein semiotisches Spiel in der semiotischen Demokratie des Fernsehens gesehen werden kann, ist nach Fiske das signifikanteste und ermächtigendste Vergnügen, das Fernsehen bietet.“ (Mikos/Winter 2001: 367)

Im Folgenden ist mit „Text“ stets der Primärtext, also z. B. der Fernsehfilm an sich gemeint. Die bereits erwähnte Offenheit der Primärtexte bezeichnet Fiske auch als Polysemie, also als das Vorhandensein mehrerer potenzieller Bedeutungen. Durch ihre polyseme Struktur sind produzierbare Texte relevant für das Entstehen einer Populärkultur, da sie durch ihre vielfältigen Lesarten von einem großen Publikum in verschiedenen kulturellen Kontexten angeeignet werden können:

To be popular, the television text has to be read and enjoyed by a diversity of social groups, so its meanings must be capable of being inflected in a number of different ways. [...] This means that reading is not a garnering of meanings from the text but is a dialogue between text and the socially situated reader. (Fiske 1987: 66)

### **2.3 Stilistische Faktoren für die Popularität medialer Texte**

Es gibt bestimmte Stilmittel, die zur Polysemie eines Textes beitragen, die also gegen eine Geschlossenheit des Textes wirken und ihn somit für ein breites Publikum zugänglich machen (vgl. Fiske 1987: 85). Im folgenden Kapitel sollen diese näher beschrieben werden. Eines dieser Stilmittel ist laut Fiske die Ironie in ihrer klassischen Bedeutung: mit dem, was gesagt wird, wird eigentlich etwas Anderes, meist Gegenteiliges gemeint.

Irony, as a rhetorical device, is always polysemic and is always open to apparently ‘perverse’ readings because it necessarily works by simultaneously opposing meanings against each other. [...] Irony can never be totally controlled by the structure of the text: it always leaves semiotic space for some readers to exploit. (Fiske 1987: 86)

Als weiteres Stilmittel für die Erzeugung von Polysemie nennt Fiske die Metapher. So wie auch die Ironie, lässt die Metapher Raum für unterschiedliche Deutungen, indem sie nicht direkt sagt, sondern nur umschreibt, was zum Ausdruck gebracht werden soll: „Like irony, metaphor necessarily involves two

discourses, for it always describes one thing in terms of something else.” (Fiske 1987: 87) Wie Winter anmerkt, können Metaphern nicht nur in Form von geschriebener oder gesprochener Sprache vorkommen, sondern im Film oder im Fernsehen auch visueller Art sein (vgl. Winter 2010: 135). Fiske spricht von der Kollision zweier Diskurse, die sowohl beim Einsatz von Ironie als auch bei Metaphern zum Tragen kommt. Die „Explosion“ der Bedeutungen, die dabei freigesetzt werden, kann vom Text nicht kontrolliert werden. Ein eindeutiger Sinn, der bei jedem Rezipienten auf die gleiche Weise verstanden wird, kann nicht festgelegt werden. Genauso verhält es sich laut Fiske bei Witzen und Komik erzeugenden Elementen, die ebenfalls als Stilmittel für polyseme Texte fungieren.

Ebenso sind Widersprüche relevant, um eine Vielzahl unterschiedlicher sozialer Gruppen anzusprechen. Fiske beruft sich hier auf die Theorie von Louis Althusser („Ideologie und ideologische Staatsapparate“, 1977), demzufolge die in einer Gesellschaft herrschende Ideologie bestehende Widersprüche zwischen den realen und imaginären sozialen Lebensbedingungen eines Subjektes ausklammert. Zwischen den Rollenbildern, die die Gesellschaft entwirft, und der Realität der Individuen befinden sich Widersprüche. Dabei wird eine allgemeine Übereinstimmung mit dem Standpunkt der sogenannten „Bourgeoisie“ konstruiert, was dazu führt, dass das Bewusstsein über bestehende Interessenskonflikte ausgeschlossen wird. Diese können nur durch den damit verbundenen Widerspruch zum Ausdruck gebracht werden: „Conflict of interest can only be expressed through contradiction, speaking against, so the repression of contradictions in ‚the real‘ is a reactionary ideological practice for it mobilizes a consensus around the status quo and thus militates against social change.” (Fiske 1987: 88) Texte, die dieser herrschenden Ideologie entsprechen, müssen demzufolge widersprüchliche Elemente enthalten, um auch diejenigen anzusprechen, die sich nicht mit dieser Ideologie identifizieren können. Fiske fasst dies folgendermaßen zusammen:

If texts that bear the dominant ideology are to be popular amongst those who are oppressed or subordinated by that ideology, they must contain contradictions, however repressed, that oppositional readers can activate to serve their cultural interests. Without them, the text could be popular only amongst those who accommodate themselves more or less comfortably with the dominant ideology. (Fiske 1987: 88)

Fiske nennt als Beispiel die Serie „Starsky and Hutch“ (1975-1979), in der sich zwei Polizisten über bestimmte, in der „realen“ Gesellschaft existierende Widersprüche hinwegsetzen. Das sind z. B. das Bedürfnis nach Konformität und gleichzeitig das Verlangen nach Individualität, das Anpassen an bestehende Hierarchien einerseits und das Streben nach Unabhängigkeit andererseits. Dave Starsky und Ken „Hutch“ Hutchinson zeigen in der Serie, dass man sich nicht zwischen diesen Gegensätzen entscheiden muss und dass es möglich ist, beide Seiten zu leben. Sie sind sowohl konventionell als auch „hip“, sie erledigen ihre Aufgaben als Polizisten und haben gleichzeitig Spaß (vgl. Fiske 1987: 88). Genauso, wie zwischen den Idealtypen der Gesellschaft und der realen Person Widersprüche bestehen, werden diese im medialen Text thematisiert, was für gewisse Anknüpfungspunkte sorgt. Die Widersprüche zwischen zwei unterschiedlichen Rollenbildern können im Fernsehen aber aufgelöst und in einer Figur vereint werden:

As society consists of a structured system of different, unequal, and often conflicting groups, so its popular texts will exhibit a similar structured multiplicity of voices and meanings often in conflict with each other. It is the heteroglossia of television that allows its texts to engage in dialogic relationships with its viewers. [...] (Fiske 1987: 90)

Winter bezeichnet diese Polyphonie deshalb als ein weiteres Stilmittel für vielfältige Lesarten, die sich aus den Stimmen unterschiedlicher Subkulturen ergeben können (vgl. Winter 2010: 138).

Fiske definiert darüber hinaus zwei unterschiedliche Formen von *excess*. Zunächst kann *excess* als Übertreibung, als eine Hyperbel zum Einsatz kommen, die sich z. B. in einem bewusst theatralischen, kitschigen Stil, wie bei der US-Serie „Dynasty“, oder in Selbstparodie, wie in den Musikvideos von Madonna, äußert. Andererseits bezieht sich *excess* auch auf die generelle und übergreifende Charaktereigenschaft des Mediums Fernsehen, bei dem es immer wieder einen Sinnüberschuss gibt, der nicht in die Sinnebene des Films passt („there is always too much meaning on television“, Fiske 1987: 90). Diese von Fiske als *semiotic excess* bezeichnete Variante ist somit kein bestimmtes textuelles Stilmittel (vgl. Fiske 1987: 90f.).

Er erklärt, dass die hyperbolische Form von *excess* in dem Sinne für eine polyseme Struktur sorgt, indem sie die herrschende Ideologie und gleichzeitig die Kritik daran zum Ausdruck bringt. Der Rezipient kann den Text aus unterschiedlichen Perspektiven wahrnehmen. Er kann Gefallen an dem finden, was er sieht, hört oder liest und kann dieses Verhalten gleichzeitig selbstkritisch hinterfragen. „Excess allows for a subversive, or at least parodic, subtext to run counter to the main text and both ‚texts‘ can be read and enjoyed simultaneously by the viewer, and his/her disunited subjectivity.“ (Fiske 1987: 91)

Es gibt laut Fiske zwei gegensätzliche Arten, Texte aufzubauen. Erstere basiert auf dem Prinzip von Logik, Ursache und Effekt. Sie kann als die grundlegende Strategie für geschlossene Texte gesehen werden, da die Gesetze der Logik dem *common sense* entsprechen und somit allgemeingültig sind (vgl. Fiske 1987: 98). Die zweite Herangehensweise richtet sich eher nach den Gesetzen der Assoziation und ist somit offener. Die zuvor besprochenen Stilmittel funktionieren alle im Sinne des Assoziationsprinzips, sodass nicht festgelegt werden kann, welche Bedeutungen der Rezipient aus einem Text zieht. „Of course, no text is either purely associative or purely logical, all texts contain both principles and the tension between them is part of the textual struggle between openness and closure, between domination and resistance.“ (Fiske 1987: 99) Im Fernsehen werden beide Prinzipien wie in keinem anderen Medium vereint. Grundsätzlich ist es typisch für das Fernsehen, eine realistische und logische Darstellungsweise der Welt zu zeigen. Auf einer tieferen Ebene sind die Texte aber assoziativ organisiert, wie Fiske mit den Konzepten *flow* von John Ellis und *segmentation* von Raymond Williams belegt (vgl. Fiske 1987: 99). Mit den Bezeichnungen *flow* und *segmentation* ist in erster Linie die Aneinanderreihung von Fernsehfilmen und -sendungen sowie deren Unterbrechung durch Werbung, Nachrichten, Programmankündigungen, etc. gemeint. Die dadurch entstehende Unterteilung in einzelne Elemente öffnet den Text für zusätzliche Bedeutungen. Außerdem ist damit das Kontinuierliche als weiteres wesentliches Merkmal des Fernsehens gemeint, was in dem Sinne zur textuellen Offenheit beiträgt, als dass das Programm zeitlich nicht begrenzt ist (vgl. Fiske 1987: 99).

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Intertextualität des Fernsehens. Fiske differenziert zwischen horizontaler und vertikaler Intertextualität. Das Genre ist die wichtigste Form von horizontaler Intertextualität. Es fungiert als strukturschaffendes Konzept, wobei der Fokus auf die Gemeinsamkeiten von Programmen gerichtet wird. Durch die Konventionen, die Genres schaffen, wird das grundlegende Verständnis geschaffen, welches die Basis für das Verhältnis von Produzent, Text und Publikum darstellt (vgl. Fiske 1987: 110). Die Konventionen entsprechen den jeweils wichtigen sozialen und ideologischen Vorstellungen, die ein Genre für seine Zuschauer attraktiv macht. Fiske bezieht sich auch hier wieder auf Roland Barthes, der die Intertextualität als unausweichliches Konstrukt unserer Kultur beschreibt. Demnach bezieht sich jeder Text immer auf andere Texte und nicht auf die Realität. „In this view, a television program can only be understood by its relationship to other television programs, not by any relationship to the real.“ (Fiske 1987: 115)

Im Gegensatz zur horizontalen Intertextualität versteht Fiske unter vertikaler Intertextualität die Auseinandersetzung mit dem *secondary text*, also die Beziehungen eines Primärtextes zu anderen Texten, die sich spezifisch auf diesen beziehen. Sekundärtexte sind, wie an vorheriger Stelle bereits erwähnt, z. B. Kritiken, PR oder Werbung und haben die Funktion, bestimmte Bedeutungen des Primärtextes in Umlauf zu bringen (vgl. Fiske 1987: 117). Tertiärtexte machen die entscheidende Ebene dieses Umlaufes aus, denn sie geben direkten Einblick in die Wahrnehmung der Zuschauer: „Studying them gives us access to the meanings that are in circulation at any one time.“ (Fiske 1987: 117) Wie bereits beschrieben, wird Polysemie durch textuelle Eigenschaften herbeigeführt, die unterschiedliche Lesarten zulassen. Diese Vielfalt wird allerdings durch den Text selber begrenzt. Da Fernsehen vor allem ökonomisch motiviert ist, ist die bevorzugte Lesart meist in Einklang mit der „dominanten Ideologie“. Das Verhältnis einer veränderten Lesart des Publikums, wie sie sich in Tertiärtexten zeigen kann, spiegelt auch die Beziehung dieses Publikums zu dieser Ideologie wieder (vgl. Fiske 1987: 117). Fiske spricht von einer Mobilisierung der Polysemie eines Textes durch das Publikum: „Mobilizing its polysemy involves activating one set of meanings rather than any of the others, or responding to some contradictions rather than others. This selection is rarely a conscious or intentional process, but it is none the less an active one, so the phrase ‚activating a set of meanings‘ is apt.“ (Fiske 1987: 117) Fiske fasst letztendlich zusammen, dass ein essentielles Element des Fernsehens dessen Intertextualität mit all dem ist, was darüber gesprochen und geschrieben wird (vgl. Fiske 1987: 118):

Television’s pervasiveness in our culture is not due simply to the fact that so much of it is broadcast and that watching it is our most popular leisure activity, but because it pervades so much of the rest of our cultural life – newspapers, magazines, advertisements, conversations, radio, or style of dress, of make-up, of dance steps. All of these enter intertextual relations with television. It is important to talk about their relations with television, and not to describe them as spin-offs from it, for the influence is two-way. Their meanings are read back into television, just as productively as television determines theirs. (Fiske 1987: 118)

Fiske nennt als Beispiel eine Studie von Tony Bennett und Janet Woollacott, die sich mit der veränderten

Bedeutung von James Bond im Laufe der Zeit beschäftigt (vgl. Fiske 1987: 118f.)<sup>3</sup> und zeigt, dass der Text immer abhängig von dem ist, was der Zuschauer und dessen Kontext daraus machen. Auch der Schauspieler selbst (damals Sean Connery), trug zur Beeinflussung des James Bond Charakters bei, indem seine eigene Biographie in den fiktionalen Bond hineingelesen wurde:

[...] it is important to note here how much attention these secondary texts devote to the lives and opinions of the actors and actresses who play the characters in television drama, and how these real-life biographies are mobilized to make the fictional characters appear more real. (Fiske 1987: 119)

Fiske führt fort, dass es angesichts früherer Untersuchungen wohl ein verbreiteter Wunsch von Zuschauern ist, dass TV-Charaktere möglichst echt zu sein haben. Die Repräsentation von Personen ist nach Fiskes Ansicht eine Hauptfunktion des Fernsehens. Viele US-Serien sind durch ihre Hauptfigur gekennzeichnet und meistens auch nach dieser benannt, woraus Fiske schließt, dass Fernsehcharaktere einen hohen Stellenwert einnehmen (vgl. Fiske 1987: 149). Eine Ausnahme stellen verschiedene Soap Operas dar, die meist nach einem Ort, einer Familie oder einer sozialen Situation benannt sind. Die Darstellung der Charaktere unterscheidet sich bei Film und Fernsehen sehr, was laut Fiske an zwei Hauptmerkmalen des Fernsehens liegt: „its series or serial form, and its ‚nowness‘ or ‚liveness‘“ (Fiske 1987: 149). Im Gegensatz zum Film stehen beim Fernsehen auch weniger die Stars als vielmehr die Charaktere, die dargestellten Persönlichkeiten im Mittelpunkt. Stars heben sich von ihren Fans ab, während Persönlichkeiten eine gewisse Vertrautheit ausstrahlen und somit ihren Fans eine nähere und ebenbürtige Beziehung ermöglichen (vgl. Fiske 1987: 150). Hollywoodstars werden unter ihrem echten Namen verehrt, während Fernsehpersönlichkeiten oftmals mit ihren TV-Charakteren verschmelzen (vgl. Fiske 1987: 150). Fiske beschreibt hinsichtlich der Charakterbeschreibung zwei Herangehensweisen. Die realistische Theorie geht davon aus, dass ein Charakter eine reale Person repräsentiert. Der Text gibt dem Zuschauer Hinweise und Anhaltspunkte einer Persönlichkeit, die wir als Zuschauer dann mit unserem Wissen aus der „realen“ Welt ergänzen, ähnlich, wie man auch bei realen Personen lediglich Anhaltspunkte zu deren Persönlichkeit erhält, die man dann selber zu einem vollständigen Eindruck ergänzt, basierend auf früheren Erfahrungen. Für den Zuschauer wird die Figur zu einer realen Person, die man denkt zu kennen, aber nicht genau fassen kann, für die man ein Leben außerhalb des Textes vermutet und mit der man sich auch außerhalb des Fernsehkontextes auseinandersetzt. Derartig wahrgenommene Charaktere werden auch als „runde Charaktere“ bezeichnet (vgl. Fiske 1987: 152). Fiske betrachtet dies als Grund dafür, dass besondere Eigenschaften und Biografien der Schauspieler die Einzigartigkeit der Charaktere, die sie darstellen, verstärken können. Die strukturalistische Theorie bezieht sich im Gegensatz dazu mehr auf die Art und

---

<sup>3</sup> Fiske verweist auf die Studie von Tony Bennett und Janet Woollacott, die zeigt, wie Sekundärtexte die Bedeutung des Charakters James Bond zu unterschiedlichen Phasen beeinflusst haben. Die Figur James Bond ist nicht allein das Produkt der Romane oder Filme, sie ist ein intertextuelles Phänomen. So wurde der James Bond der 1950er und 60er Jahre noch als Held des Kalten Krieges wahrgenommen, während er in den 1970er Jahren als Maßstab einer neuen Sexualität herangezogen wurde. Das Bond Girl wurde zu dieser Zeit zum eigentlichen Ziel James Bonds. Sexualität wurde so für beide Geschlechter nicht mehr an das Ideal der Heirat gekoppelt (vgl. Fiske 1987: 118f.).

Weise der Repräsentation. Der Charakter wird hier als ein Stilmittel gesehen, das durch den Diskurs konstruiert wird. Nach der Auffassung des Strukturalismus kann ein Charakter nicht als Individuum gesehen werden, sondern stellt eine Verknüpfung von textuellen und intertextuellen Beziehungen dar. Ein Charakter wird in Relation zu anderen Elementen wahrgenommen. So werden Charaktere z. B. hinsichtlich ihrer Beziehungen oder ihrer Unterschiede zu anderen Figuren verstanden.

Die hier aufgezeigten Stilmittel – Ironie, Metapher, Komik, Widerspruch, Übertreibung, Intertextualität und runde Charaktere – tragen alle zur Polysemie und somit zur Popularität eines medialen Textes bei. Sie funktionieren nach dem Assoziationsprinzip und öffnen den Text dadurch der individuellen Bedeutungsgenerierung durch den Rezipienten.

## 2.4 Rezeptionsästhetik und Aneignungsforschung

Die genannten Stilmittel finden ihren Gegenpart im Publikum. Im Folgenden soll auf die Rolle des Zuschauers und dessen aktive Aneignung von Fernsehtexten eingegangen werden. John Fiske nennt ein weiteres Qualitätskriterium von erfolgreichen Fernsehprogrammen: „Television, to be popular, must not only contain meanings relevant to a wide variety of social groups, it must also be capable of being watched with different modes of attention [...]“ (Fiske 1987: 73). Als Erklärung geht Fiske auf die Ergebnisse von Studien ein, die zeigen, dass die meisten Zuschauer neben dem Fernsehen noch anderen Tätigkeiten nachgehen, miteinander sprechen oder die Geschehnisse im Fernsehen kommentieren, also sozusagen mit dem Fernseher sprechen. Er bezeichnet das Fernsehen deshalb als „intensely social activity“ (Fiske 1987: 74) und folgert daraus, dass die Sendungen selber zusammen mit diesen Handlungen Teil der allgemeinen Fernsehsituation sind. Fiske betont damit auch, dass das Fernsehen keine Kontrolle über die Zuschauer hat, anders als z. B. beim Kinofilm, der zumindest in der Theorie die volle Aufmerksamkeit des Publikums erzielt. Das Fernsehen muss sich diese Aufmerksamkeit erst erarbeiten: „In going out to cinema we tend to submit to its terms, to become subject to its discourse, but television comes to us, enters our cultural space, and becomes subject to our discourses.“ (Fiske 1987: 74) Dazu gehört auch der anschließende Austausch mit anderen über die gesehenen Fernsehsendungen. Fiske schreibt diesem *gossip*, der im Allgemeinen meist negativ konnotiert ist, eine wichtige Funktion in der *oral culture* einer Gesellschaft zu.

For television provides a common symbolic experience and a common discourse, a set of shared formal conventions that are so important to a folk culture. And an oral or folk culture provides the television viewer with a set of reading relations that are essentially participatory and active, and that recognize only minimal differentiation between performer and audience or producer and consumer. (Fiske 1987: 80)

In den Cultural Studies wird die Aneignung von Fernsehinhalten der bloßen Nutzung oder Rezeption von Medien gegenübergestellt. Man geht davon aus, „dass die Nutzung von Medien kein Prozess der ‚Übernahme‘ von oder ‚Assimilation‘ an bestimmte Medieninhalte ist – wie es traditionell mit dem Ausdruck Rezeption gefasst wird – , sondern ein Vorgang des ‚Sich-zu-Eigen-Machens‘ der Medieninhalte. [...]“

Vielmehr handelt es sich bei dieser Aneignung von Medieninhalten um einen Vermittlungsprozess zwischen den in spezifischen Diskursen lokalisierten Medieninhalten einerseits und den ebenfalls diskursiv vermittelten, alltagsweltlichen Lebenszusammenhängen der Nutzerinnen und Nutzer andererseits.“ (Hepp 2010: 165) Der Begriff Aneignung umfasst demnach nicht nur die eigentliche Rezeptionssituation, sondern jede Art von Handeln, das in Bezug auf eine Fernsehsendung stattfindet. Durch das Aneignen der Rezipienten erfahren Texte eine Veränderung (vgl. Kumpf 2013: 348). Winter betont, dass es zunächst wichtig ist, die sog. „Kultur-Bedeutsamkeit“ von Medien im Alltag zu untersuchen, um etwas über die Medienaneignung zu erfahren. Es ist also notwendig, die Medien aus der Perspektive der Nutzer zu untersuchen. Nur so kann man ein Verständnis dafür entwickeln, „welche sozialen Dimensionen die Aneignungspraktiken und die damit verbundenen Bedeutungszuweisungen haben.“ (Winter 2010: 100) Mikos spricht zwar von der Rezeptionsästhetik, meint damit aber auch jene Aspekte, die die Interaktion zwischen Rezipient und Text beeinflussen. Dazu gehören sowohl formale, gestalterische Merkmale, als auch inhaltliche, bedeutungsgenerierende Merkmale von medialen Texten. Gleichzeitig spielen die Rezeptionserwartungen und -aktivitäten der Zuschauer eine wichtige Rolle, also beispielsweise deren (Vor-)Wissen, Emotionen oder andere persönliche Erfahrungen (vgl. Mikos 2001: 33).

Eine Rezeptionsästhetik untersucht sowohl die situative Einbettung als auch die motivationalen, thematischen und interpretatorischen Relevanzen, die die Rezeption für die Rezipienten hat. Sie untersucht ebenso die psychischen Aktivitäten der Rezipienten, die diese in der Interaktion mit den medialen Texten anwenden, und zwar sowohl auf kognitiver wie auf emotionaler Ebene. Sie untersucht aber auch die Funktionen, die die Rezeption der Texte für die Rezipienten haben, sowie deren Aneignung im lebensweltlichen und kulturellen Kontext. (Mikos 2001: 34)

Dazu gehört auch die Beschäftigung mit den Spuren, die das Fernsehen im Alltag der Rezipienten hinterlässt sowie die Untersuchung von Fangruppen, deren Konstitutionsbedingungen und kommunikativen Regeln. Aber auch die Texte selber, ihre Strukturen, die medialen Bedingungen sowie ihre intertextuellen Bezüge sind Gegenstand der Rezeptionsästhetik. „Letztendlich untersucht eine Rezeptionsästhetik des Fernsehens, wie sich auf der Grundlage der Text-Zuschauer-Interaktion Texte und Zuschauer als ‚interdiskursive Knotenpunkte‘ [...] in der Zirkulation von Bedeutungen und damit im gesellschaftlichen und kulturellen Kontext verankern.“ (Mikos 2001: 34)

Hinsichtlich der Rezeptionsmotivation soll an dieser Stelle noch auf eine Studie von Diane Furno-Lamude und James Anderson verwiesen werden, die sich mit der Frage beschäftigt, weshalb Zuschauer Wiederholungen von ihnen bereits bekannten Sendungen im Fernsehen ansehen. Diese Fragestellung ist für die vorliegende Arbeit sehr relevant, da auch „Monaco Franze“ seit 1983 mehrmals im deutschen Fernsehen wiederholt wurde. Furno-Lamude und Anderson gehen bei ihrer Untersuchung davon aus, dass sich die Motivation des erstmaligen von der des wiederholten Rezipierens einer Sendung unterscheidet: „Programs form ‚eras gone by‘ have the potential of producing a different motive configuration than first run programs.“ (Furno-Lamude/Anderson 1992: 363) Zunächst wurden mögliche Motive für das Ansehen

von *reruns*<sup>4</sup> formuliert. Folgende Absichten werden dabei vermutet:

[T]o: (1) gain knowledge about an era that may be unfamiliar to the viewer, (2) return to a past era for reinforcement of values, issues, characters and/or conversations that marked a particular era and (3) transcend the content of a program to the life-span period the rerun represents for the viewer. (Furno-Lamude/Anderson 1992: 363)

Bei einer fragebogengestützten Umfrage wurden unter anderem die Faktoren „recall, nostalgia, quality, parasocial attraction and familiarity“ (Furno-Lamude/Anderson 1992: 364), die als Motivation für das Ansehen von Wiederholungen angenommen wurden, überprüft. Die dabei leitende Hypothese war die Annahme, dass diese Motivationsfaktoren beim erstmaligen Ansehen einer Serie hinsichtlich der *uses* und *gratifications* anders gewichtet werden würden, als beim wiederholten Mal. Das Ergebnis der Studie zeigt, dass sich die Motivation für das Ansehen von Wiederholungen insofern begründen lässt, als dass der Zuschauer sich in vergangene Zeiten zurückversetzen kann, die er positiv in Erinnerung hat. Auch qualitative Gründe können eine Motivation dafür sein, weshalb Zuschauer eine ältere Serie anderen Sendungen gegenüber bevorzugen. Auch die Identifikation und besondere Auseinandersetzung mit einem Charakter, die hier als *parasocial attraction* bezeichnet wird, kann ein Grund sein. Auch andere Elemente einer Serie können das Gefühl von Vertrautheit bewirken und somit *gratification* hervorrufen, wie folgendes Ergebnis zeigt:

Consequently, the viewing experience may extend beyond the program itself to the era it represents or aspects of one's own life experiences seems to explain one of the reasons for viewing a rerun. This finding corresponds to Marc's observation that cultural concerns override the concern for plot and character development in rerun viewing with his theory that the greater imaginative adventures through time, space and culture takes precedence over the intention of the scripts. (Furno-Lamude/Anderson 1992: 371)

In ihrer Zusammenfassung schreiben Furno-Lamude und Anderson: „For many viewers, nostalgia or pure enjoyment is associated with viewing reruns more than with viewing first run programs. But those with time to kill are more likely to watch first run programs; rerun viewing seems to require more motivation.“ (Furno-Lamude/Anderson 1992: 362)

Im Rahmen der Aneignungsforschung der Cultural Studies wurde gezeigt, dass die Rezeption von Fernsehsendungen ein aktiver Prozess ist, der auch als Interaktion zwischen Text und Rezipient aufgefasst werden kann. Die Zuschauer nehmen Fernsehinhalte nicht passiv auf, sondern eignen sich diese an, indem sie diese individuell aufgreifen, darüber kommunizieren und somit die Bedeutung des Textes für sich generieren. Neben den textimmanenten Faktoren, die die Interaktion beeinflussen, wird aber auch den Erwartungen und der Rezeptionsmotivation der Zuschauer großer Wert beigemessen. Nur durch die Beschäftigung mit der Zuschauerperspektive kann die Bedeutung von Fernsehinhalten hinreichend untersucht werden. Aus diesem Fokus auf das Publikum entspringt auch das Interesse der Cultural Studies

---

<sup>4</sup> Mit *rerun* sind Serien aller Jahrgänge gemeint, deren Produktion abgeschlossen ist und von denen es keine Fortsetzung mehr geben wird.

an Fans und Fankultur, worauf im nächsten Kapitel eingegangen werden soll.

## 2.5 Die Bedeutung und Veränderung von Fankultur

Mit der wiederholten Rezeption von Fernsehserien geht auch die Entstehung einer Fankultur einher, die ein weiteres Untersuchungsfeld der Cultural Studies darstellt. Die aktive Fankultur, wie sie in diesem Rahmen behandelt wird, findet auf verschiedenen Ebenen statt. Sie zeichnet sich durch die Interaktion der Fans untereinander sowie durch deren kritische und interpretative Praktiken und Lesarten hinsichtlich des betreffenden Textes aus. *Fandom* geht aber auch über die reine Rezeption hinaus, indem Fans selber produktiv werden und sich eine Gegenwelt zum Arbeitsalltag erschaffen (vgl. Klien 2001: 13). Heute werden Serien oft durch vielfältiges Ergänzungsmaterial für Fans erlebbarer. Herbert Schwaab spricht hierbei vom transmedialen Erzählen. Die Entwicklung der digitalen Medien und vor allem das Internet haben die Entstehung dieses Phänomens erst möglich gemacht. Bei Serien, die in erster Linie für das Fernsehen entstehen, werden dabei von den Produzenten bewusst ergänzende Materialien zu den Serieninhalten über andere Medien und außerhalb der eigentlichen Fernsehserie verbreitet. So wurden z. B. für die erfolgreiche Serie „Lost“ reale Webseiten entwickelt, die die Homepages von fiktiven, in der Serie thematisierten Unternehmen darstellen. Dies ist in erster Linie Teil einer umfangreichen Vermarktungsstrategie, führt aber auch dazu, dass bisher verborgene Teile der fiktiven Handlung sowie weitere Hintergründe zur Serie von den Zuschauern aktiv entdeckt werden können und die Handlung somit ergänzt wird. Die Serie wird dadurch erlebbarer, da die Zuschauer Teile der fiktiven Serienwelt selber in ihrem realen Alltag entdecken können. Bei älteren Serien wie beispielsweise „Star Trek“ haben Serienfans diesen Part selber durch sogenannte Fanfiction beigesteuert, die vor der Verbreitung des Internets in „analogen“ Foren oder über Printmedien geteilt werden konnte (vgl. Schwaab 2013: 89f.). Schwaab weist hierbei auf den Unterschied hin, dass sich „Star Trek“-Fans den Serientext aktiv zu eigen machten, indem sie diesen frei nach ihren Vorstellungen ergänzten (z. B. um Hintergrundgeschichten zu den einzelnen Figuren), was von dem Medienwissenschaftler Henry Jenkins auch als textuelles Wildern bezeichnet wird (vgl. Schwaab 2013: 89f.). Zwar gibt es durch die neuen Medien heutzutage für Serienfans viel mehr Möglichkeiten der Interaktion, jedoch besteht auch für Produzenten ein höheres Potenzial, diese Aktivität bewusst hervorzurufen. Während die Aktivität ursprünglich allein von einer Serie bzw. der von ihr ausgehenden Faszination bewirkt wurde, begünstigt die neue Medienkultur, die auch als Konvergenzkultur bezeichnet wird, dass Fanaktivitäten auch über andere Medien angeregt werden (vgl. Schwaab 2013: 89). Schwaab hält fest:

Viele Aktivitäten einer neuen Fankultur mögen an das Konzept des textuellen Wilderns anschließen, beispielweise bei der Produktion von Mash-Up Videos, die parodistisch einen neuen Blick auf eine Serie ermöglichen. Aber viele weitere Aktivitäten, die auf andere Medien transferiert werden, werden *von oben* gesteuert, folgen den Plänen und Vorgaben der Produzierenden und fallen somit nur bedingt unter die Rubrik einer gegen die Macht des Textes gerichteten Aktivität oder eines textuellen Wilderns. (Schwaab 2013: 90)

In seinem Fazit betont Schwaab, dass transmediale Elemente nicht unbedingt die Aufgabe haben, weitere Medieninhalte zu vermitteln, sondern vor allem der Kommunikation und Interaktion dienen und somit gemeinschaftskonstituierend sind.

So lassen sich sekundäre Eigenschaften von Transmediatisierungsprozessen als nicht auf Inhalte bezogen denken, sondern als Möglichkeiten, Ordnung, Sicherheit und Gemeinschaft hervorzubringen, als Aktivitäten, die um ihrer selbst willen ausgeführt werden und vielleicht auch einen Blick auf die emsige, allgegenwärtige, variable Mediennutzung einer mediatisierten Kultur werfen lässt. (Schwaab 2013: 101)

Für Rainer Winter ist die Fankultur zudem aus einer gesellschaftlichen Perspektive interessant, da der einzelne Zuschauer innerhalb einer Fan- oder Kultgemeinschaft seine persönlichen Grenzen überschreitet, was im Rahmen der heutigen, stark fragmentierten Gesellschaft einen wissenschaftlich bedeutenden Aspekt darstellt (vgl. Striegl 2013). Auf die Bedeutung der Fankultur für die Entstehung eines Kultes soll bei der Betrachtung der Serie „Monaco Franze“ an späterer Stelle noch einmal genauer eingegangen werden. Die Cultural Studies als theoretische Grundlage dieser Arbeit erlauben es, den Blick auf das Zusammenspiel von Text und Rezipienten sowie darüber hinaus auf die aktive und kreative Aneignung der Inhalte durch das Publikum zu richten. Dieses Zusammenspiel ist zentral für das Entstehen von Kult und die Zuschreibung „Kultserie“, die im nächsten Kapitel behandelt werden soll.

### 3. Der Kultbegriff

„Kulte als Manifestationen des Populären entstehen, wenn soziale Formationen sich um einen medialen Text (Film, Fernsehserie, Star etc.) gruppieren, sich auf diesen spezialisieren, ihn in ritualisierten Praktiken wiederholt aneignen und zu einem wichtigen Bestandteil ihres Lebens machen.“ (Winter 2013: S. 69)

Inmitten einer bis zur Sinnlosigkeit aufgeklärten Welt verspricht das Kultische zugleich Ordnung und Faszination. Die Wiederkehr von Kulturen und Ritualen kann man nur verstehen, wenn man ihre Funktion als „Heilmittel“ gegen das Chaos, die Regellosigkeit und Unübersichtlichkeit unserer Welt begreift. (Bolz/Bosshart 1995: 11)

Kulte sind also spezifische Formen der Interaktion von Publikum und Text. Um genauer verstehen zu können, was „Monaco Franze“ zur Kultserie macht, soll zunächst die Bedeutung des Begriffs Kult näher beleuchtet werden, bevor im Folgenden die genaueren Zusammenhänge zwischen Kult und Medien im Allgemeinen, Kult und Kino bzw. Fernsehen sowie abschließend Kult und dem Format der Serie im Speziellen erörtert werden.

#### 3.1 Ursprüngliche Bedeutung

Der Kultbegriff ist sowohl in seiner populären Verwendung als auch in seiner wissenschaftlichen Anwendbarkeit umstritten. „An der Frage, was wann wieso und für wen zum Kult wird, scheiden sich immer noch die Geister. Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass Kulte einen Teil der *conditio humana* darstellen.“ (Taylor 2012) Taylor nähert sich dem Kultbegriff deshalb von seinem historischen Ursprung her. Sie geht

dabei auf anthropologische Aspekte sowie auf kulturelle und religiöse Traditionen ein, beschäftigt sich mit den charakteristischen Merkmalen eines Kultes und fordert die kritische Auseinandersetzung mit dem Kultbegriff, die angesichts der aktuellen Verwendung aus ihrer Sicht notwendig ist. Etymologisch gesehen konstatiert Taylor eine enge Verwandtschaft der Begriffe Kultur und Kult. Beide leiten sich vom lateinischen Wort *cultus* (Anbau, Bearbeitung, Pflege) ab, welches nicht nur im Kontext mit dem Ackerbau, sondern auch im Zusammenhang mit der religiösen Praxis der Götterverehrung stehen kann. So bezieht sich die ursprüngliche Bedeutung zunächst auf heidnische Bräuche der griechischen und römischen Kulturen, während der Begriff später als *cultus dei* (Verehrung Gottes) auch in den christlichen Glauben übernommen wird. Der moderne Kultbegriff hingegen hat laut Taylor nur noch wenig mit der christlichen Verwendung gemeinsam:

Spätestens seit dem 19. Jahrhundert sind Kulte nicht mehr vorrangig religiöser Natur, sondern finden sich vermehrt in Kunst, Kultur und Politik. [...] Mit der Entstehung der Popkultur Ende der 50er und Anfang der 60er Jahre sowie dem Anbruch der Postmoderne entwickelt sich der Kult zu einem essentiellen Element des Populären. (Taylor 2012)

Die säkularen Kulte unserer Zeit werden immer wieder mit neuen Bedeutungen aufgeladen und in vielfacher Weise verehrt, unabhängig davon, ob es sich dabei um Figuren oder Gegenstände handelt. „Kult wird zum Chiffre für Formen hoher ‚emotionaler Vergemeinschaftung‘ im nichtreligiösen Bereich.“ (Taylor 2012) Für die Annäherung an eine Begriffsdefinition zählt Taylor drei wesentliche Merkmale auf, die für die meisten Kulte gelten. Erstens handelt es sich dabei stets um ein Objekt, einen Ort oder eine Person. Zweitens gehören dazu ritualisierte Handlungen und „drittens eine Anhängerschaft, die diese regelmäßig ausführt.“ (Taylor 2012) Außerdem wird der Begriff für Phänomene verwendet, die nicht an Trends gebunden sind und somit über einen längeren Zeitraum (Taylor nennt als Richtwert mindestens ein Jahrzehnt, vgl. Taylor 2012) eine Gruppe von Verehrern ansprechen, die sich zu bestimmten Kulthandlungen zusammenfinden. Um von Kultstatus zu sprechen, muss die bloße Popularität überschritten sein. Das Adjektiv „kultig“ ist laut Taylor Ende der 1980er-Jahre aufgekommen, ist aber eher der Jugendsprache zuzuordnen. Die meisten Kulte werden zeremonienartig gefeiert, wobei z. B. das Mitsingen oder Mitsprechen von Dialogen zu einem festen Ablauf gehören können (vgl. Taylor 2012). Auch Kleidung, Sprache und Verhaltensweise können dazugehören. Taylor beschreibt, dass die Inszenierung der meisten Kulte an Elemente eines Gottesdienstes oder an die Dramaturgie eines Theaterstücks erinnern.

Die regelmäßige kollektive Rezeption und die rituelle Kommunikation der Anhänger untereinander sind wichtige Erhaltungsmaßnahmen und Pflegehandlungen und ein Garant für den Fortbestand eines Kultes. Die kultischen Handlungen können sowohl im privaten als auch öffentlichen Bereich vollzogen werden, ausschlaggebend ist der festliche Rahmen. (Taylor 2012)

Grundsätzlich kann man zwischen drei Kulttypen unterscheiden: religiöse bzw. spirituelle Kulte, profane Kulte sowie Objektkulte. Zu den religiös motivierten Kulturen zählen Gebete und religiöse Gesänge ebenso wie Feste und spirituelle Feierlichkeiten. Profane Personenkulte beinhalten die Verehrung und „ideelle Überhöhung“ von realen Persönlichkeiten. Taylor ordnet diese vor allem in politische Kontexte ein und

merkt an, dass totalitäre Regierungsformen diese oft unter Zwang bewirken, wie es z. B. bei Diktatoren der Fall ist. Aufmärsche, Gedenk- und Jubiläumsfeiern zu Ehren einer Person sowie Porträts und Denkmäler in der Öffentlichkeit sind typische Charakteristika dieser Kultform. In seiner modernen Ausprägung zeigt sich diese Form in erster Linie als Starkult, welcher sich vor allem mit der populären Massenkultur Anfang des 20. Jahrhunderts entwickelte. „Der Begriff des Starkults bezieht sich auf die besondere Aufmerksamkeit und Bewunderung, die berühmten Persönlichkeiten aus Film, Medien, Musikszene und Sport entgegengebracht wird und kann durchaus als moderne Version der Ikonisierung gedeutet werden.“ (Taylor 2012) Als Objektkult bezeichnet Taylor die Verehrung von Gebrauchsgegenständen und Produkten des Alltags, wie beispielsweise Kultbücher, Kultbands oder Kultfilme. Die Bezeichnung eines Objekts als Kult lässt etwas Banales zu einem kostbaren Gegenstand werden und führt zu einer Ästhetisierung des Alltäglichen. Kultobjekte heben sich somit vom Massengeschmack ab und begeistern ein Nischenpublikum, welches sich selber als einen „Personenkreis von Eingeweihten“ begreift (vgl. Taylor 2012). Taylor schreibt den Kulturen vier grundlegende Funktionen zu. Die Faszination, die von Kulturen ausgeht, lässt sich meist nicht rational beschreiben. Feststeht allerdings, dass sie bestimmte Gefühle bei ihren Anhängern auslösen und dadurch eine emotionale Funktion haben. Die Zuschreibung des Kultstatus passiert auch aus einer Willkürlichkeit der sog. *Kultisten* heraus und kann somit nicht vollständig rational begründet werden. Laut Taylor stillen Kulte oftmals das Bedürfnis nach Freude, Rausch und Zerstreuung, wodurch ihnen auch eine therapeutische Wirkung zugeschrieben wird. Durch die gemeinschaftliche Pflege eines Kultes erfüllt dieser auch eine soziale Funktion. Neben identitätsstiftenden Prozessen können Kulte aber auch Abgrenzungsmechanismen bewirken. „Deshalb waren und sind Kulte ein essentieller Bestandteil zur Konstruktion von regionalen und nationalen Identitäten.“ (Taylor 2012) Außerdem können Kulte aber entsprechend ihrer ursprünglichen Bedeutung eine religionssubstituierende Funktion einnehmen. Taylor nennt als Beispiel den *Jediismus*, der als religiöse Bewegung auf der fiktiven Gemeinschaft der Jedi-Ritter aus „Star Wars“ beruht und in Australien sogar als Religion anerkannt wird. Die religionssubstituierende Funktion zeigt sich auch in der Anwendung von religiösem Vokabular. So werden Neueinsteiger oft als Novizen, Personen, z. B. Musiker, als Gott bezeichnet. Für Taylor gibt es klare Gründe, weshalb Kulte zu einer Ersatzreligion für viele werden konnten:

Kulte geben Halt und vermitteln ein Gefühl der Beständigkeit und Kontinuität. In einer Zeit, die geprägt ist von andauernden politischen Konflikten, wiederkehrenden wirtschaftlichen Krisenzeiten und einer Fülle von gesellschaftlichen Umbrüchen, haben die Religion bzw. der christliche Glaube und die Kirche ihre stabilisierende Funktion verloren, aber die Sehnsucht und das Verlangen nach Spiritualität zugenommen. Die Komplexität und die Pluralität von Lebensentwürfen hat eine Diffusion und Orientierungslosigkeit zur Folge, die die Entwicklung und Festlegung der eigenen Identität nachhaltig erschweren. (Taylor 2012)

Moderne Kulte lassen sich somit auch als eine Form der Realitätsflucht verstehen, da sie Elemente der Idealisierung und Verklärung beinhalten. Auch der nichtreligiöse Mensch hat ein Bedürfnis nach Spiritualität, welches durch Kulte befriedigt werden kann (vgl. Taylor 2012). Mit der subversiven Funktion

meint Taylor die Abgrenzung von einer Leitkultur, die durch Kulte zum Ausdruck gebracht wird. Kulte entfalten ihren besonderen Reiz, indem sie etwas Extraordinäres repräsentieren und ihre Anhänger somit zu einer Minderheit machen. „Dem Kult wird durch seine Nähe zu Subkulturen gerne ein subversives Potential zugesprochen. Der Grund hierfür liegt sicherlich darin, dass Kulte tradierte Normen und Werte in Frage stellen und häufig Tabubrüche inszenieren, propagieren und wagen.“ (Taylor 2012) In diesem Zusammenhang muss zwischen dem destruktiven Kult, der isolierend wirkt und z. B. in Form von Sekten erscheint, und dem konstruktiven Kult, der beispielsweise eine identitätsstiftende Wirkung für eine Region haben kann, unterschieden werden.

Taylor verweist hinsichtlich der Kultentstehung auch auf die Strategien der Kulturindustrie. Obwohl es keine Garantie für das tatsächliche Entstehen eines geplanten Kultes gibt, zeichnet sich in den Medien und der Wirtschaft eine deutliche Tendenz zur Kommerzialisierung von Kulturen ab. Dabei wird versucht, Produkten von vornherein Kultstatus zuzusprechen, sie somit erfolgreich zu machen und weitere Vermarktungsmöglichkeiten, z. B. durch zusätzliche Merchandising-Artikel auszuschöpfen. Letztendlich hängt es aber immer vom Publikum ab, ob so ein Versuch gelingt. Taylor merkt an, dass sich gewisse Vermarktungs- und Werbeaspekte in Bezug auf Kultobjekte bereits seit dem 18. Jahrhundert erkennen lassen. Als frühes Beispiel nennt Taylor Goethes Roman „Die Leiden des jungen Werther“, zu dem „Fanartikel“, sogenanntes Wertherporzellan aus der Manufaktur Meißen, unter anderem in Form von Porzellantassen, gestaltet wurden. Auch heute noch können Fans ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Anhängerschaft durch den Kauf von Fanartikeln zum Ausdruck bringen. Taylor weist auch hier auf die Gemeinsamkeit mit religiösen Kulturen hin, die oft durch Devotionalien oder Reliquien nach außen hin verkörpert werden. Mit dem Kult-Etikett wird heute das sogenannte Nischenmarketing spezialisiert, wodurch potenzielle Kunden in ihrem Distinktionsbedürfnis angesprochen werden und das Gefühl von Exklusivität vermittelt bekommen: „In Zeiten, in denen die Vokabel Mainstream geradezu einem Schimpfwort gleichkommt, ist eine klare Abgrenzung zum verpönten Massengeschmack notwendig.“ (Taylor 2012) Aus wirtschaftlicher Perspektive stellt z. B. die Kultmarke ein besonders erfolgversprechendes Phänomen dar. Marken wie Apple und Coca Cola zeichnen sich durch ein klares Alleinstellungsmerkmal und einen hohen Wiedererkennungswert aus, was dazu führt, dass Konsumenten sie mit einem eindeutigen Image und Lifestyle verknüpfen. Die Kultmarke unterscheidet sich in ihren Ideen wesentlich von ihrer Konkurrenz. „Häufig handelt es sich um Marken, die schon eine gewisse Tradition verkörpern, auf starken Kernwerten der Vergangenheit beruhen und auf den Wunsch zur Rückbesinnung bauen [...]“ (Losch/Schmidt 2012: 34)

Was den Kultbegriff des 21. Jahrhunderts betrifft, so sieht Taylor die Grenzen zwischen Kult, Kitsch, Trash und Trend verschwimmen. Trend und Kult werden mittlerweile mehr oder weniger synonym verwendet. So wie Trends gelten auch Kulte zunächst als Insidertipps und werden heute oft über das Internet verbreitet. Genauso schnell wie Trends können auch Kulte wieder verschwinden, was der heutigen Schnelllebigkeit

geschuldet ist. Kulte haben oft ein ironisches Moment:

Eine Ironisierung bzw. eine Inversion des Kultbegriffes und die kultische Verehrung von Gegenständen oder Personen, die sich eher durch einen Mangel an gutem Geschmack auszeichnen, sind allem Anschein nach Symptome der postmodernen Gesellschaft. [...] Der Kult scheint zu einem beliebigen und individuellen Geschmacksurteil verkommen zu sein. (Taylor 2012)

Objekte, die zunächst als Kitsch oder Trash vernachlässigt wurden, können so zum Kult werden. Taylor gelangt deshalb zu dem Fazit, dass sich hinter den Begriffen Kult, Kitsch und Trash lediglich subjektive Werturteile verbergen. „Was Kult ist und was nicht, bleibt somit letztendlich reine Definitions- und Geschmackssache.“ (Taylor 2012)

Zusammenfassend lässt sich für den heutigen Kultbegriff festhalten, dass dieser für Exklusivität und Distinktion stehen kann und somit häufig mit Trends verbunden ist. Die Verehrung eines Kultobjekts kann als Identifikation mit bestimmten Werten oder einem besonderen Lifestyle jenseits des Mainstream verstanden werden. Gleichzeitig liegt es im Auge des Betrachters, was als Kult bezeichnet werden kann.

### **3.2 Kult im Zusammenhang mit Medien**

Für diese Arbeit ist der Objektkult, der sich um Fernsehformate bilden kann, von besonderer Bedeutung. Daher soll auf den folgenden Seiten eine Übersicht über die bestehende Theorie gegeben werden, die Kult und Medien im Allgemeinen bzw. Film und Fernsehen im Speziellen miteinander in Verbindung bringt. Gerd Hallenberger spricht dem Kultbegriff immer noch eine geheimnisvolle Konnotation zu, was an seinen religiösen Hintergrund erinnert (vgl. Hallenberger 2015: 68). Aus religiöser Sicht gehören zu einem Kult jedenfalls „ein Objekt der Verehrung, eine verehrende Personengruppe und Handlungen, durch die diese Verehrung zum Ausdruck gebracht wird.“ (Hallenberger 2015: 68) Kultstatus können laut ihm grundsätzlich alle Arten von Medien erlangen:

Der Kultstatus war außerdem von kommerziellem Erfolg relativ unabhängig – zum Kult konnten sowohl Medienangebote mit massenhafter Verbreitung als auch solche mit eher kleinem Publikum werden. Allerdings nur relativ unabhängig: Der zweite Fall ist der weitaus häufigere, im ersten Fall ist für den Kultstatus zusätzlich Voraussetzung, dass Fangruppen mit dem betreffenden Angebot auf andere Weise umgehen als das Massenpublikum. (Hallenberger 2015: 68)

Wie in dieser Definition bereits zum Ausdruck gebracht wird, ist Kult vor allem ein soziales Konstrukt. Hallenberger geht darauf ein, dass sich die Semantik des Kultbegriffs verändert hat. Kultstatus im originalen Sinn erlangten jene Medien, die nur von wenigen, aber über längere Zeiträume hinweg genutzt wurden und außerdem durch inhaltliche Komplexität mit Geheimwissen verbunden waren. Der Kultstatus konnte nicht von außen auf das Produkt übertragen werden. „Heute wird dagegen oft versucht, einem Medienangebot von Produzentenseite bereits beim Markteintritt Kultstatus zuzuschreiben.“ (Hallenberger 2015: 69) Die Bezeichnung Kult wird heutzutage als Vermarktungs- und Marketingstrategie verwendet, um das Angebot in besonderer Weise zu inszenieren. Zudem weist Hallenberger darauf hin, dass Kult heute auch eine besondere Form der Identifikation verspricht: „Wer auf ein Angebot mit Kultstatus steht, hebt sich von der

Masse ab, beweist besonderen Geschmack und Kennerschaft.“ (Hallenberger 2015: 69)

Philippe Le Guern versucht, sich dem Kultbegriff mit einem konstruktivistischen Verständnis anzunähern. Er zeigt am Beispiel von Kultobjekten außerhalb der Medienwelt, wie beispielsweise dem VW-Käfer, dass diese oft aufgrund ihres historischen und kulturellen Hintergrundes nostalgische Gefühle bewirken. Sie können für eine kulturelle Identität stehen und sind somit meist für bestimmte Gruppen relevant, unabhängig davon, welchen Wert der Gegenstand hat (vgl. Le Guern 2004: 3f.). Bei Medienkulten sind es aber vor allem die textuellen Eigenschaften, die zum Kultstatus führen. Le Guern stellt folgende Attribute des Kultbegriffs fest:

Generally speaking it is possible to say that 1. The cult expresses the attribution of a value; 2. It functions as a unifier that produces groups and communities of spectators; 3. These groups are most often limited to audiences of a „happy few“ but can also unite members of the same generation (the cult then takes on a countercultural value); 4. The group maintains enthusiasm for the cult text; 5. The concrete manifestation of this relationship is expressed in the practice of rituals. (Le Guern 2004: 9f.)

Während Medienkulte ursprünglich nur zufällig entstanden, werden Produkte heute als Kult geplant und gelten dank Marketingstrategien bereits als solcher, noch bevor ein Publikum darüber entscheiden konnte. Le Guern bezeichnet dies als eine Verschiebung vom authentischen zum inauthentischen Kult (Le Guern 2004: 15).

Der Begriff Kult wird sowohl im allgemeinen Sprachgebrauch, in den Medien als auch in der Wissenschaft meist sehr unscharf verwendet. Im Kontext des Fernsehens bezieht sich die Zuschreibung meist auf ein TV-Programm, das als außergewöhnlich gilt, von der Norm abweichend ist, das ein Nischenpublikum anspricht, eine nostalgische Ausstrahlung hat, symbolisch für eine bestimmte Subkultur steht oder einfach nur als „hip“ betrachtet wird (vgl. Gwenllian-Jones/Pearson 2004: ix). Eine Definition von Kultfernsehen sollte nach Sara Gwenllian-Jones und Roberta E. Pearson auf dem Kommunikationsprozess als Gesamtes beruhen und somit Texte, Produktion, Ausstrahlung und Publikum miteinbeziehen (vgl. Gwenllian-Jones/Pearson 2004: x). Theoretiker wie Umberto Eco (vgl. Eco 1987: 198ff.) haben das Phänomen Kultobjekt zwar bereits untersucht, jedoch findet hier laut Gwenllian-Jones und Pearson meist nur eine Betrachtung hinsichtlich textueller Merkmale und Rezipientenseite statt. Was meist fehlt, ist die Berücksichtigung weiterer Rahmenbedingungen, des Kontextes, wie z. B. der medialen Aufmerksamkeit, welche ebenfalls zur Kreation bzw. zur Benennung eines Objektes als Kult beitragen können. Gwenllian-Jones und Pearson stellen nicht den Anspruch, eine Definition für das Phänomen Kult liefern zu können, möchten aber eine Annäherung aus unterschiedlichen Perspektiven an die Begrifflichkeit des Kultfernsehens leisten.

Als erste Eingrenzung ist zu nennen, dass sich das Kultfernsehen vom Kultfilm vor allem durch die Serialität unterscheidet, da das Format der Serie die Voraussetzung für detailliertes Erzählen und intensives Rezipieren ist (vgl. Gwenllian-Jones/Pearson 2004: xi). Auf der anderen Seite unterscheidet sich Kultfernsehen vom Nicht-Kultfernsehen durch eine besondere Erzählweise, schon allein deshalb, weil viele Kultserien einem fantastischen Genre zugeordnet werden können (z. B. Science-Fiction oder Horror).

Abweichungen im Handlungsbogen durch eine nonlineare Erzählweise oder variierende Settings können hier vermehrt zum Einsatz kommen und laden darüber hinaus zum Interpretieren und Fortspinnen ein. In den USA führte auch die Erweiterung der TV-Landschaft um immer mehr Sender dazu, dass sich Kanäle langfristig ihr eigenes Nischenpublikum suchen mussten, allein um ihre Senderidentität zu schärfen und sich von der Masse abzuheben. Der Erfolg kleinerer Sender war nur dann möglich, wenn sich diese auf ein bestimmtes Programm spezialisierten. Hinter dem, was man als Kultfernsehen versteht, steckt also auch eine kommerzielle Absicht, weil man sich gezielt auf ein besonderes und vor allem begeisterungsfähiges Publikum konzentrierte (vgl. Gwenllian-Jones/Pearson 2004: xiii). Laut Gwenllian-Jones und Pearson war es die Serie „Star Trek“, die den Maßstab für künftige Kultprogramme setzte. Während diese sich noch „unwissentlich“ zum Kult entwickelte, wurden spätere Serien wie „Twin Peaks“ oder „The X-Files“ mit der gezielten Absicht auf Kultstatus hin produziert. Das Ziel ist hier nicht nur, ein großes, sondern ein gieriges Publikum („avid audiences“, vgl. Gwenllian-Jones/Pearson 2004: xv) zu erreichen, welches die Serie nicht nur regelmäßig verfolgen wird, sondern auch für Fanartikel zu begeistern ist. Kultfernsehen in diesem Sinne bezeichnet also eher ein Metagenre, unter dem Serien zusammengefasst werden, die mit der Absicht auf Kultstatus hin produziert werden und sich deshalb um intensive Zuschaueraktivität bemühen. Kultfernsehen unterscheidet sich somit auch aufgrund der Fantätigkeiten von „normalen“ TV-Sendungen.

The [cult television] programs formulate complex internal logics, combine realistic and archetypal characters, and construct fantastical worlds where philosophical and ethical issues can be explored and grand gestures enacted free from the obscuring trivia and mundane concerns of everyday reality. (Gwenllian-Jones/Pearson 2004: xvi)

Wie für viele andere steht auch für Lothar Mikos fest, dass keine Fernsehsendung von sich aus Kult ist. Vielmehr handelt es sich dabei um eine diskursive Zuschreibung. Jemand muss eine Sendung aus gewissen Gründen für kultig befinden. Auch Mikos weist darauf hin, dass es bei dieser Zuschreibung darauf ankommt, vom wem sie kommt und welche Interessen damit verbunden sind.

Wird eine Sendung als Kult angekündigt, suggerieren Produzenten und Sender damit eine Beliebtheit, die sich auf das gesamte Publikum oder einzelne Zielgruppen beziehen kann. Zugleich schmeicheln sie sich damit selbst, denn offenbar scheint es ihnen gelungen zu sein, ein Produkt zu entwickeln, das Bedürfnisse des anvisierten Publikums befriedigt. Doch hat diese Marketingpraxis mit der Entstehung von Kultphänomenen nichts zu tun. (Mikos 2004: 38)

Klassische Kultfilme sind im Gegensatz zum heutigen Kultfernsehen nicht mit „Absicht“ zum Kult geworden. Ursprünglich entstanden in den 1950er- und 1960er-Jahren, spiegeln sie meistens Spannungen und soziale Konflikte in der Gesellschaft wider. Rainer Winter beschreibt: „Kultfilme zeichnen sich wie Kultserien durch Polysemie, Offenheit und Widersprüche aus. Dies führt zu Gesprächen und Diskussionen unter den Kultisten, die gemeinsame Bande verstärken und aus ihnen eine interpretative Gemeinschaft machen.“ (Winter 2013: 75) Winter nennt wichtige Merkmale von Kultfilmen. Demnach entsprechen durchschnittliche, typische Personen, die atypischen und außergewöhnlichen Situationen ausgesetzt werden bzw. ein Publikum, das mit „bizarren Welten und exzentrischen Subkulturen konfrontiert [wird]“

dem „Idealtyp des klassischen Kultfilms“ (Winter 2013: 74). Außerdem findet eine Identifikation des Publikums mit subversiven Charakteren statt. Winter stellt fest, dass Hauptfiguren in Kultfilmen häufig soziale Außenseiter sind oder eine zweifelhafte Vergangenheit haben. Dadurch „werden traditionelle Autoritäten, Werte und Normen infrage gestellt. [...] Kultfilme im engeren Sinn basieren also auf der Dekonstruktion vertrauter Erwartungen und legitimieren abweichende, ‚nicht normale‘ Praktiken.“ (Winter 2013: 74) Ein und derselbe Kultfilm kann aus ganz unterschiedlichen Gründen verehrt werden.

Abweichende oder oppositionelle Lesarten alleine verleihen einem Film oder einer Fernsehserie noch keinen Kultstatus, erst, wenn sie zum Fokus eines Gruppenlebens oder einer virtuellen Gemeinschaft im Internet werden und wiederholt bestimmte Praktiken und Rituale durchgeführt werden, gewinnen sie den Status ‚heiliger Objekte‘ in einer säkularisierten Welt. (Winter 2013: 75)

Kultobjekte können außerdem für neue Kulte verwendet werden, wenn sie selbst bereits auf andere mediale Texte verweisen. Winter merkt an, dass im Zusammenhang mit Kultfilmen sowohl Schauspieler als auch Regisseure selber Kultstatus erlangen können. So lässt sich z. B. die „persönliche Handschrift“, der spezifische Stil von Filmemachern erkennen und daraus neue Bedeutungen generieren (vgl. Winter 2013: 73). Ausgehend von John Fiskes Ansatz geht Winter davon aus, dass die Chance eines Films, populär und damit zum Kultfilm zu werden, größer wird, je mehr Anknüpfungsmöglichkeiten ein Film bietet. So kann man Kultfilme viele Male anschauen und immer wieder etwas Neues in ihnen entdecken. „Kultfilme können nicht als solche produziert werden, sondern sie werden vom Publikum dazu gemacht, indem es die Filme abweichend decodiert und mittels Techniken der Bricolage aus den relevanten Aspekten des Films einen eigenen produziert.“ (Winter 2010: 142) Beim Kultfilm werden die Zuschauer vom passiven Publikum zu Akteuren, was sich unter anderem darin zeigt, dass Passagen mitgesprochen, gewisse Gesten nachgeahmt oder bestimmte Kleidungsstücke getragen werden. Winter kommt also zu dem Schluss, dass Kultfilme ein Phänomen der Populärkultur sind. Neben den Kultfilmen beschäftigt sich Winter aber auch mit dem Kultfernsehen. Seiner Ansicht nach verdankt das Fernsehen seinen Kultstatus vor allem der neueren Entwicklung bzw. den Fernsehserien, die nicht nur zur regulären Sendezeit, sondern auch darüber hinaus auf Onlineplattformen oder DVD intensiv geschaut werden können (vgl. Winter 2013: 67). Auch er merkt an, dass sich Kulte ursprünglich vermehrt um Science-Fiction und Horrorgenres gebildet haben, dass aber auch Intertextualität zum Kultcharakter einer Serie führen kann. Aktuell sind Kulte laut Winter ein wesentliches Merkmal der heutigen Fernsehkultur. Eine Bedingung dafür war der qualitative Wandel der Fernsehserien (vgl. Winter 2013: 67). Beispiele für einen hohen Grad an intertextuellen Bezügen stellen die Comic-Serien „Die Flintstones“ und „Die Simpsons“ dar, außerdem die Serie „Mad Man“, die Winter als „eine Art Kultführer“ für die 1960er-Jahre versteht (vgl. Winter 2013: 67). Weitere Kriterien für die Entstehung von Kult- und Qualitätsfernsehen sind laut Winter die schauspielerischen Leistungen, die Drehbücher und Inszenierungen (vgl. Winter 2013: 68). Er erwähnt auch die Mischung unterschiedlicher Genres bzw. die Überschreitung von Genre Grenzen sowie „die Erkundung vielschichtiger und widersprüchlicher Charaktere.“ (Winter 2013: 68) Als wesentliche Voraussetzung für die Popularität von

Serien werden entsprechend Fiskes Ansatz die textuelle Offenheit und Polysemie genannt. So sind ungelöste Geheimnisse und Rätsel sehr erfolgversprechend. Während *Fandom* ursprünglich eher von Randgruppen gelebt wurde, können heute laut Winter viele „normale“ Serienfans Zitate ihrer Lieblingsfiguren wiedergeben. Kultfernsehen wurde vom Mainstream angeeignet und stellt insofern kein marginales Phänomen mehr dar, sondern ist Produkt der Kulturindustrie (vgl. Winter 2013: 69).

Winter bestimmt Medienkulte als Elemente der zeitgenössischen Populärkultur. Kult entsteht dabei im Umgang mit und in der Aneignung von kulturellen Produkten. Die kultische Verehrung von Medienprodukten findet auf exzessive und sichtbare Weise statt. Die Aneignung eines Medienproduktes wird stets aufs Neue wiederholt und findet als soziales Ereignis statt. Die Wiederholung des bereits Bekannten wird hier geschätzt. Winter beschreibt zunächst die „fanatischen“ Kulte z. B. um die Sängerin Madonna oder um den Musical-Film „Rocky Horror Picture Show“, welche Imitationen, Tanzeinlagen und Reiswerfen im Kinosaal umfassen. Er spricht von einer Distanzierung von alltäglichen Zwängen, die Verwandlung von profanen Objekten in heilige Fetische, „die kollektive Transzendenz, emotionale Freiräume und Ausbruchsversuche aus bedrängenden Routinen, Pflichten und Rollenanforderungen erlauben“ (Winter 2013: 70). Auch er geht auf die religionssoziologische Perspektive ein, wonach Kulte als eine Reaktion auf die Entzauberung, die Entchristianisierung der Welt aufgefasst werden können. Es wird auf kreative Weise eine neue Form der Gemeinschaft durch einen Kult herbeigeführt. Trotzdem lassen sich populäre Kulte von modernem Okkultismus unterscheiden, da es keine Führer oder Regeln gibt. Winter betont, dass gerade neuere Kultserien und -filme die Auseinandersetzung mit sozialen Verhältnissen, Konflikten etc. beinhalten, weshalb sie eine Distanz zur dominanten Kultur bilden, da das von ihr Tabuisierte und ihre Widersprüche angedeutet werden (vgl. Winter 2013: 71).

### 3.3 Die Kultserie

Im Kontext des Kultfernsehens wurde bereits punktuell auf die Eigenschaften von Kultserien eingegangen. Im Folgenden sollen diese noch einmal in den Fokus gerückt werden.

Von einer Kult-Serie kann man sprechen, wenn die Zuschauer über den reinen Konsum der Erstaussstrahlung hinaus dazu angeregt werden, sich mit ihr zu beschäftigen. Dann entwickelt sich das Zuschauerverhalten in unterschiedlichen Phasen: Man sammelt Informationen über die Serie, zeichnet die einzelnen Folgen auf, sieht sie sich immer wieder gemeinsam mit Gleichgesinnten an, gründet einen Fan-Klub und gibt schließlich sogar noch eine Publikation heraus. In ganz extremen Fällen kann es dazu führen, dass sich das ganze soziale Leben auf das Umfeld einer Serie konzentriert. (Compart 1997: 9)

Lothar Mikos merkt an, dass die Beschreibung von Martin Compart auch auf „normale“ Fanaktivitäten zutrifft, wie sie z. B. bei der Soap „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ stattfinden. Für Mikos stellen derartige Serien aber keine Kultserien dar, da sie einen Mainstream repräsentieren und sich somit nicht von den anderen Fernsehsendungen abheben. „[S]ie verstoßen weder gegen den guten noch gegen den schlechten Geschmack.“ (Mikos 2004: 39) Kultserien hingegen müssen in irgendeiner Weise ausgefallen sein. Er führt

den seriellen Charakter als wichtigste Voraussetzung an. Das zeigt sich auch bei Kinofilmen wie z. B. den James Bond Filmen. Zwar können auch Einzelfilme zum Kult werden, diese müssen sich dann aber durch einen hohen Grad an Intertextualität auszeichnen und gelten außerdem oft als Inbegriff eines Genres oder als Beginn eines neuen Genres (vgl. Mikos 2004: 39). Eine Serie muss außerdem von den Zuschauern kommunikativ angeeignet werden und als Distinktionsmittel für bestimmte Gruppen eingesetzt werden, um Kultstatus zu erlangen (vgl. Mikos 2004: 39). Fans fühlen sich mit Fans der gleichen Serie verbunden, während sie andere ablehnen.

In der Aneignung von Fernsehserien gehen die Aktivitäten über die individuelle Rezeption hinaus, indem auch über die Erfahrungen und Erlebnisse mit Freunden und anderen Fans geredet wird. [...] Die besonderen Werte, die eine Serie verkörpern kann, führen zu einem besonderen Wissen, das die Zuschauer mit einer Kultserie verbinden können. (Mikos 2004: 39f.)

Um eine Serie als Kult zu bezeichnen, gilt es, die Besonderheit dieser zu erkennen und zu verstehen (vgl. Mikos 2004: 40). Gerade Erwachsene können als sogenannte Kulterzeuger dienen, wenn sie sich an die Serien ihrer Kindheit erinnern. Serien wie z. B. die „Sendung mit der Maus“ spielen auch „im weiteren Leben eine Rolle, als Teil der jeweiligen Medienbiografie. Sie wird umso bedeutsamer, je wichtiger sie in der Kindheit war. [...] Verbunden ist damit ein nostalgisches Gefühl in Bezug auf eine vergangene Zeit.“ (Mikos 2004: 40f.) Mikos beschreibt, dass das besonders deutlich wird, wenn Serien wie „Dallas“ zum Kult erklärt werden. Mit der Erinnerung an die Serie wird der damalige Zeitgeist der 1980er-Jahre verbunden. Dass durch Serien positive Erinnerungen wach werden, hat auch die bereits genannte Studie zur wiederholten Rezeption von Serien von Furno-Lamude und Anderson gezeigt. „In dem Effekt ist auch zu erkennen, dass sich Zuschauer mehr für den sozialen und kulturellen Rahmen einer Serie interessieren können als für die Handlung [...]“ (Mikos 2004: 41). Diese Serien weisen gewisse Anknüpfungspunkte für das Publikum auf, die als Merkmale von Kultserien ausgemacht werden können. Bei Kultserien beruht der Grund, weshalb man sich mit ihnen beschäftigt laut Martin Compart mindestens auf einer Tatsache:

Kultserien sind meistens extrem schlecht oder extrem gut. Sie haben ein ungewöhnliches, nicht beliebig variierbares Konzept [...] und/oder spiegeln die faszinierendsten Aspekte einer Epoche oder eines Zeitgeistes [...] wieder und/oder tätigen universelle Aussagen, die über den Tag hinaus relevant sind [...]. (Compart 1997: 10)

Dazu gehören laut Anne Klien auch Running Gags, Rituale und Ikonen, die das Publikum prägen und von ihm aufgegriffen und reproduziert werden (vgl. Klien 2001: 36). Sie beschäftigt sich in ihrer Dissertation mit dem Kultstatus der US-amerikanischen TV-Serie „Ally McBeal“ und beruft sich dabei auch auf John Fiske, der den globalen Erfolg des US-Fernsehens auf den polysemen Charakter der Texte zurückführt. Deren Offenheit und Mehrschichtigkeit ermöglicht eine große Bandbreite an Interpretationsmöglichkeiten und spricht deshalb ein breites Publikum an (vgl. Klien 2001: 12). Zu den formalen Kriterien von Kultserien zählt Klien wiederkehrende Motive, wie z. B. *catchphrases*, einen bestimmten Soundtrack, aber auch ein gleichbleibendes Intro. Als inhaltliche Kriterien sind feste Charaktere, deren Entwicklung und Mehrdimensionalität sowie textuelle Alleinstellungsmerkmale relevant. Ausschlaggebend ist darüber

hinaus die konstituierende Rolle der Fans. Um das dafür benötigte Kultpotenzial aufzuweisen, muss eine Serie, wie Klien es formuliert, auf mehreren übereinanderliegenden Ebenen funktionieren (vgl. Klien 2001: 36). Neben der oberflächlichen, reinen Handlungsebene muss noch eine weitere Sinnebene vorhanden sein, die zur Beschäftigung mit der Serie anregt. Qualitäten wie intertextuelle Bezüge und Genremischungen, die zu unterschiedlichen Lesarten führen, sind wichtig, denn erst die interpretativen Praktiken der Fans können zum Kultstatus führen. „Hierzu ist es erforderlich, dass diese Serien immer wieder mit Interesse angeschaut werden können, weil sie polysem und offen gestaltet sind und so neue interessante Details enthüllen und Interpretationen erlauben.“ (Winter 2013: 80) „Bei manchen Serien entwickelt sich laut Compart die zweite Ebene erst nach einigen Jahrzehnten durch ihre Zeitgebundenheit. Das erklärt auch, warum manchmal Serien zu Kultcharakter gelangen, denen es bei ihrer Erstausstrahlung niemand zugetraut hätte.“ (Klien 2001: 36) Die Beziehung des Zuschauers zum Serienhelden kann als effektives Bindemittel fungieren. Dafür wird eine spezifische Zuschaueransprache zum Einsatz gebracht, die sich z. B. darin äußert, dass ein direkter Kontakt zwischen Serienheld und Zuschauer simuliert wird, Zuschauer Dinge aus der Sicht des Serienhelden sehen und sich somit besser mit diesem identifizieren können. Als Subjektivierungstechniken dienen dabei unter anderem das *voice over* als Kommentar des Serienhelden zur Handlung, *flashbacks* aus Sicht des Serienhelden sowie eine sogenannte subjektive Kamera, bei der der angedeutete Blick des Helden mit dem des Zuschauers verschmilzt (vgl. Klien 2001: 44). Eine weitere Voraussetzung dafür, dass eine Fernsehserie zum Kult wird, ist, dass sie an bereits bestehende Medienerfahrungen der Zuschauer anknüpft, aber auch „in sich kondensierte und spezialisierte Welten offerier[t], die als exemplarischer Ausdruck kultureller und gesellschaftlicher Strömungen erlebt werden können.“ (Winter 2013: 72) Trotz kulttypischer textueller Merkmale, wie der Vermischung von Genres, dem Aufgreifen kultureller und sozialer Strömungen oder dem Thematisieren von Klischees, bestimmen die Zuschauer, ob ein Objekt zum Kult wird oder nicht.

International verbreitete Kultserien werden heute vor allem durch die Möglichkeiten des Internets gestützt, da ein interaktiver Austausch weltweit ermöglicht wird.

Viele Produzenten versuchen ihren kulturellen Objekten einen Kultstatus dadurch zu verleihen, dass sie Hintergrundinformationen, ergänzende und erweiternde Handlungsstränge und zusätzliche Figuren crossmedial in Computerspielen, Comics und auf Webseiten präsentieren. *Lost* oder *Heroes* sind hierfür herausragende Beispiele. Die Fans tauchen in die Welten der Serien ein, leben in ihnen, möchten sich kompetent in ihnen zurechtfinden und nicht mehr ohne sie sein. (Eichner u. a. 2013: 10)

Eng damit verbunden sind verschiedene Formen wiederholter und intensiver Rezeption. Eichner u. a. betonen, dass vor allem die Ästhetik und Narration gegenwärtiger Fernsehserien so gestaltet sind, dass sie zum sog. Re-Reading einladen, „weil sie sowohl visuell als auch erzählerisch komplex, dicht und polysem gestaltet sind. Seit den 1980er-Jahren wird bei der Produktion von Serien nämlich vermehrt auf Qualität Wert gelegt.“ (Eichner u. a. 2013: 11) Winter bezeichnet die Art und Weise, wie Serien heutzutage rezipiert werden als eine kultische Handlung. Somit kann man auch das sog. Binge-Watching als Medienkult

bezeichnen. Das intensive Rezipieren von Serien fördert laut ihm die Entstehung von Transzendenz: „Sie überhöhen vorübergehend unseren Alltag und verzaubern unsere Welt – alles Elemente, die man im religiösen Kontext mit dem Heiligen verbindet.“ (Pilarczyk 2013) Deshalb ist auch nicht jeder Serienkonsum gleich Kult: „Dafür muss schon eine gewisse Intensität, Regelmäßigkeit und affektive Verbundenheit mit anderen gegeben sein.“ (Pilarczyk 2013) Serien können gleichzeitig der Flucht aus dem eigenen Alltag dienen, aber auch zum Teil des eigenen Alltags werden, da man zu den Serienfiguren eine viel engere und langfristige Beziehung aufbaut, als beispielsweise zu Filmhelden.

### **3.4 Zusammenfassende Betrachtung**

Wie aus den vorherigen Ausführungen deutlich wird, liegt Kult im Auge und der Handlung des Betrachters bzw. des Rezipienten. Die Entstehung eines Kultes ist allein davon abhängig, ob ein Publikum sich aktiv und über die bloße Rezeption hinaus immer wieder mit einem medialen Text beschäftigt. Dazu gehört auch, dass sich soziale Gruppen auf einen Text spezialisieren, diesen ritualisiert aneignen und somit zu einem Bestandteil ihres Lebens machen (vgl. Winter 2013: S. 69). Eine Kultserie zeichnet sich als Element der Populärkultur durch den aktiven, intensiven Umgang und die kommunikative Aneignung des Publikums aus. Die kultische Verehrung geschieht auf sichtbare Weise, findet als soziales Ereignis statt und kann auch als Distinktionsmittel dienen. Dabei geht es um die Wiederholung des bereits Bekannten. Kultserien werden oft mit nostalgischen Emotionen, positiven Erinnerungen oder der Atmosphäre eines bestimmten Zeitgeistes in Verbindung gebracht.

Daneben konnten aber auch etliche inhaltliche Kriterien und Stilmittel aufgezeigt werden, die übergreifend in Kultserien wiedergefunden werden. Dazu zählen auf formaler Ebene der serielle Charakter, ein ungewöhnliches, ausgefallenes Konzept und die Mischung von Genres bzw. die Überschreitung von Genre Grenzen.

Auf der gestalterischen Ebene lassen sich folgende Aspekte festhalten: Polysemie, welche durch die textuelle Offenheit und die darin enthaltenen Widersprüche hervorgerufen wird, dadurch viele Anknüpfungsmöglichkeiten bietet und für eine potenzielle „Rewatchability“ sorgt (vgl. Eichner 2013: 60), das Vorhandensein einer weiteren Sinnebene, die sich auch erst im Laufe der Zeit entwickeln kann, Intertextualität, die Qualität der Drehbücher und Inszenierungen, schauspielerische Leistungen, gezielte Zuschaueransprache durch eine besondere Erzählperspektive, wiederkehrende Motive wie z. B. Running Gags, textuelle Alleinstellungsmerkmale und inhaltliche Leerstellen, wie z. B. ungelöste Rätsel und Geheimnisse.

Was die Figuren betrifft, so handelt es sich oft um eine Kombination aus typischen Charakteren und ungewöhnlichen Situationen, aber auch um subversive Charaktere, die soziale Außenseiter sind, eine zweifelhafte Vergangenheit haben und gerade dadurch viele Identifikationsmöglichkeiten bieten. Typisch

für Kultserien sind auch die Weiterentwicklung von mehrdimensionalen Figuren, vielschichtige, widersprüchliche Charaktere sowie ein besonderes Verhältnis von Zuschauer und Serienheld, das auf bestimmten Gestaltungsmitteln beruht.

Thematisch werden oft traditionelle Autoritäten, Werte und Normen in Frage gestellt, bizarre Welten gezeichnet, die Dekonstruktion von vertrauten Erwartungen bewirkt und Legitimation für abweichende Praktiken geschaffen. Durch das Aufgreifen von Tabus und Widersprüchen wird eine Distanz zur dominanten Kultur aufgebaut. Daneben werden oft faszinierende Aspekte eines Zeitgeistes aufgegriffen oder universelle Aussagen getroffen. Obwohl die Kultserie bereits im Mainstream angekommen ist, zeichnet sie sich nach wie vor durch einen ausgefallenen Charakter aus und wird entweder als extrem schlecht oder als extrem gut bewertet.

Die hier aufgezählten Kriterien sollen im Analyseteil dieser Arbeit auf die Serie „Monaco Franze“ angewendet werden, um die inhaltlichen Faktoren für den Kultstatus der Serie aufzuzeigen. Da diese Aspekte von Winter, Mikos, etc. nur Stichpunktartig genannt, aber in ihrer Umsetzung nicht näher erläutert werden, sollen die grundlegenden Bereiche der Serientheorie sowie Ansätze der Seriendramaturgie zur umfassenden Betrachtung hinzugezogen werden.

#### **4 Die Fernsehserie**

Die Serientheorie stellt eine wichtige Grundlage dar, um im praktischen Teil dieser Arbeit eine umfassende Untersuchung der Serie „Monaco Franze“ vornehmen zu können. Dabei soll unter anderem geklärt werden, wie die bereits genannten Kriterien, die für den Kultstatus einer Serie relevant sind, formal und inhaltlich umgesetzt werden. Am Anfang dieses Kapitels soll die Betrachtung der Gattung Fernsehserie im Allgemeinen stehen, um auf die wesentlichen Begrifflichkeiten und Besonderheiten einzugehen, die im Laufe dieses Abschnitts immer wieder thematisiert werden. Dabei sind auch die Entwicklung der Serie sowie die Überlegungen zu einer genauen Definition relevant. Ferner wird auf die wichtigsten dramaturgischen Aspekte eingegangen, die für den Erfolg einer Serie entscheidend sind und die im Zusammenhang mit den inhaltlichen Kultkriterien stehen. Mit der Verwendung des Begriffs Serie ist dabei im Verlauf dieser Arbeit immer die Fernsehserie bzw. die audiovisuelle Form einer Serie gemeint. Aufgrund der erweiterten Rezeptionswege (z. B. über Online-Mediatheken oder Video-on-Demand-Portale) kann man heute nicht mehr ausschließlich von TV-Serien sprechen, weshalb die Bezeichnung Serie hier am angemessensten erscheint. Außerdem wird von der fiktionalen Serie ausgegangen, deren Handlung inszeniert und von Schauspielern dargeboten wird. Bevor auf den aktuellen Stand der Serienforschung eingegangen wird, soll zunächst der Diskurs um das Thema *Quality TV* beleuchtet werden, um die Bedeutung der Serie als Forschungsgegenstand einzuordnen sowie deren Stellenwert in der Fernsehlandschaft und die damit zusammenhängenden Ansprüche des Publikums zu untersuchen.

#### 4.1 Das Konzept „Quality TV“ und die Qualität von Serien

In diesem Unterkapitel soll gezeigt werden, dass die Serie als Forschungsgegenstand aktuell vor allem in Bezug auf das Etikett *Quality TV* legitimiert wird und zudem in diesem Zusammenhang auch unter dem Kultaspekt behandelt wird. Außerdem wird auf die Bedeutung der Qualitätserwartungen des Publikums eingegangen.

Das Angebot an TV- und Online-Serien wird immer umfangreicher und vielschichtiger. In den USA laufen aktuell laut einem Bericht von Deutschlandradio Kultur 400 Drehbuch-Serien im Fernsehen. Zählt man Reality-TV und Doku-Formate hinzu, so kommt man auf insgesamt 1400 laufende Serien. Es wird sogar von einem Überangebot an Serien gesprochen (vgl. Zilm 2016). Aus den USA kommen jährlich viele neue Produktionen auf den internationalen Serienmarkt. Das erklärt wahrscheinlich auch, weshalb selbst im deutschsprachigen Raum meist amerikanische Serien zum Forschungsgegenstand werden (vgl. Klien 2001: 12; Eichner 2013: 45). Die aktuelle Entwicklung und Veränderung der Fernsehlandschaft sowie das damit steigende Interesse an der Serie, führen aber auch dazu, dass diese Thematik in der Wissenschaft eine neue Aufmerksamkeit erfährt und aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet wird. Vor allem das Aufkommen der Bezeichnung *Quality TV* hat Fernsehserien zu einem legitimen Gegenstand der wissenschaftlichen Beschäftigung gemacht. So schreibt Sarah Kumpf einleitend:

Mit der Bezeichnung *Quality TV Serie* [...] ist der Legitimationsdiskurs um die Rezeption von Fernsehserien als intellektuelle Beschäftigung längst in vollem Gange. Fernsehserien gelten nicht länger als ‚minderwertige‘ und ‚melodramatische‘ Massenware, sondern werden in die Nähe von ‚Hochkultur‘ gerückt und als ‚intellektuell wertvoll‘ dementsprechend diskutiert und analysiert. (Kumpf 2013: 347)

Die aktuelle Entwicklung des *Quality TV* ist laut Winter ein Zeichen dafür, dass die Kulturindustrie die Wirkung von Kulten für die Profitmaximierung gezielt einzusetzen versucht und deshalb vermehrt Kult schaffen möchte:

Der große Bruch kam mit „Twin Peaks“ von David Lynch und Mark Frost. Die Serie war bereits so konzipiert, dass sie kultisch angeeignet werden sollte. [...] – alles mit dem Ziel, Fans der verschiedenen Genres an die Serie zu binden und sie zum Kult werden zu lassen. „The X-Files“ hat dieses Prinzip als erstes weitergeführt und damit letztlich die Basis für die aktuellen Kultserien gelegt. (Pilarczyk 2013)

Bereits Anfang der 1980er-Jahre zeichnete sich in den USA das Entstehen einer neuen Serienkultur ab (vgl. Eichner 2013: 45). Ab den 1990er-Jahren wurde die steigende Zahl der TV-Serien dann unter dem Begriff des Qualitätsfernsehens diskutiert. Damals richteten sich angesehene Serien zunächst meist an ein Nischenpublikum. Betrachtet man dahingegen aktuelle Publikumserfolge, lässt sich erkennen, dass diese zwar auch von Gestaltungsmitteln wie komplexer Narration oder der Vermischung von Genres Gebrauch machen, aber, wie Eichner in ihrem Artikel anmerkt, ein deutlich breiteres Publikum ansprechen. Sie spricht auch von einer Blockbusterisierung der Serien (vgl. Eichner 2013: 46). Auch Christoph Ernst und Heike Paul bemerken diese Veränderung:

Die Debatte um eine Ära des Quality TV verortet die ‚neue Fernsehserie‘ an der Schnittstelle übergreifender kultur- und medientheoretisch relevanter Entwicklungen. Aus kulturtheoretischer Perspektive avanciert die Fernsehserie zur neuen ‚großen Erzählform‘ der Gegenwart, die durch US-amerikanische Erzählschemata geprägt und dominiert wird. (Ernst/Paul 2015: 7)

Gleichzeitig findet der Diskurs um *Quality TV* aber auch in den Feuilletons, auf Fan-Websites und im Marketingkontext statt. Eichner nennt in Bezug auf die Serie „Lost“ einige konkrete Strukturen des *Quality TV*. Dazu gehört die narrative Komplexität, die für ein langanhaltendes Interesse beim Publikum sorgt. „Die komplexe Narration ist ausschlaggebend für den Faktor der Rewatchability, also dem Bedürfnis nach wiederholter Rezeption auf DVD oder Computer, da der Text so reichhaltig ist, dass viele Hinweise und Cues erst beim zweiten oder dritten Rezeptionsakt verstanden werden.“ (Eichner 2013: 60) Auch Aspekte wie Figurenensemble, Charakterentwicklung und transmediales Erzählen führen dazu, dass die Erzählung vielschichtig wird und einen Platz in der realen Welt der Zuschauer einnimmt.<sup>5</sup> Ernst und Paul fassen die Entwicklung dieses Phänomens folgendermaßen zusammen:

Mit Entstehen der Quality-Debatte ist an der Fernsehserie als einem Trägerformat für die Narrative der Gegenwart in den Kulturwissenschaften kein Vorbeikommen mehr. In den letzten Jahren hat sich die Fernsehserienforschung auf Grundlage der ‚neueren‘ Serien über eine ganze Reihe von Fächern ausgebreitet. Eine große Zahl von *readings* zu einzelnen ‚neuen‘ Serien ist entstanden; die Aufarbeitung der Geschichte und der (Medien-)Theorie der Fernsehserie wurde vorangetrieben; die Konjunktur der ‚neueren‘ Fernsehserie lässt auch alten und älteren Produktionen (wieder) größere Aufmerksamkeit zuteilwerden – und mahnende Stimmen positionieren sich sowohl kritisch gegenüber der Behauptung einer ‚Zäsur in der Geschichte der Serienproduktion‘ als auch einer ‚neue[n] Ära‘ der Fernsehserie [...]. Das gesteigerte Wissen um die Fernsehserie hat unweigerlich das Bewusstsein für die graduellen und kontinuierlichen Entwicklungen der Formenbildungen der Fernsehserie wachsen lassen. (Ernst/Paul 2015: 9)

In engem Zusammenhang mit dem Konzept *Quality TV* steht auch die veränderte Rezeptionsweise im Rahmen des Medienwandels. Auch diese Thematik spielt in der aktuellen Serienforschung eine wichtige Rolle und führt dazu, dass die Perspektive der Rezipienten mehr und mehr miteinbezogen wird. Isabell Otto beschreibt, wie sich aufgrund der veränderten Rezeptionsmodi auch die Serie an sich wandelt:

Die neue digitale Verfügbarkeit von Serien – nicht nur auf DVD, sondern auch als Stream oder Download im Internet – ändert also nicht nur ihre Rezeptionsweisen, sondern auch ihre formale Konstruktion und Ästhetik. Das Fernsehen ist, seit die Internetnutzung weit verbreitet ist, nicht mehr das, was es einmal war – so die nicht selten mit kulturkritischem Unterton hervorgebrachte Feststellung. (Otto 2013: 129)

Schröter spricht in diesem Zusammenhang auch von einer transmedialen Expansion:

Durch diese Veränderung der Rezeption werden die Serien eher als geschlossene ‚Werke‘ (vergleichbar mit jenen der Literatur) aufgefasst, eine Nobilitierung zur Kunst, die man hinsichtlich der Ausblendung der Medialität des Fernsehens problematisieren sollte [...]. Vielleicht bedeuten sowohl ihre Rekonfiguration im Internet als auch ihre partielle Verwandlung in ‚Werke‘ ähnlich denen des Films oder der Literatur, dass die Fernsehserie den medialen Rahmen des ‚Fernsehens‘ übersteigt: transmediale Expansion. (Schröter 2012: S. 30)

---

<sup>5</sup> Eichner plädiert jedoch dafür, den Begriff des *Quality TV* nicht mehr länger in der Auseinandersetzung mit der aktuellen Fernsehlandschaft zu verwenden, da sich heutige Serien eher den Blockbusterstrategien des Kinos bedienen und ein breiteres Publikum ansprechen. Auch wenn aktuelle Erfolgsserien, wie oben bereits erwähnt, auf Strukturen des *Quality TV* zurückgreifen, so wäre der Begriff an dieser Stelle irreführend, da klassischerweise keine Mainstream-Serien wie „Lost“ oder „CSI“ darunterfallen würden.

Eine Form dieser transmedialen Expansion ist das bereits im Zusammenhang mit der Fankultur geschilderte transmediale Erzählen.

Auch konkrete Qualitätskriterien sind entscheidend, wie Jens Wolling mit seiner Studie zeigt. Er beschäftigt sich darin konkret mit den Qualitätserwartungen an Serien und der Qualitätswahrnehmung von Zuschauern und sucht dabei eine Antwort auf die Frage, welche Elemente es genau sind, die die Fernsehzuschauer entsprechend des Uses-and-Gratifications-Ansatzes als *Gratification* wahrnehmen. Mit seinem Ansatz der subjektiven Qualitätsauswahl sollen die Eigenschaften einer Serie zu Tage kommen, die für deren Auswahl und Nutzung durch den Zuschauer von Bedeutung sind (vgl. Wolling 2004: 174). Die Theorie der subjektiven Qualitätsauswahl geht davon aus, dass „Rezipienten überhaupt Erwartungen an die Qualität von Medienangeboten haben und diese Erwartung auch benennen können [und] dass die Wahrnehmung der Qualität von Medienangeboten ein integraler Bestandteil des Rezeptionsprozesses ist. Drittens wird angenommen, dass ein Qualitätsurteil über ein Medienangebot auf der Wechselwirkung von Qualitätserwartungen und Qualitätswahrnehmungen beruht. [...] Die grundlegende These der Theorie besagt, dass die Rezipienten solche Medienangebote auswählen und häufiger nutzen, die ihren subjektiven Qualitätserwartungen am besten entsprechen.“ (Wolling 2004: 174) Qualität meint in diesem Zusammenhang eine wertneutrale Bezeichnung, die eher mit dem Begriff Eigenschaft gleichzusetzen ist. Medienqualität kann demnach als Summe aller Eigenschaften gesehen werden, die ein Medienangebot von einem anderen unterscheidet. Außerdem handelt es sich um ein subjektives Konzept, da die Qualität in diesem Sinne abhängig von der subjektiven Erwartung und Wahrnehmung des Rezipienten ist. Allein die Perspektive der Rezipienten ist also entscheidend. Obwohl dementsprechend jedes Qualitätsurteil über ein Medienangebot anders aussehen kann, betont Wolling, dass es trotzdem einen Zusammenhang mit den „intersubjektiv feststellbaren Eigenschaften der Medienangebote“ geben muss (Wolling 2004: 175). „Die Theorie der subjektiven Qualitätsauswahl ist folglich eine Verknüpfung publikumszentrierter und werkzentrierter (medienzentrierter) Erklärungsansätze der Mediennutzung.“ (Wolling 2004: 176) Wolling nennt als wesentlichen Befund von bisherigen Studien, dass das Gefallen einer Serie nicht von einzelnen Merkmalen abhängt, sondern auf einen spezifischen Mix an Attributen zurückzuführen ist (vgl. Wolling 2004: 177). In späteren Untersuchungen kam man zu dem Ergebnis, dass die Nutzung von Serien, bzw. das Gesamturteil über einzelne Serien vor allem von den Faktoren Realitätsnähe und Realismus, Fairness, Gewalt, Modernität, Erotik, Humor sowie Gemeinschaft abhängig ist (vgl. Wolling 2004: 177), welche von jedem Zuschauer individuell gewichtet werden. Wolling spricht hierbei auch von Qualitätsdimensionen. Die Ergebnisse seiner eigenen Studie<sup>6</sup> zeigen, dass „die Qualitätserwartungen [...] einen bedeutsamen Einfluss

---

<sup>6</sup> Bei seiner eigenen Studie wurden zunächst vier Bereiche der Qualitätszuschreibung differenziert: Machart, Story, Realitätsbezug und Konfliktbearbeitung. Bei den Kategorien Machart und Story wurden jeweils die vier Dimensionen Sozial-, Sach-, Zeit- und Raumdimension unterschieden. Aus diesen wurde wiederum jeweils beispielhaft eine Subdimension hervorgehoben, z. B. Humor als eine Sozialdimension der Machart oder zeitliche Nähe als eine Zeitdimension der Story. Durch diese Methode setzte Wolling den Fokus gezielt auf die Angebotseigenschaft und nicht

auf die Nutzungsintensität haben.“ (Wolling 2004: 186) So stellt sich heraus, dass Personen, die die gleichen Serien ansehen, in den verschiedenen Bereichen gleiche Qualitätserwartungen haben. So legen beispielsweise die Zuschauer von „Emergency room“ einen besonderen Wert darauf, dass eine Serie spannend ist (vgl. Wolling 2004: 187). Die Erwartung, dass Handlungen möglichst authentisch sein sollen, führen jedoch zu einem negativen Nutzungseffekt für diese Serie. „Das spricht dafür, dass für die Zuwendung zu den verschiedenen Angeboten jeweils sehr spezifische Merkmale des Angebots von Bedeutung sind. Ein einfaches Rezept für erfolgreiche Serien gibt es nicht.“ (Wolling 2004: 188) Obwohl eine Verallgemeinerung der Ergebnisse aufgrund der vergleichsweise kleinen und lokal begrenzten Stichprobe nur bedingt möglich ist, zeigt Wolling mit dieser Untersuchung, dass es mit seiner Methode möglich ist zu erkennen, welche vom Publikum wahrgenommenen Aspekte einer Serie für die Nutzungsentscheidung ausschlaggebend sind. Ebenso wie Wolling betont Kumpf die Perspektive der Rezipienten, wenn es um die Behandlung von Qualitätskriterien bei Serien geht. Die Vorstellung von Qualität ist etwas Konstruiertes und ist deshalb immer von der jeweiligen Perspektive abhängig. Nach dem Verständnis von Kumpf haben *Quality-TV*-Serien für ihre Zuschauer eine aktivierende Wirkung und fordern eine kritische Auseinandersetzung. Die Rezeption von Serien wird mit der Bezeichnung *Quality TV* in gewisser Weise legitimiert und Zuschauer positionieren sich offen als Serienrezipienten bzw. als „Quality Viewer“ (vgl. Kumpf 2013: 351). Winter äußerte sich dazu in einem Interview mit dem „Spiegel“:

Die Rezeption von Quality TV kann ein Element des Lebensstils sein, mit dem man sich von anderen abgrenzt. Im Internet werden die Serien zwar relativ schnell dezentral verfügbar und vielen zugänglich. Gleichzeitig sind die neueren Serien aber voll von gesellschaftlichen Subtexten und Anspielungen auf ältere Serien. Man muss also einen gewissen Grad an Bildung und Medienbildung mitbringen, um sie differenziert verstehen und schätzen zu können. (Pilarczyk 2013)

Kumpf beschäftigt sich in ihrer Studie mit akademischen Rezipierenden von *Quality TV*, auch *Intellies* genannt. Sie kommt dabei auf ähnliche Ergebnisse wie Wolling. So haben die Testpersonen auch hier „sehr genaue Vorstellungen davon, welche ‚Qualitätskriterien‘ Serien für sie erfüllen müssen. So sollten Serien thematisch besonders sein, emotional realistisch, intelligent, witzig, erzählerisch überraschend sowie ästhetisch anspruchsvoll. [...] Es scheint hier also einen Konsens darüber zu geben, was ‚Qualität‘ ausmacht.“ (Kumpf 2013: 359)

Wie dieser Überblick zeigt, ist das Format der Serie spätestens seit der Entstehung des sog. *Quality TV* als Forschungsgegenstand für die Medienwissenschaften von Bedeutung. Außerdem führt die veränderte Rezeptionsweise von Serien dazu, dass das Publikum andere Qualitätsansprüche stellt. Wie in den Studien von Wolling und Kumpf gezeigt wurde, wirken sich Qualitätserwartungen und -wahrnehmung deutlich auf die Nutzung von Serien aus, wobei die Qualitätsansprüche dabei individuell von der Perspektive des Rezipienten abhängig sind. *Quality-TV*-Serien zeichnen sich durch eine komplexe Narration, die dadurch

---

auf die individuellen Reaktionen des Publikums. In einem erweiterten Analysemodell wurden aber auch soziodemographische Aspekte, Rahmenbedingungen und Habitualisierung der Fernsichtnutzung miteinbezogen.

bedingte „Rewatchability“ (vgl. Eichner 2013: 60), die Vermischung von Genres, eine aktivierende Wirkung, ein besonderes Figurenensemble, die Weiterentwicklung von Charakteren sowie durch transmediales Erzählen aus und enthalten somit die Merkmale, die im vorangegangenen Kapitel als Grundlagen für die Zuschreibung „Kultserie“ aufgezeigt werden konnten.

## 4.2 Serienforschung und Seriendefinition

In dieser Arbeit liegt das Augenmerk auf der Fernsehserie „Monaco Franze“. Daher soll im Folgenden auf die Besonderheiten von Serien im Allgemeinen und Kultserien im Speziellen eingegangen werden.

Wie sich im vorherigen Unterkapitel bereits abgezeichnet hat, beschäftigt sich der Großteil der aktuellen Serienforschung mit US-amerikanischen Serien. Dieser relativ einseitige Fokus ist vor allem den Serien geschuldet, die als Primetime-Formate konzipiert und rezipiert werden und die z. B. als *Quality TV*, „Event Television“ oder Kult beschrieben werden (vgl. Eichner 2013: 47). Aber auch im deutschen Fernsehen gilt die Serie als eine der wichtigsten Unterhaltungsformen. Tanja Weber und Christian Junklewitz sprechen in ihrem Aufsatz auch von der dem Fernsehen „adäquatesten Gattung“, da sie aufgrund ihrer Serialität der fließenden, regelmäßigen Struktur des Fernsehprogramms, die in der Medientheorie auch als *flow* bezeichnet wird, sehr entgegenkommt (vgl. Weber/Junklewitz 2008: 13). Sie geben in ihrem Beitrag einen Überblick über die verbreiteten Definitionen, die im Rahmen der aktuellen Serienforschung Anwendung finden und hinterfragen diese hinsichtlich ihrer universellen Einsetzbarkeit. Obwohl die Serie als eine Gattung des Fernsehens angesehen wird, darf die Definition der Serie angesichts der veränderten Distributionswege und Rezeptionsweisen nicht in Abhängigkeit eines bestimmten Mediums geschehen. Ihr Ziel ist es, die Kriterien und Merkmale einer Serie so zu definieren, dass ein einheitliches Verständnis unabhängig von Sprache, Kultur, Wissenschaftszweig, Rezeptionsform etc. erreicht wird. Um sich dem anzunähern, vergleichen Weber und Junklewitz die Kriterien bisheriger Definitionen miteinander, um so auf einen kleinsten gemeinsamen Nenner zu kommen, was die Merkmale für Serien betrifft.

Es können vier wichtige Charakteristika festgestellt werden, die für die meisten Ansätze der Serienforschung zutreffen. Dies ist zum einen die Mehrteiligkeit, die z. B. für Knut Hickethier bereits ab zwei Teilen gegeben ist (vgl. Hickethier 2012: 198). In der Mehrteiligkeit ist auch die Doppelstruktur von Serien begründet. Sie bestehen einerseits aus zeitlich und inhaltlich begrenzten Einheiten, andererseits werden sie durch einen Gesamtzusammenhang zusammengehalten, wodurch sich ein „in sich abgeschlossener Kosmos“ für die Zuschauer ergibt (Hickethier 1991: 10).

Ein weiteres Kriterium ist die regelmäßige Ausstrahlung im Fernsehprogramm, die auch als Rhythmus oder periodisches, kontinuierliches Erscheinen bezeichnet wird. Dazu gehört zudem der gleichbleibende Sendeplatz bei einem festen Sender. Auch die Länge der Folgen ist beständig und kann von Serie zu Serie zwischen 20 und 60 Minuten variieren. Ursprünglich hielt man sich bei deutschen Serienproduktionen bis

in die 1970er-Jahre an die ungeschriebene Richtlinie, dass eine Serie aus nicht mehr als 26 Episoden bestehen sollte. Inzwischen ist die Anzahl der möglichen Folgen prinzipiell unbegrenzt (vgl. Kainz 2014; Weber/Junklewitz 2008: 15).

Als drittes Charakteristikum ist die besondere Art der Verknüpfung der einzelnen Serienelemente (Folgen) zu nennen. Es gilt als das bedeutendste Kennzeichen seriellen Erzählens. Dazu gehören Elemente wie wiederkehrende Figuren, feste Personenkonstellationen, wechselnde Nebenfiguren, Kontinuität der Handlung, der Themen und der Schauplätze sowie ein grundlegendes Handlungsmuster. Diese essentielle Handlungsidee, die das „Regelwerk der fiktionalen Welt festlegt“ (Weber/Junklewitz 2008: 16), wird auch als *Franchise* bezeichnet. Betrachtet man die Verknüpfung auf der Ebene der Handlungskomposition, so ergeben sich weitere Merkmale. Bei den sogenannten fortlaufenden Erzählungen oder „ongoing narratives“ (Weber/Junklewitz 2008: 16) fehlt ein endgültiger Abschluss der einzelnen Folgen, sogenannte Cliffhanger können auftreten. Weber und Junklewitz nennen auch die emotionale Aufladung der Handlung, z. B. durch Konflikte zwischen den Figuren sowie eine reduzierte Bildsprache, die Hickethier ebenfalls als Verknüpfungselemente zu den wesentlichen Charakteristika von Serien zählt (vgl. Weber/Junklewitz 2008: 16). Als formales Verknüpfungsmerkmal können bestimmte Wiedererkennungssignale wie beispielsweise Titelmelodien und Intros genannt werden. Laut Weber und Junklewitz sind diese Merkmale aber noch nicht hinreichend für eine allgemeine Definition. Wie sie anhand von mehreren Beispielen zeigen, treffen die genannten Charakteristika nicht auf alle Serien zu, vor allem, wenn man sich mit neueren Formaten auseinandersetzt. So trifft das Merkmal der reduzierten Bildsprache nicht auf den aktuellen Trend des *Quality TV* zu, der sich vor allem durch seine aufwändige Gestaltung auszeichnet. „Einzig das Franchise scheint von allen vorgestellten Verknüpfungsstrategien ein geeignetes Unterscheidungsmerkmal zur Seriendefinition zu sein, denn eine Serie ist nach unserer Auffassung nicht ohne ein gemeinsames Konzept, Thema oder eine Idee vorstellbar.“ (Weber/Junklewitz 2008: 17) Der erfolgreiche US-Serienautor und -produzent Lee Goldberg betont die wichtige Rolle des *Franchise* in seinem Blog: „I believe the American shows are succeeding not because they have higher budgets and bigger stars or brighter sunshine ... it's because they have instantly identifiable franchises with sharply drawn characters that transcend cultural differences.“ (Goldberg, 2007)

Auch bei dem vierten Merkmal beziehen sich Weber und Junklewitz auf Hickethier, der von der Serie als „Präsentations- und Vermittlungsform“ (Weber/Junklewitz 2008: 17) spricht. So kann grundsätzlich alles zur Serie werden, es kommt letztendlich nur auf die Form an, in der es präsentiert wird.

Schließlich fassen Weber und Junklewitz ihre Befunde zu folgender Definition zusammen:

Summierend lässt sich feststellen, dass die hier skizzierten Definitionsmerkmale in ihren jeweiligen Kontexten eine Berechtigung haben, jedoch nicht universal einsetzbar sind. Im Zuge einer historisch und kulturell vergleichenden Serienforschung besteht aber genau darin eine Notwendigkeit. Das erklärte Ziel unserer Definition einer Serie ist es, hinreichend offen zu sein, um die Gesamtheit serieller Phänomene erfassen zu können und die oben vorgestellten Merkmale als Einschluss- und nicht als Ausschlusskriterien aufzufassen. Trotz unserer Vorbehalte gegenüber Umbrella-Begriffen, die das

Bedeutungsfeld ausweiten anstatt einzugrenzen, plädieren wir für die folgende Minimaldefinition einer Serie: Eine Serie besteht aus zwei oder mehr Teilen, die durch eine gemeinsame Idee, ein Thema oder ein Konzept zusammengehalten werden und in allen Medien vorkommen können. (Weber/Junklewitz 2008: 18)

Von dieser Minimaldefinition ausgehend, können Serien weiter bestimmt und eingeordnet werden, beispielsweise nach ihrem Rezeptionsmedium, dem Genre oder der Thematik.

Auch Kainz schließt sich dieser Minimaldefinition für Serien an, ergänzt diese aber um drei Merkmale, von denen mindestens eines erfüllt sein muss:

1. Mindestens einen durchgängigen Protagonisten bzw. eine durchgängige Figurengruppe.
2. Einen durchgängigen Schauplatz im Sinne eines zentralen geographischen Bezugspunktes.
3. Einen fixen geographisch oder sozial markierten Lebensbereich, der die thematische Basis für die Verhandlung und Tilgung von Konflikten bildet. (Kainz 2014)

Als wesentliche Elemente einer Serie können entsprechend dieser Übersicht Mehrteiligkeit, Regelmäßigkeit, besondere Verknüpfung bzw. *Franchise* sowie mindestens ein durchgängiger Protagonist, ein beständiger Schauplatz oder ein bestimmter Lebensbereich festgehalten werden.

### **4.3 Die Geschichte und Entwicklung der Fernsehserie in Deutschland**

Im Folgenden wird ein kurzer Überblick über die Entwicklung des deutschen Fernsehens seit den frühen 1980er-Jahren bis heute gegeben, um die Serie „Monaco Franze“ in ihrem historischen Kontext zu sehen und hinsichtlich ihrer heutigen Bedeutung einordnen zu können. Dabei wird gesondert auf die Geschichte der bayerischen Fernsehserie eingegangen, was für den im Verlauf dieser Arbeit noch zu behandelnden München-Bezug der Serie eine wichtige Rolle spielt.

#### **4.3.1 Die Serie im deutschen Fernsehen**

Hickethier spricht von einer wachsenden Unterhaltungsorientierung des deutschen Fernsehens gegen Ende der 1970er-Jahre (vgl. Hickethier 1998: 341). ARD und ZDF hatten außerdem das Ziel, ihre Programme homogener und einheitlicher zu gestalten und Nachrichtenformate verständlicher zu präsentieren. Im Rahmen der sogenannten Phantasiediskussion, die 1978 auf den „Mainzer Tagen der Fernsehkritik“ angeregt wurde, wurden Forderungen nach mehr Humor und mehr Phantasie im deutschen Fernsehprogramm laut. Damit richtete man sich gegen die bisher vermehrt vorhandenen belehrenden und aufklärenden Tendenzen. Das Angebot wurde schrittweise durch mehr fiktionale und unterhaltende Formate aufgewertet. Beispiele sind sowohl die 1979 ausgestrahlte US-Serie „Holocaust“, die vor allem wegen des brisanten Themas, aber einer gleichzeitig einfachen Erzählweise erfolgreich war, als auch die Serie „Dallas“, die ab 1981 in der ARD gesendet wurde. Der Erfolg dieser Serien führte zur Durchsetzung von neuen Maßstäben für die Gestaltung von Fernsehangeboten. Anfang der 1980er-Jahre war außerdem die Ausstrahlung kommerzieller Programme durch privatwirtschaftliche Sender absehbar, weshalb sich die

Unterhaltungsorientierung der öffentlich-rechtlichen Sender zusätzlich verstärkte. Dabei wurden vermehrt amerikanische Spielfilme eingesetzt sowie neue Showmaster und Stars etabliert. Mit der inhaltlichen Erweiterung des Fernsehprogramms ging auch eine Ausweitung der Sendezeiten einher. Die strukturellen Veränderungen der Fernsehlandschaft bis 1983 zeigten sich auch in den Dritten Programmen. Laut Hickethier führten die ab 1978 bekundete Eigenständigkeit und die inhaltliche Veränderung der Dritten Programme zu einer allgemeinen Steigerung der Zuschauerzahlen (vgl. Hickethier 1998: 344). Ende der 1970er-Jahre setzte sich auch allmählich die Bedeutung der Quote gegenüber der ursprünglichen Auffassung durch, dass das Fernsehen einen künstlerischen Anspruch erfüllen sollte. Die Einschaltquoten, die den Erfolg bei den Zuschauern widerspiegeln, wurden wichtiger „als das Bedürfnis, das Profil des Programms durch Innovationen zu akzentuieren.“ (Hickethier 1998: 345)

Diese eher unauffällig stattfindende Änderung in der Programmauffassung bedeutete langfristig einen Abschied von der Vorstellung, Fernsehen habe sich über die Schaffung von „Werken“ in das Ensemble der Künste einzufügen. Es stellte eine eindeutige Hinwendung zu einem neuen Verständnis vom Programm als kontinuierlicher Dienstleistung dar. (Hickethier 1998: 345)

Gegen Ende der 1970er-Jahre lässt sich laut Hickethier eine langsame Serialisierung der Fiktion verzeichnen, die sich bereits durch die Produktion von mehrteiligen Fernsehspielen anbahnte. Der großzügige Programmraum des Fernsehens bot die Möglichkeit zum ausgiebigen Erzählen und damit auch die Chance, die Zuschauer langfristig an einen Sender zu binden (vgl. Hickethier 1998: 356). Während Serien beim Publikum sehr beliebt waren, galten sie bei den Sendern zunächst als triviale Unterhaltungsform. Die geforderte Qualitätssteigerung sollte sich aber auch insofern auszahlen, als dass sich eine hohe Zahl von Zuschauern positiv auf den Preis von Werbeminuten auswirkte. Serienproduktionen versuchten deshalb, stärker an den realen Problemen der Zuschauer anzuknüpfen. Bei den Serien für das Hauptabendprogramm ging es nun vor allem darum, bereits bekannte Genres durch neue Varianten für den Zuschauer interessant zu machen, was zu ganz unterschiedlichen Konzepten führte, wie beispielsweise die WDR-Comedyserie „Ein Herz und eine Seele“ (1974) zeigt. Die Seriengenres erfuhren mit jeder neuen Serie weitere Ausdifferenzierungen, beispielsweise was das jeweilige Milieu (z. B. soziale Schichten oder Berufsstände) oder das Setting (z. B. Science-Fiction oder Western) betraf. Parallel zu den Serien mit abgeschlossener Episodenhandlung setzte sich seit Anfang der 1970er-Jahre die Fortsetzungsgeschichte als neue Form der Fernsehunterhaltung durch und ebnete mit der Ausstrahlung der US-Serie „Dallas“ seit 1981 den Weg für die Soap Opera als neue Seriengeneration. Der zunehmende Druck, sich gegen die kommerzielle Senderkonkurrenz zu behaupten, die ab 1984 den deutschen Fernsehmarkt ergänzen sollte, führte bei den öffentlich-rechtlichen Sendern zu besonders gelungenen Produktionen. Als Beispiel nennt Hickethier unter anderem die Satireserie „Kir Royal – Aus dem Leben eines Klatschreporters“ (1986) von Helmut Dietl, die aufgrund von Ideenreichtum und filmisch ansprechender Inszenierung sehr beliebt war. Zu weiteren erfolgreichen Serien der 1980er Jahre zählt er auch die frühere Dietl-Serie „Monaco Franze – Der ewige Stenz“ (1983) (vgl. Hickethier 1998: 464).

Neben dem Urgestein „Tatort“ oder Langzeitsoaps wie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ finden sich im deutschsprachigen Fernsehprogramm aktuell nur wenige erfolgreiche deutsche Serien (wie z. B. „Club der roten Bänder“, Vox, vgl. Pohlig 2016). Fernsehkritiker und -experten erklären diese Situation vor allem damit, dass deutsche Produzenten vermehrt versuchen, möglichst nah an die amerikanischen Vorbilder heranzukommen, was jedoch meistens eher in einem schwachen Abklatsch endet. Ein Beispiel dafür ist die ZDF-Miniserie „Morgen hör ich auf“, die zwar zum einen als „sehenswert“ bewertet wird, aber aufgrund der unverkennbaren Ähnlichkeit zur US-Serie „Breaking Bad“ auch als schlechte Kopie kritisiert wird (vgl. Freitag 2016; Steinmetz 2016). Die Vorwürfe, dass im deutschen Fernsehen statt Qualität nur noch Quote zählt, dass es an Mut und neuen Ideen mangelt und dass „unsere Schubladen zu tief sind“ (Freitag 2016) gehen mit derartigen Kritiken oft einher. Überschriften nach dem Motto „Deutschland ist „Tatort“, nicht „Game of Thrones““, wie sie Bento, das junge Onlineportal vom Spiegel gewählt hat (Bruns 2016), geben in dieser Debatte zu verstehen, dass daran gezweifelt wird, dass deutsche Fernsehproduktionen jemals einen amerikanischen Standard erreichen können. Hier muss allerdings eingeräumt werden, dass das auch mit der spezifischen Struktur des Fernsehmarktes in den USA zusammenhängt. Die TV-Landschaft wird dominiert von privaten Pay-TV-Sendern wie z. B. HBO oder AMC. Für gutes Fernsehen muss also gezahlt werden. Hochwertige Serien wie „Game of Thrones“ (HBO) oder „Mad Man“ (AMC) werden dort von Sendern produziert, die mit einem viel größeren Budget auf die Ansprüche ihrer Kunden eingehen können. Dietrich Leder betont in seinem Artikel, in dem er die Versäumnisse der deutschen Serienproduktion angesichts der boomenden US-Serien anspricht, dass es im deutschen Fernsehen auf die richtige Pflege des Repertoires ankommt und dass die Wiederholung älterer Serien durchaus erfolgreich sein kann, wie es z. B. die Serien aus den 1980er-Jahren im BR zeigen, die laut Leder „so frisch wie vor 30 Jahren [erscheinen].“ (Leder 2015: 10) Es ist dabei eben wichtig, dass eine Sendung nicht „so lange rauf- und runtergespielt [wird], bis das letzte Interesse verloren ist.“ (Leder 2015: 10) Diese Pflege werde in den meisten Fällen aber nicht betrieben, da vor allem Vermarktungsinteressen im Vordergrund stünden. Angesichts der momentan eher monotonen, vor allem auf das Genre Krimi fokussierten Serienproduktion in Deutschland sieht Leder die Rückbesinnung auf „ältere“ Genres als zukunftssträchtig und erfolgversprechend an. Er geht auf die bisher sichtbaren Veränderungen der Produktionen und das Umdenken der Sender ein, was sich anhand neuerer Formate erkennen lässt. Trotzdem gibt er zu bedenken, dass dabei nicht zu einseitig gedacht werden sollte:

Problematisch bleibt, dass die genannten Serien alle dem Krimigenre zuzurechnen sind. [...] Wer sich unterscheiden will – und um solche Distinktionsgewinne wird es zunehmend auf dem enger werdenden deutschen Fernsehmarkt gehen –, wird sich auf diesen weitgehend unbekanntem Genrefeldern erproben müssen. [...] Zu vitalisieren wären darüber hinaus jene regional oder lokal verorteten Erzählungen, wie sie einst Helmut Dietl (zusammen mit einem Autor wie Patrick Süskind) als Serie entwickelte. (Leder 2015: 18)

Zudem fordert er „ein stärkeres Repertoire-Bewusstsein, das zu einer Wiederholungskultur und nicht einer reinen Wiederholungsvermarktung führt“ (Leder 2015: 19).

### 4.3.2 Die bayerische Serie

Die bayerische Landesbibliothek hat im Rahmen des Projekts „Historisches Lexikon Bayerns“ einen eignen Artikel zum Thema bayerische Fernsehserien veröffentlicht. Dieser dient als Grundlage für den folgenden Überblick. 1960 wurde als erste bayerische Krimiserie „Funkstreife Isar 12“ ausgestrahlt. Als die deutsche Serienlandschaft in den 1970er-Jahren durch immer mehr Krimi- und Gerichtsserien bereichert wurde, wandelten sich die Handlungen vom Alltäglichen immer mehr hin zum Besonderen. Damit kommen Serien auch dem Bedürfnis der Zuschauer nach, in eine Welt jenseits des eigenen Alltags einzutauchen.

Bayerische Serien lassen sich dabei jedoch nicht auf ein bestimmtes Genre beschränken; innerhalb der bayerischen Serie als Gesamtkomplex gibt es eine Vielzahl von Themenkomplexen, etwa die problematische Konstellation traditionell bayerischer Persönlichkeiten im gesellschaftlichen Wandel (bspw. ‚Irgendwie und sowieso‘). (Kainz 2014)

Die bayerische Serienlandschaft wurde unter anderem von Drehbuchautoren und Regisseuren wie Helmut Dietl (1944-2015) und Franz Geiger (1921-2011) geprägt, zu deren Werken auch die Serie „Monaco Franze – Der ewige Stenz“ zählt. In erster Linie waren es aber Schauspieler wie Helmut Fischer, Gustl Bayrhammer oder Ruth Drexel, die in ihren Rollen ein großes Identifikationspotenzial für die Zuschauer boten und deshalb beim Publikum sehr beliebt waren. „Die kongeniale Symbiose von Regisseuren und Schauspielern führte dabei mitunter dazu, dass Serien wie "Kir Royal" (1986) oder "Monaco Franze" (1983) bis heute generationenübergreifenden Kultcharakter besitzen.“ (Kainz 2014) Das historische Lexikon bezeichnet jene Produktionen als bayerisch, die entweder vom bayerischen Fernsehen produziert wurden „oder deren dargestellte Welt im topographischen Bayern verortet ist.“ (Kainz 2014) München galt bis in die 1980er-Jahre hinein als Filmhauptstadt Deutschlands, wo auch die meisten bayerischen Serien gedreht wurden. Zu den bekanntesten zählen unter anderem Krimiserien wie „Polizeiinspektion 1“ (1977-1988) und „Der Alte“ (seit 1976), die Milieuserie „Münchner Geschichten“ (1974) sowie die Kinderserie „Meister Eder und sein Pumuckl“ (1978-1987). Es folgten populäre Serien wie „Monaco Franze“ (1983), „Kir Royal“ (1986) sowie später auch „Der Bulle von Tölz“ (1995-2009). Zu den aktuell erfolgreichsten Neuproduktionen zählt unter anderem „Dahoam is dahoam“ (seit 2007). Was die Genres betrifft, so macht die Familienserie den größten Anteil der bayerischen Produktionen aus. „Gemeinhin zeichnet sich dieses Genre durch die Darstellung von vermeintlich Alltäglichem aus, und es werden Weltmodelle inszeniert, denen ein hohes Identifikationspotential der Zuschauer mit den filmischen Figuren inhärent ist.“ (Kainz 2014) Als eines der ersten Seriengenres war die Familienserie für den Zuschauer eine Art „fiktionaler Spiegel“ (Kainz 2014), in dem man seine eigene Realität wiederfinden und der filmischen Inszenierung evtl. sogar Lösungen für tatsächliche Situationen entnehmen konnte (z. B. die Lösung von zwischenmenschlichen Konflikten). Neben Krimiserien, zu denen oben bereits einige Beispiele angeführt wurden, und Comedyserien wie z. B. „Irgendwie und sowieso“ (1986), zählen auch Milieu-, Gerichts- und Kinderserien zu den bayerischen Produktionen. Die Thematik ist wie bei allen Serien sehr vielfältig und abhängig von Entstehungszeit und Genre. Speziell die bayerische Milieuserie aber zeichnet sich durch die häufige Thematisierung des

Konfliktes zwischen der traditionell bayerischen Persönlichkeit und dem gesellschaftlichen Wandel aus. „Die Konfrontation in der Regel positiv konnotierter traditioneller Werte mit den Herausforderungen von Modernität, Kapitalismus und Internationalisierung bilden hierfür populäre Schwerpunkte, die, wenn auch in unterschiedlichen Kontexten, so doch rekurrent in allen Genres aufgegriffen werden.“ (Kainz 2014) Der meist negativ konnotierte Wandel und die Bedrohung des Bayern in seiner Heimat ist dabei ein häufig wiederkehrendes Muster. Auch die Thematisierung des bayerischen Individuums an sich ist ein beliebtes Motiv, wobei es dabei meistens um die Bestätigung von vermeintlich typisch bayerischen Charakteristika geht. Dietrich Leder beschreibt die bayerische Milieuserie als eine Form, die sich durch ihre soziale Genauigkeit auszeichnet. Serien wie „Der ganz normale Wahnsinn“ (1979) oder „Monaco Franze“ (1983) spiegeln laut Leder „ein spezifisches Milieu der bayerischen Metropole, in dem sich Kleinbürgertum und Bohème verbünden, um gegen eine anonyme Gegenwart zu polemisieren. Die Komik dieser Serien ist melancholisch grundiert, sie greifen aktuelle Vorgänge, aber vor allem Stimmungen und Mentalitäten auf und schaffen mit besonderen Schauspielern wie Helmut Fischer oder Franz-Xaver Kroetz Figuren, die bis heute in Erinnerung geblieben sind.“ (Leder 2015: 9f.)

#### **4.4 Die Serienanalyse**

In Kapitel 3 wurden etliche inhaltliche Kriterien und Stilmittel aufgezeigt, die übergreifend in Kultserien wiedergefunden werden können und die eine Voraussetzung für die aktive Rezeption und Interaktion mit dem Inhalt durch das Publikum darstellen. Im Folgenden soll die etablierte Serienforschung herangezogen werden, um Begriffe und Kategorien zu entwickeln, die als Indikatoren für entscheidende Kultfaktoren wie Polysemie, den seriellen Charakter, ein ungewöhnliches, ausgefallenes Konzept und die Mischung von Genres bzw. die Überschreitung von Genre Grenzen, Widersprüche, das Vorhandensein weiterer Sinnebenen, Intertextualität, die Qualität der Drehbücher und Inszenierungen, schauspielerische Leistungen, gezielte Zuschaueransprache durch eine besondere Erzählperspektive, wiederkehrende Motive wie z. B. Running Gags, textuelle Alleinstellungsmerkmale und inhaltliche Leerstellen, wie z. B. ungelöste Rätsel und Geheimnisse gelten können. Hierfür sollen die Überlegungen von Gunther Eschke und Rudolf Bohne herangezogen werden, die genau diejenigen Faktoren behandeln, die zum Erfolg einer Serie beitragen können. Sie sprechen sich dafür aus, „dass es fiktionales Qualitätsfernsehen im Allgemeinen und herausragende Serien im Speziellen geben kann“ (Eschke/Bohne 2010: 12) und beschäftigen sich deshalb mit Wirkungsprinzipien von Serien, die auch für die vorliegende Arbeit von Bedeutung sind. Die von ihnen genannten Begriffe, Kategorien und handwerklichen Grundlagen der Seriedramaturgie sollen im Folgenden zur Anwendung kommen, um die im vorhergegangenen Kapitel erarbeiteten Kultfaktoren zu präzisieren und in der Serie „Monaco Franze“ herauszuarbeiten. Als weitere Basis soll die Film- und Fernsehanalyse von Knut Hickthier hinzugezogen werden.

Über die Notwendigkeit der Film- und Fernsehanalyse bestehen heute kaum noch Kontroversen. Im Schnittpunkt von Theorie, Geschichte und Rezeptionspraxis steht sie für die Aufgabe, deren Befunde am konkreten Film, der Fernsehsendung bzw. dem Programmausschnitt oder dem Videotape zu überprüfen und von diesen wiederum Fragen an die Theoriebildung und die Geschichtsschreibung zu stellen. (Hickethier 2012: 3)

Die Film- und Fernsehanalyse knüpft laut Hickethier an die literarische Hermeneutik an. Ziel ist es, die verborgenen Bedeutungen des Textes deutlich zu machen.

[...] [H]inter diesem Schein des allgemein Verständlichen [sollen] die Strukturen der Gestaltung hervorgehoben und die zusätzlich noch vorhandenen Bedeutungsebenen und Sinnpotentiale aufgedeckt werden. Hermeneutisch orientierte Film- und Fernsehanalyse geht von der Mehrdeutigkeit filmischer und televisueller Werke aus und versucht, diese Mehrdeutigkeiten erkennbar zu machen. [...] Ziel ist es, die „hermeneutische Differenz“ zwischen dem „Eigensinn“ des Textes, dem vom produzierenden Subjekt gemeinten und dem vom rezipierenden Subjekt aufgefassten Sinn zu reduzieren, auch wenn diese Differenz letztlich nie völlig aufgehoben werden kann [...]. (Hickethier 2012: 32f.)

So soll ein theoretischer Rahmen für die anschließende Analyse geschaffen werden, der sich auf die Bereiche Seriengenre, Serienstruktur, das dramatische Thema einer Serie, die Unique Selling Proposition, die Serienwelt, die Figuren und die Erzählweise bezieht.

#### **4.4.1 Seriengenres**

Da die Überschreitung von Genregrenzen oder die Vermischung unterschiedlicher Genres als ein inhaltliches Merkmal von Kultserien genannt wurde, ist die Behandlung von Seriengenres notwendig. Die Einteilung in Genres dient als Orientierung sowohl für Zuschauer als auch für Produzenten. Mit den unterschiedlichen Bezeichnungen gehen bestimmte Konventionen und Erwartungen einher, die jedoch nicht immer exakt voneinander abgegrenzt werden können. Sie sind wichtig, wenn es um die Qualitätswahrnehmungen der Zuschauer geht, da diese mit den vom Genre abhängigen Qualitätserwartungen abgeglichen werden und somit die Beurteilung des Inhalts beeinflussen. Die Genrebezeichnungen für Serien können laut Eschke und Bohne von denen des Films übernommen werden (vgl. Eschke/Bohne 2010: 91). Davon ausgehend lassen sich Genres anhand von vier Merkmalen voneinander unterscheiden: die Gefühlserwartung des Zuschauers, der Grundkonflikt des Helden, aus dem der Plot folgt, das Setting sowie die Struktur und Erzählweise. Jedes Genre lässt sich durch mindestens eines, aber auch durch mehrere dieser Merkmale definieren. Eschke und Bohne geben eine Übersicht über die wichtigsten Genres und ihre jeweiligen Merkmale. Zu den Genres, die sich aus einer gewissen Gefühlserwartung heraus ergeben zählen z. B. die Dramaserie (Mitleiden), die Comedyserie (Lachen), die Mischform Dramedy (Mitleiden und Lachen) oder die Thriller-Serie (Angst). Genres, die sich durch den Grundkonflikt des Helden und die darauf basierende Art des Plots definieren, sind beispielsweise die Telenovela, die Krimiserie oder die Kinder-/Jugendserie. Bei Familienserien, Gerichtsserien oder Science-Fiction-Serien ist das Setting ausschlaggebend für die Kategorisierung.

#### 4.4.2 Die Serienstruktur

Auch die Serienstruktur stellt einen wichtigen Aspekt für die Untersuchung von Kulturfaktoren dar, da davon die Komplexität der Narration, die Entwicklung der Charaktere und damit verbunden auch der Faktor der „Rewatchability“ (vgl. Eichner 2013: 60) und die Polysemie abhängig sind. Es können zwei Grundtypen unterschieden werden. Dabei werden Serien, deren Handlung innerhalb einer Folge abgeschlossen ist, als *Series* bezeichnet. Serien mit fortlaufenden Handlungssträngen werden *Serial* genannt. Diese können weiterhin danach unterschieden werden, ob eine Geschichte erzählt wird, die auf einen Abschluss am Ende der Serie hinausläuft, wie es beispielsweise bei einer Telenovela üblich ist, oder ob eine sogenannte Zopfdraturgie vorliegt, bei der sich mehrere Handlungsstränge überlagern und immer wieder neue Geschichten hinzukommen können.

Ein weiteres Kriterium zur Unterscheidung von Serienformen kann die Kontinuität der Figuren darstellen. Manche Serien wie z. B. der „Tatort“ sind dadurch gekennzeichnet, dass sie immer wieder andere Hauptfiguren beinhalten können. Andere hingegen zeichnen sich durch gleichbleibende Figuren und feste Konstellationen aus. Während es bei *Series* mit abgeschlossenen Folgen oft vorkommt, dass die „Bösen“ von Folge zu Folge wechseln, bleiben bei *Serials* meistens auch diese Gegenspieler gleich (vgl. Weber/Junklewitz 2008:).

Eschke und Bohne merken an, dass moderne Serien meistens folgenübergreifende Handlungsbögen ergänzend zur abgeschlossenen Episodenhauptgeschichte aufweisen (vgl. Eschke/Bohne 2010: 137). Auch Weber und Junklewitz weisen auf Hybride aus *Series* und *Serial* hin und beziehen sich auf Horace Newcomb (vgl. Newcomb 2004), der dies als Konzept des *cumulative narrative* bezeichnet: jede Episode ist von ihrem Plot her abgeschlossen, bezieht sich aber auf Figuren und Handlungen aus vorherigen Episoden. Die Handlung kann deshalb für Neueinsteiger verstanden werden, für die regelmäßigen Zuschauer wird aber durch die Bezüge auf vorherige Folgen eine Art Meta-Plot geschaffen, wodurch übergreifende Handlungen und Figurenentwicklungen trotzdem deutlich werden (vgl. Weber/Junklewitz 2008: 21). Auch Robin Nelson beschäftigt sich mit dieser Mischform. Er schlägt das sog. *Flexi-Narrative* als Hybridform vor, die sowohl abgeschlossene als auch fortgesetzte Handlungsbögen enthält. Zum einen wird dadurch Spannung aufgebaut, zum anderen wird neuen Zuschauern der Einstieg in die Serie erleichtert. Außerdem können durch mehrere Handlungsstränge auch die Figuren und Ereignisse so ausgebreitet werden, dass ein möglichst breites Publikum angesprochen wird (vgl. Nelson 2013: 25f.). Da die verschiedenen Bezeichnungen für Serien in der Forschung noch sehr uneinheitlich verwendet werden und es vor allem in englischsprachigen Texten zu Irritationen mit den Begriffen *Series* und *Serial* kommen kann, schlagen Weber und Junklewitz die Begriffe Episodenserie (statt *Series*) und Fortsetzungsserie (statt *Serial*) vor. Eine andere Herangehensweise, um die Opposition zwischen *Series* und *Serial* zu umgehen, ist das sogenannte Konzept des Kontinuums. Hierbei werden unterschiedliche und vor allem hybride Serienformen nach ihrem Grad der erzählerischen Kontinuität aufgefächert. Weber und Junklewitz veranschaulichen dies an einer Skala, deren

beiden Pole die Episoden- und die Fortsetzungsserie sind, zwischen denen einzelne Serientypen eingestuft werden können, je nach dem Grad der intraserialen Kohärenz, ihrer Fortsetzungsreichweite (Distanz des Handlungsbogens) und ihrer Fortsetzungsdichte (quantitatives Verhältnis zwischen den Folgen, die fortgesetzt erzählen und denen, die abgeschlossen sind) (vgl. Weber/Junklewitz 2008: 24). Laut dieser Skala zeichnet sich also die „reine“ Fortsetzungsserie dadurch aus, dass zwischen den einzelnen Serienelementen ein starker Zusammenhang besteht, dass sich der Handlungsbogen über eine große Distanz, also mehrere Folgen oder Staffeln erstreckt und dass die Fortsetzungsdichte sehr hoch ist, dass es also vergleichsweise wenige abgeschlossene Folgen gibt. Im Gegensatz dazu würde es sich bei einer Serie ohne feste Besetzung, ohne fortlaufende Handlung zwischen den einzelnen Folgen und ausschließlich abgeschlossenen Episoden um eine reine Episodenserie handeln. Da es sich bei der Skala von Weber und Junklewitz eher um eine deskriptive Differenzierungsmethode handelt, die die zu bestimmenden Serienformen zwar individuell zwischen den Extremen, aber ohne eindeutige Benennung einordnet, soll an dieser Stelle noch auf einen anderen Definitionsansatz eingegangen werden. Wolling unterscheidet fünf Serienformen anhand von drei Aspekten:

Reihen [...], Miniserien [...], Episodenserien [...], Fortsetzungsserien [...] und Endlosserien [...]. Die Unterschiede zwischen den fünf Typen lassen sich anhand von drei Kriterien beschreiben: a) Zahl der Folgen, aus der die Serie besteht, b) Intensität der Verknüpfungen zwischen den einzelnen Folgen und c) Abgeschlossenheit der gesamten Serienhandlung. (Wolling 2004: 172)

Für die Bestimmung eines Serientypus kommt es hier auf die Kombination der drei Kriterien an, sodass Wolling seine Klassifikation tabellarisch veranschaulicht. Nach seiner Definition zeichnet sich beispielsweise eine Episodenserie durch eine unbestimmte, aber prinzipiell begrenzte Zahl an Episoden, eine Unterteilung in Staffeln und eine mittlere Intensität der Verknüpfung zwischen den Folgen aus (vgl. Wolling 2004: 172). Die Abgeschlossenheit der Serienhandlung ist unbestimmt.

Unabhängig davon, ob es sich um abgeschlossene oder fortgesetzte Episoden geht, unterscheiden Eschke und Bohne grundsätzlich zwischen drei Grundstrukturen von Serien (vgl. Eschke/Bohne 2010: 138ff.). Die Fallstruktur wird häufig für Krimi- oder Krankenhausserien verwendet, bei denen pro Folge ein zentraler Fall gelöst wird. Bei Serien mit Workplace-Struktur stehen die Konflikte der Hauptfiguren zwischen ihren beruflichen Herausforderungen und privaten Bedürfnissen im Mittelpunkt. Die dritte Form wird Ensemblestruktur genannt und zeichnet sich dadurch aus, dass die Beziehungskonflikte innerhalb des Figurenensembles im Zentrum der Serie stehen. Die Episodenstruktur von Serien kann als klassische Dreistrangdramaturgie mit einem Hauptstrang und zwei Nebenhandlungssträngen, als mehrsträngige Dramaturgie oder Zopfdraturgie, mit mehreren, sich abwechselnden Handlungssträngen, angelegt sein (vgl. Eschke/Bohne 2010: 131f.).

#### **4.4.3 Das dramatische Thema**

Grundlegend für die komplexe Narration und eine aktivierende Wirkung auf die Zuschauer ist auch das Thema einer Serie. Kultserien zeichnen sich dadurch aus, dass sie Anreiz zur weiteren Beschäftigung und eine Reihe von Anknüpfungsmöglichkeiten bieten. Oftmals werden darin allgemein anerkannte Werte hinterfragt und universelle Aussagen vermittelt. All diese Gesichtspunkte sind vom dramatischen Thema der Serie abhängig. Auch Eschke und Bohne beleuchten die Wichtigkeit des zugrundeliegenden Themas von Serien. Es sollte die Zuschauer emotional bewegen: „Ein präzise benennbares Thema und der genaue und bewusste Umgang mit den dramatischen Konsequenzen machen eine serielle Erzählung handwerklich gelungen und gerade dadurch erfolgreich.“ (Eschke/Bohne 2010: 24) Das dramatische Thema – das von dem allgemeinsprachlichen Begriff des Themas abzugrenzen ist – konstituiert sich dabei einerseits aus der „Anbindung an das ‚Bedürfnis‘ einer dramatischen Figur“, andererseits aus dem „universellen Wertegegensatz, der die Basis jedes starken Themas bildet.“ (Eschke/Bohne 2010: 24) Mit dem „Bedürfnis“ einer Figur ist ein emotionaler Mangel gemeint, wie beispielsweise der Mangel an Liebe, an den die Zuschauer sofort anknüpfen können (vgl. Eschke/Bohne 2010: 24). Solange dieses Bedürfnis nicht erfüllt wird, „ist eine dramatische Figur nicht eins mit sich und der Welt. [...] Die Zuschauer verfolgen die Figur, die versucht, ihr dramatisches Bedürfnis, das seinerseits auf menschlichen Grundbedürfnissen basiert, zu erfüllen.“ (Eschke/Bohne 2010: 24f.) Grundlegend für jedes dramatische Thema ist ein präzise formulierbarer Wertegegensatz, der den Grundkonflikt der Figur bestimmt (vgl. Eschke/Bohne 2010: 25). Sie muss sich immer wieder zwischen den Extremen dieses Wertegegensatzes entscheiden. „Die Figur wird durch ein gutes Thema immer vor eine Wahl zwischen zwei Handlungsoptionen gestellt: Soll sie sich so oder so verhalten?“ (Eschke/Bohne 2010: 25) Das Thema umfasst jedoch weit mehr als nur diesen Wertegegensatz. Erst durch das „Ausdifferenzieren“ zwischen den unterschiedlichen Handlungsmöglichkeiten, durch das Entstehen von weiteren Unterthemen sowie „durch Genre-Mix und Überhöhung entstehen moderne Serien, die vielschichtig und abwechslungsreich zu erzählen vermögen.“ (Eschke/Bohne 2010: 26) Dabei ist das thematisch dichte Erzählen eine weitere Voraussetzung. Unter diesem Konzept verstehen Eschke und Bohne die Abbildung des Themas in allen Hauptfiguren und Erzählsträngen der Serie: „Das Thema der Hauptfigur(en) bestimmt das Thema der Serie und umgekehrt. [...] Der Wertegegensatz des Serienthemas zeigt sich in der Anlage jeder Figur.“ (Eschke/Bohne 2010: 26) Zusätzlich werden die einzelnen Episoden einer guten Serie durch eigene emotionale Themen zusammengehalten, auf die die Figuren in der jeweiligen Folge reagieren müssen.

#### **4.4.4 USP und Serienwelt**

Kultserien zeichnen sich durch ihren ausgefallenen Charakter aus, der sich laut Martin Compant schon allein daraus ergeben kann, dass eine Serie als extrem gut oder extrem schlecht bewertet wird

(vgl. Compart 1997: 10). Dazu tragen ein ungewöhnliches Konzept, aber z. B. auch das Aufgreifen eines bestimmten Zeitgeistes bei. Auch textuelle Alleinstellungsmerkmale werden als Kennzeichen von Kultserien genannt. Eschke und Bohne beziehen sich ebenfalls auf diese Eigenschaft. Neben einem ansprechenden dramatischen Thema sollte eine Serie laut ihnen eine klar benennbare USP (*Unique Selling Proposition*), also ein Alleinstellungsmerkmal aufweisen, um eine Chance auf Erfolg zu haben. In den USA wird dafür der Begriff *Franchise* verwendet, der bereits im Kapitel zu *Quality TV* behandelt wurde. Die Bestimmung einer eindeutigen USP ist ein wichtiger Schritt bei der Entwicklung von Serienstoffen. „Das Erfolgspotenzial der USP hängt wesentlich davon ab, dass diese Einzigartigkeit von den Kunden wahrgenommen wird; für den Kunden wichtig (relevant) ist; von der Konkurrenz schwer einholbar ist.“ (Eschke/Bohne 2010: 29) Das Alleinstellungsmerkmal kann in drei verschiedenen Kategorien definiert werden. So kann es sich im Grundeinfall einer Serie, in der Figurenkonstellation bzw. der Besetzung oder in der Erzählweise abzeichnen. Bereits die Grundidee einer Serie kann zu ihrem Alleinstellungsmerkmal werden. Auch die Gestaltung der einzelnen Charaktere und ihre Besetzung durch passende Schauspieler können die Einzigartigkeit einer Serie ausmachen. Außerdem kann „das ganze Arsenal moderner erzählerisch-gestalterischer Mittel [...] genutzt werden, um eine Serie einzigartig zu machen.“ (Eschke/Bohne 2010: 31) Letztendlich ist die USP meistens eine Kombination aus allen drei Elementen. Wichtig ist dabei, gerade bei lange laufenden Serien, dass die USP als „Kern der Abmachung mit dem Zuschauer“ in jedem Fall erhalten bleiben muss (vgl. Eschke/Bohne 2010: 32).

Ein weiteres Kultmerkmal von Serien ist, dass sie an bereits bestehende Medienerfahrungen der Zuschauer anknüpfen, aber auch „in sich kondensierte und spezialisierte Welten offerier[en], die als exemplarischer Ausdruck kultureller und gesellschaftlicher Strömungen erlebt werden können.“ (Winter 2013: 72) Auch Eschke und Bohne halten fest, dass Serien wiedererkennbare und einladende Welten für ihre Zuschauer konstruieren müssen. Dabei handelt es sich meistens um eine Mischung aus den vom eigenen Alltag her wiedererkennbaren Welten und sogenannten „Sehnsuchtswelten mit Eskapismuspotenzial“ (Eschke/Bohne 2010: 33). Folgende Kategorien spielen bei der Gestaltung der Serienwelt eine Rolle: „[D]as Setting und Milieu, die Grundkonflikte der Figuren, das Genre und die Erzählweise der Serie.“ (Eschke/Bohne 2010: 33)

#### **4.4.5 Figuren**

Einen bedeutenden Anteil am Erfolg einer Serie haben selbstverständlich ihre Figuren, denn diese stellen die wichtigsten Anknüpfungspunkte und Identifikationsflächen für das Publikum dar. Serienfiguren sind, wie oben festgehalten, ebenfalls ausschlaggebend für den Kultcharakter einer Serie. Als typisch für Kultserien wurde die Kombination aus durchschnittlichen Charakteren und ungewöhnlichen Situationen, aber auch subversive, widersprüchliche, vielschichtige Charaktere, z. B. soziale Außenseiter mit zweifelhafter Vergangenheit, die Weiterentwicklung von mehrdimensionalen Figuren sowie ein besonderes Verhältnis

von Zuschauer und Serienheld genannt. Wie sich die Figurenzeichnung im Detail hinsichtlich dieser Kulturfaktoren gestalten lässt, kann am Beispiel von Eschke und Bohne erläutert werden.

Die Serienfigur setzt sich aus ihren dramatischen Grundlagen, ihrem Verhältnis zu anderen Elementen der Serie sowie dem zum Zuschauer, also ihrer emotionalen Wirkung zusammen. Der sogenannte Grundkonflikt bestimmt immer wieder das Handlungsziel der Figur, kann ausschlaggebend für das Genre einer Serie sein und sollte auf einem universell bekannten Bedürfnis beruhen, an das der Zuschauer anknüpfen kann. Im Gegensatz zu ihrem Bedürfnis, welches die Figur unbewusst verfolgt, hat sie ein konkretes Ziel, dem sie entgegenstrebt. So wie die Serie an sich, sollte auch die Figur ein dramatisches Thema als Basis haben, das auf einem Grundkonflikt aufbaut und als Wertekonflikt formulierbar sein sollte. Diese Basis kann auf einem globalen (Figur – Umwelt), einem lokalen (Figur – Antagonist) oder einem inneren Konflikt (Figur mit sich selbst) beruhen, wobei vor allem Hauptfiguren alle drei Konfliktarten in sich vereinen sollten (vgl. Eschke/Bohne 2010: 47). Eine wirkungsvolle Figur muss nach Eschke und Bohne im Laufe der Serie ihren „tiefsten Punkt“ erreichen, also ihren persönlichen Abgrund. Dieser Punkt ist dadurch gekennzeichnet, dass sich die betreffende Figur hier nicht grundsätzlich wandelt, aber durch ihr Veralten ihre wahre Persönlichkeit zeigt. „Es kann gar nicht genug betont werden, dass dramatisch wirkungsvolle und moderne Serienfiguren konsequent dahin gebracht werden sollten, wo sie am wenigsten hinwollen.“ (Eschke/Bohne 2010: 50) Serienfiguren dürfen „in einer sich dramatisch ändernden Welt“ nicht geschont werden. Es muss gezeigt werden, dass ihr dramatisches Handeln Konsequenzen hat, denn davon hängt nach Eschke und Bohne ihre Glaubwürdigkeit ab (vgl. Eschke/Bohne 2010: 50). Figuren werden durch eine physische, soziologische und psychologische Dimension gezeichnet. Dabei werden oft Klischees angewendet, gerade bei Serienfiguren, die nur kurzzeitig auftreten. Die Figuren sollten eine sogenannte Backstory besitzen, also eine Vorgeschichte, die ihr Handeln in der Frontstory, welches für die Zuschauer im Verlauf der Serie sichtbar wird, erklären. Außerdem kann diese Backstory im Handlungsverlauf immer wieder – Stück für Stück – aufgedeckt und somit dramatisch genutzt werden. Dabei kann durchaus die dunkle Seite einer Figur zum Vorschein kommen, wodurch eine Serienfigur auch „abnorme Tendenzen“ annehmen kann, die diese aber erst recht vielschichtig erscheinen lassen und faszinierend für den Zuschauer machen (vgl. Eschke/Bohne 2010: 56). Eine Serienfigur ist stets im Verhältnis zu den anderen Elementen der Serie zu gestalten, so also auch zum Genre. Eine dramatische Figur umfasst im Gegensatz zu einer rein komischen Figur mehrere Dimensionen. Durch diese Mehrdimensionalität kann eine dramatische Figur aber durchaus komische Aspekte enthalten. Demgegenüber zeichnet sich eine komische Figur vor allem durch eine starke komische Perspektive sowie Übertreibung, Fehler und Menschlichkeit aus.

Die komische Perspektive einer Figur ist ihre ganz spezielle Weltsicht, die auf ausgeprägte, grundlegende Weise von der „normalen“ Weltsicht abweicht. Aufgrund der ihr eigenen Perspektive besitzt die komische Figur eine eigne Wirklichkeit, die in einem starken Kontrast steht zur Wirklichkeit der anderen – aus diesem Kontrast resultiert die Komik, die die Situationen, Handlungen und Dialoge prägt. (Eschke/Bohne 2010: 64)

Im Zusammenhang mit dem Genre wird eine Serienfigur sowohl durch ihren Grundkonflikt als auch durch das Setting geprägt. Je nachdem, welcher Art von Konflikt die Figur von Folge zu Folge gegenübersteht, welchen Beruf sie ausübt oder an welchem Ort sie sich aufhält, werden bestimmte Dimensionen der Charaktere vorausgesetzt. Eschke und Bohne nennen an dieser Stelle das Beispiel der Hauptfigur aus der Serie „Dr. House“, das zeigt, wie eine leichte Veränderung der zu erwartenden Figur in eine andere Richtung zu einer ganz neuen Serienidee werden kann. In diesem Fall ist das ein brillanter Arzt, der um die Dimension des respektlosen Soziopaten ergänzt wird und somit eine unerwartete Eigenschaft erhält. Was das Verhältnis von Figur und Erzählweise betrifft, so gibt es auch hier laut Eschke und Bohne eine zu bevorzugende Strategie:

Erfolgreiche Serien führen den Grundkonflikt der Hauptfigur ein und konzentrieren sich dann in den ersten Episoden gänzlich darauf, diesen zu vertiefen und wiederholt zu verdeutlichen. [...] Auf die Perspektive bezogen heißt das, dass mit der Perspektive der Hauptfigur begonnen wird und aus ihrer Sicht der Kosmos der Serie nach und nach eingeführt und geordnet wird, bevor Stufenweise aus der Sicht weiterer Figuren erzählt wird [...]. (Eschke/Bohne 2010: 67)

Bei der Gestaltung der einzelnen Figuren sowie der Konstellationen unter ihnen kommt es darauf an, dass universelle menschliche Erwartungen erfüllt werden, um die Zuschauer zu erreichen und emotional zu bewegen. Diese Aspekte können unter dem Stichwort des sogenannten „human factor“ (Eschke/Bohne 2010: 68) zusammengefasst werden. Dazu zählen als positive Werte die sozialen Bedürfnisse der Figuren und damit einhergehend Faktoren wie Bindung und Loyalität gegenüber anderen Figuren, als negative Werte hingegen Anmaßung, Trennung und Illoyalität (vgl. Eschke/Bohne 2010: 68). Außerdem gehört zu diesem ungeschriebenen „Publikumsvertrag“ der Interessens- und Schuldausgleich zwischen den einzelnen Parteien. Jede Figur nimmt dabei ihre eigene Haltung in Bezug auf den Grundkonflikt ein. Diese Einstellung ergänzt den persönlichen Charakter der Figur um eine weitere Facette und bestimmt ihren Platz im gesamten Ensemble bzw. bei der sog. „Orchestrierung der Figuren“. Zudem sollte jede Figur in ihren „drei Dimensionen [physisch, soziologisch, psychologisch] möglichst kontrast- und konfliktreich zu den jeweils anderen Figuren der Serie aufgestellt sein. [...] Je mehr Gegensätze der Figuren untereinander angelegt sind, aus denen Konflikte (globaler Konflikt, lokaler Konflikt, innerer Konflikt) erwachsen können, desto besser.“ (Eschke/Bohne 2010: 72) Je nach der Länge der Erzählstrecke, die eine Figur durch ihr Handeln bestimmt, wird zwischen Haupt-, Neben- und Episodenfiguren unterschieden. Hauptfiguren kommen in jeder Episode vor und bestimmen dadurch den horizontalen Erzählstrang. Nebenfiguren können durch ihre Handlungen B- oder C-Plots strukturieren, sind dabei jedoch oft typisiert und nicht dreidimensional. Sie werden vor allem „durch ihre Beziehung zur Hauptfigur definiert“ (Eschke/Bohne 2010: 82). Im Gegensatz dazu treten Episodenfiguren nur in einer einzelnen Episode auf. Das Verhältnis der Figur zum Zuschauer lässt sich vor allem auf einer emotionalen Ebene beschreiben. Das Ziel der Charakterisierung von Figuren ist es, dass Zuschauer sich mit ihnen auseinandersetzen, sich für sie interessieren und über sie nachdenken. Eschke und Bohne nennen drei Ebenen, über die die Verbindung zwischen Zuschauern und Serienfiguren stattfinden

kann. Das ist zum einen die Ebene der Empathie, der Wiedererkennung und des Verständnisses. Außerdem die Ebene der Faszination und des Interesses sowie zum anderen die Ebene von Neugier, Geheimnis und Erwartung (vgl. Eschke/Bohne 2010: 82). Eine gelungene dramatische Erzählung schafft es, die innere Anteilnahme der Zuschauer gegenüber den Figuren zu erregen und Empathie zu wecken. „Empathie stellt die Voraussetzung für eine Identifikation des Zuschauers mit einer Figur dar.“ (Eschke/Bohne 2010: 83) Empathie entsteht vor allem dann, wenn eine Figur leidet, sowohl durch äußere Einflüsse, wie beispielsweise in Konflikten mit anderen Figuren, als auch durch sie selber begründet, z. B. wenn sie immer wieder den gleichen Fehler macht oder von einer Sucht gesteuert wird. Es gibt daneben viele Aspekte, die zur Faszination einer Figur beitragen können. Eschke und Bohne zählen beispielsweise die folgenden auf:

[D]as Vertreten von klaren Haltungen in (Werte-)Konflikten, Mut, Macht, Charisma, Handlungsfreude, das leidenschaftliche Verfolgen eines Ziels, Weisheit, Cleverness, Humor, Spielfreude und Unterhaltsamkeit, aber auch äußere Attraktivität, ein bewunderungswürdiger Beruf [...] innere Widersprüche und Kontraste, Schwächen und Probleme. (Eschke/Bohne 2010: 84f.)

Prägnante Eigenschaften wie diese machen den Helden im Vergleich zu den anderen Figuren einzigartig. „Figuren, die Eigenschaften besitzen, die zu einer emotionalen Ablehnung des Zuschauers führen, werden häufig gleichzeitig mit anderen empathischen oder faszinierenden Eigenschaften und entsprechenden Handlungen ausgestattet.“ (Eschke/Bohne 2010: 85) Wichtig für die Konzipierung von erfolgreichen Figuren ist eine entsprechende Balance zwischen den Faktoren, die die Empathie gegenüber der Figur auf positive oder negative Art und Weise beeinflussen können. Auch Neugier kann als Bindemittel zwischen Zuschauer und Figur fungieren, letztendlich bestimmt aber immer der Faktor Empathie über den Erfolg einer Figur (vgl. Eschke/Bohne 2010: 87)

Was das emotionale Verhältnis zwischen einer Figur und dem Zuschauer betrifft, lassen sich bestimmte Archetypen unterscheiden: der Held, der dem Zuschauer überlegen ist, der Durchschnittstyp, der ihm ebenbürtig ist, der Underdog, der ihm unterlegen ist und der Antiheld, der dem Zuschauer aufgrund seiner Persönlichkeit sehr fern ist (vgl. Eschke/Bohne 2010: 87f.).

Hickethier spricht von einer unaufhebbaren Einheit, wenn Rolle und Darsteller für den Zuschauer zu einer Figur verschmelzen: „Gerade bei den populären Serienfiguren entsteht diese Einheit, so dass viele Schauspieler in ihrem Alltag als Rollenfigur angesprochen werden und sie oft Schwierigkeiten haben, mit ihrer Serienpopularität noch andere Rollen zu erhalten.“ (Hickethier 2012: 170) Im Laufe der Schauspielerkarriere kann sich eine sog. Rollenbiografie entwickeln. Hickethier unterteilt das Verhältnis von Darsteller und Rolle in drei Grundformen. „1. Das Konzept der Identität von Rolle und Darsteller“ (Hickethier 2012: 171): Dabei versetzt sich der Darsteller so intensiv wie möglich in die Situation der Figur. Außerdem gibt es das Konzept des sozialen Gestus, das auf einem Ansatz von Berthold Brecht beruht. Eine Rolle wird dabei so aufgeführt, dass das „Ausstellen einer Rolle“ deutlich wird (Hickethier 2012: 172). Der Betrachter soll die dargestellten Situationen bewusst wahrnehmen, die sozialen Rollen hinterfragen und bewerten. Die dritte Form ist die Rollenkonstitution durch den persönlichen Stil des Schauspielers: der Schauspieler wird

hier quasi zum Mitautor, indem er seinen individuellen Ausdruck miteinbringt (Hickethier 2012: 172). Schauspieler können auch das sichtbar machen, was die Zuschauer unbewusst an sich selber erkennen. Sie machen das Wiedererkennen von psychischen Dispositionen möglich. Auch Ambivalenz kann die „Popularität von Darstellern“ begründen (vgl. Hickethier 2012: 174). Ideologische Botschaften einer Rolle können z. B. durch den körperlichen Ausdruck umgekehrt werden.

#### **4.4.6 Die Erzählweise**

Auf der Ebene der Erzählweise können weitere Aspekte behandelt werden, die als Kultmerkmale aufgeführt wurden. Dabei geht es um die Betrachtung der Elemente, mit deren Hilfe Polysemie erzeugt wird, um die Frage, wie weitere Sinnebenen etabliert werden sowie um die Besonderheiten der Zuschaueransprache durch eine bestimmte Erzählperspektive. Außerdem werden in diesem Zusammenhang weitere textuelle Alleinstellungsmerkmale behandelt, die z. B. in Form von bestimmten Stilmitteln eingesetzt werden.

Eschke und Bohne betrachten die Erzählweise als einen wesentlichen Faktor für den Erfolg einer Serie. Bei Film und Fernsehen werden die diegetische Narration, also das Erzählen einer Handlung durch einen Erzähler, sowie die mimetische Narration, das unmittelbare Zeigen eines Geschehens, miteinander verbunden. Durch das Zeigen kann das zum Ausdruck gebracht werden, was so nicht in Worte gefasst werden kann und umgekehrt: durch das Erzählen kann etwas ausgedrückt werden, was nicht zeigbar ist (vgl. Hickethier 2012: 109). Eine innovative Erzählweise kann zur Popularität von Serien beitragen. Nach der Einteilung von Eschke und Bohne lässt sich die Erzählweise einer Serie hinsichtlich der Kategorien emotionales Erzählen, Stil und Stilmittel sowie Szenendramaturgie und Dialog einordnen. Beim Erzählen einer Serie geht es zunächst darum, das Publikum emotional zu involvieren. Dies passiert auf drei verschiedenen Ebenen: der Ebene der rationalen Logik, der Ebene der sinnlichen Erregung und der Ebene der sozial bedingten Emotion. Dazu gehört, dass das Bedürfnis des Zuschauers nach Zusammenhang und Überblick befriedigt wird. Außerdem gilt es, Emotionen sowohl auf einer sinnlichen Ebene, also durch Lachen oder Furcht, als auch auf einer sozialen Ebene hervorzurufen, z. B. durch Mitgefühl mit einer Figur. Emotionales Erzählen kann innerhalb dieser Ebenen ganz unterschiedlich gestaltet werden. Das emotionale Erzählen mittels Plotkonstruktion und Szenenfolge kann z. B. durch aktivierende Fragen, durch das Prinzip „Ahnung – Erwartung – Überraschung“, durch sog. „Planting and Payoff“-Elemente oder durch das Konzept von Suspense und Surprise erreicht werden (vgl. Eschke/Bohne 2010: 156ff.).

Die Figurenzeichnungen können z. B. mittels dominanten Charakterzügen, prägnanten Grundkonflikten oder kurzzeitig bedeutsamen Handlungszielen dem emotionalen Erzählen dienen (vgl. Eschke/Bohne 2010: 162ff.). Die Erzählperspektive kann nach den drei Grundformen auktorialer Erzähler, personaler Erzähler und Ich-Erzähler unterschieden werden (vgl. Eschke/Bohne 2010: 167ff.). Darauf wird im Detail noch einmal in der späteren Auseinandersetzung mit der Serie „Monaco Franze“ eingegangen.

Was den Stil einer Serie betrifft, so gibt es drei grundlegende Tonalitäten, welche bereits bei den Genres nach Gefühlsregung angesprochen wurden: dramatisch (Drama), komisch (Komödie) und tragikomisch (Dramedy). Zu jedem Stil gehören die entsprechenden Stilmittel, deren Einsatz dazu dient, die Erwartungen der Zuschauer zu erfüllen. Dazu gehören erzählerische Elemente, wie z. B. das Setting, die Figurenzeichnung, die Erzählperspektive, der Grad der Überzeichnung, sowie der Dialog. Außerdem gibt es bestimmte gestalterische Elemente wie Rhythmus und Montage, Farbe und Sound sowie spezielle Effekte, z. B. das Sprechen in die Kamera. Komik entsteht oft aus dem Kontrast zwischen zwei Bereichen, zwischen komischer und realer Wirklichkeit. Erstere ist die für den Zuschauer sichtbare Situation, die andere entspricht der Sichtweise der handelnden Figur, die die Situation ganz anders wahrnimmt. Um den Kontrast zwischen zwei Wirklichkeiten herzustellen, wird oft Übertreibung eingesetzt (vgl. Eschke/Bohne 2010: 96ff.). Jede Szene sollte neben ihrer spezifischen dramaturgischen Funktion einen gewissen Unterhaltungswert für den Zuschauer besitzen. Dies kann z. B. durch narrative Sprünge, bedeutsame Objekte, Running Gags, Foreshadowing, erfüllte und enttäuschte Hoffnungen von Figuren, überraschende Charakterzüge, Kontraste, innere Konflikte oder Geheimnisse und Rätsel erreicht werden. Diese Methoden zur emotionalen Szenengestaltung werden an späterer Stelle in Zusammenhang mit der Serie „Monaco Franze“ erläutert. Ziel ist es, dass „das Wesentliche der Szene gezeigt und nicht lediglich beschrieben wird. Darüber hinaus empfiehlt es sich, die Szene so oft wie möglich mit kleinen Elementen zu würzen, die Emotionen beim Zuschauer auslösen, und mag es auch nur ein Schmunzeln sein.“ (Eschke/Bohne 2010: 185)

Zuletzt behandeln Eschke und Bohne den Dialog als wesentliche Struktur, wenn es um die Erzählweise einer Serie geht. Ein gekonnter Dialog sollte folgende Punkte erfüllen: Effizienz und Enthüllung der Charaktere, Reflektion der Gefühle und Haltungen der Figuren sowie die Definition der Charaktere, eine individuelle und natürliche Sprechweise der Figuren, Schlagfertigkeit und Kontrastierung des Kontextes zur Steigerung des Unterhaltungswerts, Komik durch indirekte Andeutungen z. B. in Form von Sarkasmus oder Ironie, die beiläufige Vermittlung von Informationen, die für den späteren Handlungsverlauf von Bedeutung sind, das Vorhandensein eines Subtexts für die kognitive und emotionale Aktivierung des Zuschauers, Erkennbarkeit einer klaren dramatischen Aufgabe sowie Harmonie zwischen Dialog und Stil der Serie (vgl. Eschke/Bohne 2010: 186ff.).

Die in diesem Kapitel erarbeiteten Begrifflichkeiten und Kategorien werden im anschließenden Teil für die Analyse der Serie „Monaco Franze“ herangezogen.

## 5 „Monaco Franze – Der ewige Stenz“: Hintergründe zur Serie

Bevor „Monaco Franze“ hinsichtlich der erarbeiteten Qualitäts- und Kulturfaktoren analysiert wird, soll im folgenden Kapitel ein Blick auf die allgemeinen Hintergründe zur Serie geworfen werden.<sup>7</sup> Außerdem wird der für die Bedeutung der Serie relevante Stenz-Begriff erklärt.

### 5.1 Hintergründe zur Serie

In Ausgabe 17/1983 veröffentlichte „Der Spiegel“ eine Fernsehkritik zur damaligen Erstausstrahlung der Serie „Monaco Franze – Der ewige Stenz“. Schon im Untertitel wird auf den Erfolg des Zehnteilers hingewiesen: „Bis auf einen Kostverächter (SFB) [Anm.: Sender Freies Berlin] findet die ARD-Vorabendreihe ‚Monaco Franze‘ in allen Regionen zwischen 18 und 19 Uhr eine hingerissene Fan-Gemeinde. Im Süden hocken 40 Prozent vor den Geräten.“ (N.N. (1) 1983: 228f.) Die Hauptfigur wird als „eine Art Münchner Marlowe“ beschrieben, „ein Macho, der kein Frauenfeind ist“. Wie der Artikel belegt, war Helmut Dietls Serie von Anfang an ein Erfolg, sogar außerhalb von München. Dietl merkt das auch in einem Interview an: „Interessanterweise war der Erfolg in Berlin ganz enorm, also da war er fast am größten. Und dann in Nordrhein-Westfalen auch. Das ist auch seltsam. Ich hab‘ darüber nicht nachgedacht, ich war froh, dass es so war und dass sich das durchgesetzt hat und dass die Leute das geliebt haben.“ (Interview mit Helmut Dietl, 2003) Das wird auch an anderen Stellen bestätigt. „Mit seiner dritten Serie ‚Monaco Franze – der ewige Stenz‘ [...] wurde der Erfolg überregional. Sequenzen wie die ‚Opernkritik‘, in der der eigentlich hochkulturell unbeleckte Franz Münchinger es allen Wichtigtuern und Schnöseln zeigt, sind ein Hochgenuss.“ (Ertl 2010: 37f.) Die vom BR produzierte Serie wurde seit ihrer Erstausstrahlung in der ARD 1983 schon mehrmals im öffentlich-rechtlichen Fernsehen wiederholt. 1987 lief sie sogar im Hauptabendprogramm der ARD montags um 20.15 Uhr (vgl. N.N. (2) 1987: 190). Laut der Quotenbilanz des Bayerischen Fernsehens 2013 gehört die Serie zu den „festen Größen“ des Senders: „Die Wiederholung im Sommer von ‚Monaco Franze‘ um 20.15 Uhr begeisterte im linearen Programm wie auch im Netz viele Fans.“ (N.N. (15) 2013) Auch auf DVD scheint sich die Serie laut der Eurovideo GmbH sehr gut zu verkaufen (vgl. Wenzel 2011). Darüber hinaus wird sie vor allem in München immer wieder im Rahmen von kulturellen Veranstaltungen, wie z. B. Open-Air-Kinos gezeigt. Für Helmut Dietl war diese Serie wie er selber beschreibt ein Herzensprojekt:

Diese Figur, die kam wie von selbst. Da musste ich über nichts nachdenken, sondern auf einmal war das da. Da hab‘ ich gedacht, ich möchte eigentlich etwas über eine Münchner Figur machen und das war dann für mich auch sofort der Fischer. Das war nichts, was bewusst herbeigeführt wurde, sondern es kam von selbst daher [...] Außerdem hätte ich eh nichts Anderes können. Für mich hat sich ja nicht die Frage gestellt, „mach ich jetzt des, oder mach ich was Anderes?“, oder so. Ich wollte *das* machen. (Interview mit Helmut Dietl, 2003)

---

<sup>7</sup> Ein ausführlicherer Episodenüberblick zur Information über die Plots der einzelnen Folgen befindet sich im Anhang.

Die Idee entstand vor allem aus dem Heimweh nach München, denn Dietl schrieb diese Serie zusammen mit seinem Coautor Patrick Süskind hauptsächlich in Los Angeles, Paris und Südfrankreich. Er sagt selber, dass die Serie nur aus dieser Distanz zu München heraus erwachsen konnte. Das Münchner Lebensgefühl, der leicht verklärt beschriebene Alltag in der Stadt sowie die liebevoll gezeichneten Charaktere konnten laut Dietl so nur entstehen, weil die Serie überall, nur nicht in München geschrieben wurde. Als Dietl dem Bayerischen Rundfunk sein Konzept schließlich vorstellte, ging dieser aufgrund des Berufs der Hauptfigur Franz Münchinger davon aus, es handle sich um eine Krimiserie. Da Krimis auch damals schon als Garant für gute Quoten ein beliebtes Format waren, wurde die Produktion in Auftrag gegeben. Helmut Dietl, der nicht nur Drehbuchautor war, sondern auch selbst Regie führte, war selber von dem großen Erfolg der Serie überrascht. Ihm ging es nicht darum, eine Erfolgsserie zu erschaffen, ihm ging es in erster Linie um die Umsetzung seines ganz persönlichen Wunschprojekts (vgl. Interview mit Helmut Dietl 2003). Eine Vorstellung, von der Fernsehregisseure heutzutage wahrscheinlich nur träumen können. Und vielleicht ein Grund dafür, weshalb die Serie heute als Kult gilt:

Dieser intelligent und heiter erzählte Zehnteiler mit seinen großartigen Schauspielern darf durchaus als „Kultserie“ und Sternstunde deutscher Fernsehunterhaltung bezeichnet werden. Nicht nur in Berlin und Nordrhein-Westfalen, wo der Erfolg am größten war, wie Regisseur Helmut Dietl in einem Interview erzählte. Auch in Bayern. (Grasberger 2013: 212)

Für die ITV-Geschäftsführerin und Produzentin Christiane Ruff zeigt sich die Qualität der Serie bereits in den vielen Außenaufnahmen, die damals aufgrund des höheren Budgets noch gut möglich waren (vgl. Klode 2016).

## 5.2 Exkurs: Die Bedeutung des Begriffs „Stenz“

Die Bedeutung des Begriffs „Stenz“ ist für das Grundthema der Serie von großer Bedeutung, da damit viel über den Lebensstil und die Einstellung der Figur Monaco Franze ausgesagt und angedeutet wird. Aber auch die Serie hat eine große Auswirkung auf die heutige Bedeutung des Stenz-Begriffs, wie Thomas Grasberger beschreibt: „Jedenfalls hat die Serie eine enorme Wirkung auf unser Thema, denn wer heute über den Stenz spricht, kommt um den Antihelden Franz Münchinger alias Monaco Franze garantiert nicht herum.“ (Grasberger 2013: 212) In Folge 3 beschreibt Monaco sich selber als Stenz. Um sein unanständiges Verhalten zu rechtfertigen, sucht er nach einem passenden Buch als Geschenk für seine Frau, in dem diese Art von Mann beschrieben wird:

MONACO: [...] Wissen Sie, Fräulein, es ist für jemand, der immer noch nicht das richtige Verständnis hat für eine bestimmte Sorte von bayerischem ... wie soll ich sagen ... wissen Sie, was a Stenz is, Fräulein?

BUCHHÄNDLERIN: Dann wollen Sie vielleicht ein bayerisches Wörterbuch?

MONACO: Nein, Fräulein, mehr sowas wie „Der bayerische Mann im Wandel der Zeiten“ ... aber repräsentativ muss' auch sein ... Gibt's denn nicht ein Buch über ... Hausnummer ... den „Stolz von der Au“?

BUCHHÄNDLERIN: Über wen?

MONACO: Der Stolz von der Au ... ja wissens, des war seinerzeit sowas wie ein ... Hausnummer ... Münchner Don Juan.

BUCHHÄNDLERIN: Gut. Dann nehmen Sie die Memoiren von Giacomo Casanova.

MONACO: Casanova? Naa ... naa ... jetzt samma ganz aufm falschen Dampfer ... jetzt passens auf, Fräulein: Jetzt sag ich Ihnen ganz ehrlich, um was es geht. Ich brauche, also ich benötige eine literarische Rechtfertigung respektive historische Untermauerung meines durch und durch unsoliden Lebenswandels. (Folge 3, 14:26-15:11)<sup>8</sup>

Thomas Grasberger schreibt in seinem Buch, das er ausschließlich dem Stenz-Begriff gewidmet hat:

Das Wörterbuch der deutschen Umgangssprache aus dem Jahr 1955 kennt den „Stenz“ nur als Zuhälter. Im Süden ist man da etwas nachsichtiger – der Begriff ist hier vielschichtiger, hat mehrere Bedeutungen. Und es ist wohl kein Zufall, dass man in München gleich mehreren sympathischen Stenzen ein Denkmal gesetzt hat. (Grasberger 2013: 8)

[Anm.: Grasberger meint hier neben Monaco Franze den Schriftsteller und Journalisten Sigi Sommer, dem ein Standbild in der Münchner Fußgängerzone gewidmet wurde.]

Historisch gesehen bezeichnete man ursprünglich den Wanderstab von jungen Handwerksburschen als Stenz. Da diese jungen Burschen auf Wanderschaft gerne mit jungen Damen verkehrten, entwickelte sich daraus ein sog. *pars pro toto*: mit dem Stenz meinte man bald nicht mehr den Stock, sondern seinen charmanten Besitzer (vgl. N.N. (3) 2014). Helmut Dietl beschreibt den typischen Stenz auch hinsichtlich seiner äußeren Erscheinung:

Von etwas windiger Eleganz, der jeweils herrschenden Mode immer einen Schritt vorausstolzierend, hat der Stenz die Pflege seines Haupthaars sowie die Pflege seiner Schuhe (von denen er unzählige besitzt) zu kultischen Handlungen entwickelt. Er legt Wert auf Umgangsformen bzw. das, was er dafür hält, ist einem strengen Ehrenkodex verhaftet und schafft es trotz alledem, das oberste Ausstrahlungsziel dabei nicht aus den Augen zu verlieren: immer cool und lässig zu sein. (Dietl 1983: 7)

Grasberger betont, dass der Stenz nicht mit einem prolligen Aufreißertypen zu verwechseln ist: „Der echte Stenz braucht Fantasie, Charme, Witz, Schlitzohrigkeit und immer auch einen Hang zum Höheren.“ (Grasberger 2013: 205f.) Er bezeichnet den Monaco Franze als einen Stenz „in seiner lustigen Light-Version“ (Grasberger 2013: 214), der mit seinem auch damals schon antiquiertem „Sie, Fräulein“ eher ein bisschen albern wirkt. Dass in der Serie keinerlei sexuellen Handlungen gezeigt werden, liegt laut Grasberger nicht nur daran, dass es sich um ein öffentlich-rechtliches Vorabendprogramm handelt, sondern auch daran, dass Monaco bei den Frauen eigentlich gar nicht so erfolgreich ist. Zumindest nicht immer. Wie Monaco selber gegenüber Manni betont, geht es ihm z. B. bei seiner jungen Freundin Jaqueline um viel mehr: „Weil in dem Fall jetzt geht’s mir überhaupt nicht um die körperlichen Gelüste, sondern des is mehr sowas wie eine ... seelische Sehnsucht, wie soll ich sagen ... mehr so eine Art ... erotisches Heimweh.“ (Folge 7, 16:20-16:31) Genau diese Mischung aus verstaubtem Charme und menschlicher Schwäche machen die Figur nach

---

<sup>8</sup> Bei den in den folgenden Kapiteln zitierten Dialogen wurde in erster Linie das Filmmaterial berücksichtigt, das an manchen Stellen geringfügig von der als Buch erschienenen Originalfassung (vgl. Dietl/Süskind 1983) abweicht. Dabei wurden die sprachlichen Eigenheiten der Figuren bei der Verschriftlichung berücksichtigt bzw. direkt aus dem Drehbuch übernommen, weshalb es in der Schreibweise und der Grammatik z. T. zu Abweichungen gegenüber dem Hochdeutschen kommt. Regieanweisungen wurden ergänzt, wenn diese zum besseren Verständnis des Dialoges beitragen.

Grasbergers Meinung so sympathisch. „[S]einen Macho-Kern, der jedem Stenz seit frühesten Tagen innewohnt, hat man dem Monaco Franze quasi per Drehbuch herausoperiert. [...] Dietsl und Süskind haben jedenfalls ein wunderschönes Märchen erzählt.“ (Grasberger 2013: 217) Die Süddeutsche Zeitung listet den Dietschen Stenz unter der Rubrik „Mythen in Film und Theater“ in einer „Typologie der Unvergänglichen“ auf: „Der Stenz war schon immer da, aber nirgendwo konnte er sich so herrlich austoben wie in den Fernsehserien ‚Monaco Franze‘ und ‚Kir Royal‘.“ (Mayer 2013)

## **6 Analyse der Serie „Monaco Franze“**

Im folgenden Teil der Arbeit sollen die einzelnen Faktoren herausgearbeitet werden, die zum Kultstatus der Serie „Monaco Franze – Der ewige Stenz“ beitragen. Dabei wird sowohl auf die Kennzeichen von Kultserien, als auch auf die damit zusammenhängenden dramaturgischen Kriterien von Hickethier sowie von Eschke und Bohne zurückgegriffen, die im vorherigen Teil ausführlich beschrieben wurden. In diesem Kapitel wird es zunächst um die inhaltlichen Merkmale der Serie gehen. Die Bedeutung der Serienrezeption und die konstituierende Funktion des Publikums, die für die Entstehung eines Kultes grundlegend sind, werden anschließend in einem gesonderten Kapitel behandelt.

### **6.1 Grundlegende Einordnung entsprechend der Seriendefinition**

„Monaco Franze“ zeichnet sich durch konkrete Gattungsmerkmale der Serie aus. Das ist zunächst das Kriterium der Mehrteiligkeit, welches die Serie mit 10 Episoden erfüllt. Sie wurde während der Erstausstrahlung ab März 1983 (vgl. Evermann 1999: 148) in einem wöchentlichen Rhythmus auf einem gleichbleibenden Sendeplatz, mittwochs zwischen 18.00 und 19.00 Uhr (vgl. Saur 2009: 193; N.N. (1) 1983) ausgestrahlt und auch spätere Wiederholungen (z. B. ab Juli 2013 montags und donnerstags um 20.15 Uhr im BR, vgl. AFP 2013) entsprechen diesem Kriterium der regelmäßigen Ausstrahlung. Dazu gehört auch die beständige Länge der einzelnen Folgen von ca. 50 Minuten. Die für Serien notwendige Verknüpfung der Episoden wird durch eine Reihe unterschiedlicher Aspekte erreicht. Das sind zunächst die wiederkehrenden (Haupt-)Figuren, die in jeder Folge auftreten. Dazu zählen neben dem Titelhelden Monaco Franze alias Franz Münchinger seine Frau, Annette von Soettingen, sein Kollege und Freund Manni Kopfeck, die Haushälterin Irmgard sowie Olga Behrens, die Verkäuferin im Antiquitätenladen Soettingen. Wechselnde Nebenfiguren sind vor allem durch die weiblichen Bekanntschaften von Franz Münchinger in jeder Folge gegeben, z. B. Elli in Folge 1 („Ein bisschen was geht immer“), Dolly in Folge 2 („Die italienische Angelegenheit“) oder Jaqueline in Folge 7 („Ein ernsthafter älterer Herr“). Daneben treten Staatssekretär Dr. Manfred Braun, Dr. Edgar Schönferber und Dr. Felix Hallerstein als nobler Freundeskreis von Annette und als Kontrahenten von Monaco auf, wozu man auch den Kleinkriminellen „Tierparktoni“ zählen kann.

Kontinuität zeigt sich vor allem in einem übergeordneten Handlungsstrang, der die Entwicklung der

Hauptfigur in einem bestimmten Lebensabschnitt wiedergibt. Der knapp 50-jährige Franz Münchinger lebt in einer glücklichen Ehe mit seiner Frau Annette, sucht darüber hinaus aber immer wieder das Abenteuer, vor allem mit jüngeren Frauen. Dabei geht es ihm aber nicht unbedingt um das Sexuelle, wie er selber betont: „Ich brauche das Abenteuer. Nicht jetzt nur des, was Sie meinen. Mir geht’s mehr um das Unerwartete ... das Überraschende ... um das spontane Erlebnis.“ (Folge 1, 03:50-04:00) Der aus ärmlichen Verhältnissen stammende Kriminalbeamte muss sich im Streben nach seiner persönlichen Freiheit immer wieder neuen Konflikten stellen, aus denen er sich aber meistens unbeschadet herauswinden kann, auch dank seiner toleranten und über den Dingen stehenden Frau Annette, von ihm liebevoll „Spatz!“ genannt. Trotzdem sind es die unterschiedlichen Lebensphilosophien des Stenzes und der in gehobenen Kreisen verkehrenden Frau von Soettingen, die das Paar schließlich getrennte Wege gehen lässt. Am Ende siegt aber wie so oft die Liebe und das Paar wird in München wieder vereint. Der Handlungsstrang orientiert sich am sog. *Franchise*, der Grundidee der Serie, die die einzelnen Folgen zusammenhält und somit ein wichtiges Serienmerkmal ist. Darauf wird unter dem Gesichtspunkt des dramatischen Themas noch genauer eingegangen. Die Stadt München als fester Schauplatz sorgt ebenfalls für Regelmäßigkeit. Als formale Verknüpfungsmittel dienen sowohl das Intro, in dem die Schauspieler anhand bestimmter Ausschnitte aus der Serie vorgestellt werden, als auch die Titelmelodie, die sich in Form von Variationen immer wieder durch die einzelnen Folgen zieht.

Wie sich anhand der oben aufgeführten Seriendefinitionen zeigt, erfüllt „Monaco Franze“ hinreichende Kriterien, um als Serie zu gelten. Dadurch erfüllt „Monaco Franze“ eine begünstigende Bedingung für die Entstehung eines Kultes, wie zuvor festgestellt wurde. Durch die Serialität wird im Gegensatz zum Film genügend Raum für detailliertes Erzählen und Anknüpfungspunkte gegeben. Das zeigt sich vor allem an den Figuren, die im Laufe der Serie immer wieder mit neuen Details überraschen und durch schrittweise entfaltete Hintergründe eine besondere Tiefe erhalten.

## 6.2 Das Genre

Das Genre kann als Mischung aus Familienserie, Krimi und Drame beschrieben werden. Ähnlich wie bei anderen Erfolgsserien wie z. B. „Dr. House“ handelt es sich nicht um ein eindeutiges Genre. Wie in einer typischen Familienserie steht eine bestimmte Figurenkonstellation im Mittelpunkt, auch wenn es sich strenggenommen nur bei Annette und Monaco um eine Familie handelt. Eschke und Bohne nennen jedoch auch die „Ersatzfamilie“, die sich aus Freunden oder Nachbarn entwickeln kann, als zutreffendes Merkmal (vgl. Eschke/Bohne 2010: 118). Die für Familienserien typischen Grundkonflikte sind auch bei „Monaco Franze“ in Form des Selbstverwirklichungskonflikts und des Liebeskonflikts gegeben. Das Genre des Krimis wird nur in den ersten drei Folgen sowie in Episode 6 angedeutet, als Monaco noch als Kriminalkommissar tätig ist bzw. später auch noch als Privatperson gegen den Tierparktoni ermittelt. Bei bestimmten Szenen

kann man als Zuschauer förmlich mitfiebern, freut sich aber gleichzeitig über die amüsante Situation, z. B. wenn der Tierparktoni in Folge 3 seine Rache an Monaco plant.

Am stärksten tritt als Genre der Gefühlserwartung das Dramedy hervor, vor allem in den letzten beiden Folgen. Der humorvolle und heitere Grundton der Serie wird hier und da durch tragische oder dramatische Momente unterbrochen, wie beispielsweise bei der Trennungsszene in Folge 4. Wie andere dramatische Situationen in der Serie, wird aber auch diese immer wieder durch komische Effekte aufgelockert, wie die folgende Szene zeigt:

MONACO: Spatzl ...

DR. BRAUN: Nix „Spatzl“, Herr Münchinger! Es hat sich ausgespatzlt ...

ANNETTE: Bitte, Manfred ...

DR. BRAUN: Entschuldige, Annette, aber du hast mich ausdrücklich gebeten, dass ich bei diesem Gespräch dabei sein soll, weil du nicht wieder umfallen willst. Diesmal ist es ernst, Herr Münchinger! Endlich, möchte ich hinzusetzen.

IRMGARD: Entschuldigung, soll ich jetzt zwei Schnitzel braten oder drei?

ANNETTE: Wieso?

IRMGARD: Ja, weil wenn der Herr Münchinger doch noch zum Essen dableibt, dann wärns drei.

ANNETTE: Ich glaube, es reichen zwei.

MONACO: So wie ich die Sache sehe, Irmgard, könnens in Zukunft immer ein Schnitzel weniger kaufen.

IRMGARD: Naa, Herr Münchinger, sagens des ned.

MONACO: Schau, Spatzl, i könnt natürlich sagen, des is jetzt fünf Jahre her und es gibt sowas wie eine Verjährung ... sogar gesetzlich, jawohl, des gibt's! Eine gesetzliche Verjährung!

ANNETTE: Ja, aber für deine Carola offenbar nicht, die träumt ja heute noch davon!

DR. BRAUN: Ihre physische Konstitution ist doch bestenfalls normal. Was haben Sie mit der Person eigentlich gemacht?

MONACO: Ja nix, nix anders wie sonst auch!

DR. BRAUN: „Wie sonst auch“! Reicht dir das immer noch nicht, Annettchen?

IRMGARD: Also dann zwei?

MONACO: Ja, zwei. Aber vorher helfen Sie mir noch beim Kofferpacken.

IRMGARD: Mei, Herr Münchinger, des haben wir doch schon so oft gmacht!

MONACO: Ja, diesmal wird nicht wieder ausgepackt, das versprech ich Ihnen! *Zu Annette:* Ich seh ein, dass du dich von mir trennen willst. Du hast recht, ich bin a einzige Zumutung für dich. Irgendwie geht's halt nicht mit uns. Und ob ich mich so schnell ändern kann? Ich glaubs nicht. Lass mas gut sein, Spatzl. Servus. *Zu Dr. Braun:* Sie haben mich von Anfang an nicht leiden können, stimmts?

DR. BRAUN: Zum ersten Mal muss ich Ihnen recht geben, Herr Münchinger. Zum ersten und zum letzten Mal! (Folge 4, 34:55-37:07)

Die Komik ist hier durch die Personenkonstellation gegeben, in der Dr. Braun sich wie Annettes Anwalt verhält und für sie spricht. Monaco greift die Atmosphäre der Gerichtsverhandlung auf und weist auf sein Recht auf Verjährung hin, gibt dann aber selber unbeabsichtigt zu verstehen, dass es sich bei dem Seitensprung um keinen Einzelfall handelt. Dazu kommen Irmgards trockene Zwischenfragen, mit denen sie ganz pragmatisch klären möchte, was sie zum Abendessen vorbereiten soll.

Typisch für das Genre Dramedy geht es bei „Monaco Franze“ im Grunde stets um den Liebeskonflikt zwischen ihm und seiner Frau bzw. den anderen Frauen, wobei dieses Thema im Vergleich zu anderen

Dramedy-Serien weniger dramatisch, sondern vielmehr mit einem Augenzwinkern behandelt wird. Durch Monacos enge „Beziehung“ zu seiner Heimatstadt München, die vor allem in Folge 9 zum Ausdruck gebracht wird, könnte man auch das Setting für die Genrebezeichnung heranziehen und von einer Heimatserie sprechen. Der geläufigen Konvention entsprechen handelt es sich dabei jedoch meist um besondere Landschaften oder ländliche Gegenden (vgl. Eschke/Bohne 2010: 124). Jedoch wird darauf auch in einer Rezension der „Zeit“ aus dem Erscheinungsjahr der Serie hingewiesen:

„Monaco Franze“ ist nicht einfach nur irgendeine Unterhaltungsserie, sondern ein achteiliger [Anm.: eigentlich zehnteiliger] Heimatfilm, der nicht in den Bergen oder sonstwo auf dem Lande, sondern in der Großstadt spielt, die uns seit Brecht, Döblin oder Dos Passos als Moloch, als mörderischer Dschungel galt. [...] Für Franz Münchinger ist die Großstadt Heimat. (Schödel 1983)

Der hier beschriebene Genremix bzw. die Überschreitung von Genre Grenzen trägt zum besonderen Konzept der Serie bei und bietet darüber hinaus Anknüpfungspunkte für ein breites Publikum. Die Vermischung von unterschiedlichen Genrekonventionen sorgt für einen prägnanten Charakter der Serie, bricht mit gewohnten Erwartungen und begünstigt die Entstehung mehrerer Bedeutungsebenen. Analog zu den Überlegungen Winters begünstigt dieses Hinwegsetzen über Genre Grenzen die Offenheit des Textes und schafft Anknüpfungspunkte für die kulthafte Reaktion und Identifikation mit dem Text von Seiten des Publikums (vgl. Winter 2013: 68). „Monaco Franze“ kann zwar per se keinem fantastischen Genre zugeordnet werden, wie es für viele Kultserien wie beispielsweise „Star Trek“ der Fall ist. Allerdings bezeichnet Helmut Dietl die Serie selber als ein Märchen, da sie eine romantisierte Wirklichkeit und einen verklärten Blick auf das Leben wiedergibt: „Das Ganze ist ja auch nicht realistisch zu nehmen. Das sind ja ... wie soll ich sagen ... Märchen.“ (Interview mit Helmut Dietl 2003)

### 6.3 Die Serienstruktur bei „Monaco Franze“

„Monaco Franze“ kann hinsichtlich der Serienstruktur dem *Serial* zugeordnet werden, da sich ein fortlaufender, übergeordneter Handlungsstrang durch alle Episoden zieht. Außerdem sprechen dafür nicht nur die gleichbleibenden (Haupt-)Figuren, sondern auch die wiederkehrenden Gegenspieler, z. B. der Kleinkriminelle „Tierparktoni“ oder die Freunde von Annette von Soettingen, die Franz Münchinger nicht an ihrer Seite akzeptieren. Gleichzeitig wird die Handlung innerhalb einer Episode stets abgeschlossen, wodurch auch das Merkmal eines *Series* gegeben ist. Deshalb kann man hier von einer Hybridform oder einem sogenannten *Flexi-Narrative* nach Nelson sprechen (vgl. Nelson 2013: 24). Jede Episode ist von ihrem Plot her abgeschlossen, bezieht sich aber auf Figuren und Handlungen aus vorherigen Episoden. Hier zeigt sich deutlich die von Hickethier angesprochene Doppelstruktur der Serie. Was die Handlungsstruktur betrifft, so wäre sie nach der Zuordnungsskala von Weber und Junklewitz eher in Richtung der Fortsetzungsserie anzusiedeln, da sich ein übergeordneter Handlungsstrang über die gesamte Serie erstreckt, auch wenn die einzelnen Episoden in sich geschlossen erzählt werden. Es gibt somit keine

Cliffhanger-Momente am Episodenende. Im Gegensatz zu Hickethiers Definition einer Serie mit abgeschlossenen Folgenhandlungen, entwickeln sich die Figuren bei „Monaco Franze“ auch zwischen den Folgen weiter, sodass sie für den Zuschauer quasi ein „Eigenleben“ haben (vgl. Hickethier 2012: 198). Folge 6 setzt beispielsweise mit der Information ein, dass Monaco nicht mehr bei Annette wohnt. Das hat sich in der vorherigen Episode nicht angekündigt und man erfährt erst im Verlauf der Handlung, dass es sich bei dem Trennungsgrund (wie zu vermuten war) um einen Seitensprung von Monaco gehandelt hat. Auch in Folge 4 erfährt der Zuschauer gleich zu Beginn, dass Monaco mit seiner Detektei nicht erfolgreich ist, die er erst kurz zuvor, am Ende von Folge 3, eröffnet hatte. Man ist sich also darüber bewusst, dass zwischen den Folgen etwas „ohne Beisein“ des Zuschauers passiert ist. Laut dem Definitionsansatz von Wolling lässt sich „Monaco Franze“ mit seiner begrenzten Anzahl an Folgen, einer mittleren Intensität der Verknüpfung zwischen den Episoden und einer insgesamt abgeschlossenen Serienhandlung als eine Episodenserie definieren (vgl. Wolling 2004: 172). Nach der Definition von Kainz, die sich aber allein auf die Anzahl der Folgen bezieht, handelt es sich um eine Miniserie, nach Hickethier um einen Mehrteiler.

Die einzelnen Episoden sind nach dem Schema der Dreistrangdramaturgie strukturiert. In Folge 1 beispielsweise bildet das Geschehen rund um den Opernbesuch die dominierende Handlung. Diese zieht sich von der versäumten „Rheingold“-Aufführung, über die Vorbereitungen für die „Walküre“, bis hin zur Opernkritik in der Weinstube, wo sie ihren Höhepunkt findet und schließlich damit endet, dass Monaco als Sieger aus der Situation hervorgeht und Annette ihm am nächsten Tag als Belohnung das Frühstück ans Bett bringt. Daneben wird im sogenannten B-Strang Monacos Suche nach der unbekanntenen Elli geschildert und in einem kleineren Subplot, dem C-Strang, die geplante Vernissage von Annette thematisiert, für die sie das Porträt von Monaco anfertigt.

#### **6.4 Das dramatische Thema der Serie**

Das dramatische Thema der Serie beruht in erster Linie auf der Hauptfigur Franz Münchinger. Es ergibt sich aus dem Gegensatz seiner Bedürfnisse. Einerseits braucht er seine Freiheit und das Abenteuer. Andererseits ist er von der emotionalen und finanziellen Sicherheit abhängig, die ihm sein „Spatz!“ gibt. Solange diese Bedürfnisse nicht erfüllt werden, kann Monaco nicht zufrieden sein, woraus sich auch sein Grundkonflikt ergibt. In seinen Handlungsoptionen zeigt sich immer wieder ein Wertegegensatz, der als Basis des Themas die Grundlage der gesamten Serie bildet (vgl. Eschke/Bohne 2010: 25). Dabei handelt es sich zum einen um den Gegensatz moralischer Werte, denn Monaco liebt seine Frau, betrügt sie aber trotzdem mit anderen. Zum anderen geht es aber auch um gegensätzliche soziale und gesellschaftliche Werte, wie Annettes Herkunft aus gutem Hause, ihre Zugehörigkeit zur intellektuellen Oberschicht und im Gegensatz dazu Monacos ärmliche Kindheit im Westend sowie seine Ablehnung gegenüber der „feinen Gesellschaft“. „Vermutlich ist auch diese Art von sozialer Herkunft in dem Sinne, dass man keine wirkliche hat,

wahrscheinlich eine Grundvoraussetzung dafür, dass man eben irgendwie was Besonderes sein möchte.“ (Interview mit Helmut Dietl 2003) Für Helmut Dietl ist die ärmliche Herkunft von Monaco ausschlaggebend für sein Verhalten und die Persönlichkeit, die er verkörpern möchte. Er kompensiert damit persönliche Schwächen und den materiellen Mangel, der seine Kindheit geprägt hat. Das wird auch mehrmals in der Serie thematisiert. Annette spricht ihn in Folge 1 auf seine „Schwellenangst“ an, die ihrer Meinung nach dazu führt, dass er sich über kulturelle Dinge lustig macht. Im Rahmen des Soziogramms diagnostiziert Dr. Hallerstein in Folge 2, dass Monaco seinen schwachen sozialen Status durch „Bestätigung in außerehelicher Betätigung“ auszugleichen versucht. Monaco streitet dies zwar stets ab, geht aber indirekt auch selber auf dieses Thema ein, als er sich auf Annettes Namenstagsfeier mit Dr. Schönferber unterhält:

ELLEN BRAUN: Wir wollten doch so gerne, dass uns Herr Münchinger erzählt, wie es in der Unterwelt zugeht!

SCHÖNFERBER: Ah ja, Herr Münchinger, ich könnte mir vorstellen, dass es in diesen Kreisen genauso zugeht wie in anderen Kreisen.

MONACO: Da habens ganz recht, Herr Dr. Schönferber. Wissens, grad diese kleinen Ganoven von der Sorte Tierparktoni, die haben den Großverbrecherkomplex, die haben ein unheimliches Defizit in puncto Sozialprestige. Also ... Sie täten wahrscheinlich dazu sagen Profilierungsneurose ...

SCHÖNFERBER: Richtig, richtig. Ich stelle mir das genauso vor wie bei uns in den Medien.

(Folge 3, 24:58-25:25)

Trotz der vielen Gegensätze übersteht die Ehe sämtliche Erschütterungen und das Paar wird selbst nach der tragischen Wende in der letzten Folge wieder vereint. „Eine Art harmonische Instabilität scheint ihre Beziehung zu prägen.“ (N.N. (4) 2014) Für Eschke und Bohne geht es bei dem dramatischen Thema nicht darum, einen universellen, menschlichen Grundkonflikt zu lösen, sondern diesen möglichst facettenreich zu zeigen (vgl. Eschke/Bohne 2010: 26). Die Widersprüche, die sich aus den hier beschriebenen Wertegegensätzen ergeben, tragen zum polysemen und somit offenen Charakter des Textes bei. So kann man in der Figur Monaco Franze z. B. einerseits eine Person sehen, die nach etwas Höherem strebt, andererseits aber auch eine Person, die versucht ihre Schwächen zu kompensieren. Die Serie „Monaco Franze“ kann dadurch auf ganz unterschiedliche Arten gelesen werden, was laut Winter zum Kultcharakter der Serie beiträgt (vgl. Winter 2013: 80). Für Eschke und Bohne bildet das dramatische Thema mit dem zugrundeliegenden Wertegegensatz die Basis, um die Zuschauer emotional anzusprechen. Nur dadurch wird das Publikum zur weiteren Beschäftigung mit der Serie angeregt, was wiederum die Bedingung für die Entstehung eines Kultes darstellt. Als weiteres Merkmal für Kultserien wird bei „Monaco Franze“ durch das Aufgreifen von Widersprüchen eine Distanz zu dominanten Wertvorstellungen geschaffen. Bestehende gesellschaftliche Konventionen werden dadurch hinterfragt.

Die Serie „Monaco Franze“ folgt dem Prinzip des thematisch dichten Erzählens. Das Thema wird in allen Hauptfiguren und Erzählsträngen abgebildet, wobei der Kontrast zwischen den beiden Welten, in denen Monaco Franze verkehrt, immer wieder zum Ausdruck gebracht wird. Der beschriebene Wertegegensatz zeigt sich nicht nur in Monacos Verhältnis zu Annette, sondern auch in den anderen Figuren, wie z. B. in

Manni Kopfeck, der seinen Freund bei der Suche nach fremden Frauen unterstützt und ihm beim Lügen behilflich ist oder in der Haushälterin Irmgard, die der Meinung ist, Annette hätte einen Besseren verdient und Monaco dies auch deutlich spüren lässt. Auch Annettes Angestellte Olga lässt keine Gelegenheit aus, um Monaco schlecht zu machen oder ihn bei Annette zu verpetzen. Die Figuren der Serie beziehen also deutlich Stellung zum dramatischen Thema. Zusätzlich werden die einzelnen Episoden durch jeweils eigene emotionale Themen zusammengehalten, auf die die Figuren reagieren müssen. In Folge 4 ist das beispielsweise das unerwartete Auftauchen von Carola, welches die Ehe von Monaco und Annette auf die Probe stellt und dabei auch Dr. Brauns negative Einstellung Monaco gegenüber deutlich werden lässt. In Folge 8 reagieren die Figuren entsprechend ihrer bisherigen Grundsätze auf die drohende Wirtschaftskrise. Monaco, der materiell nie viel zu verlieren hatte, achtet nicht auf wirtschaftliche oder politische Veränderungen, genießt sein Leben weiterhin und sieht mit der Krise höchstens seinen Wohnort in München bedroht. Annette, die im Krieg miterlebt hat, wie schnell man Wohlstand verlieren kann, sorgt sich ernsthaft um ihre Existenz, reagiert mit Sparmaßnahmen und wandert schließlich auf die Bermudas aus. Irmgard betrachtet die Situation realistisch und nüchtern. Sie gibt Annette zu verstehen, dass sie sich eben von ihrem teuren Lebensstil verabschieden müsse.

Indem die Figuren der Serie jeweils unterschiedliche Sichtweisen auf den Grundkonflikt und den damit zusammenhängenden Wertegegensatz repräsentieren, sorgen sie für vielfältige Identifikationsmöglichkeiten beim Publikum. Das dramatische Thema wird durch die Figuren aus gegensätzlichen Perspektiven kommentiert, was zur textuellen Offenheit und somit zum Kultcharakter der Serie beiträgt

## **6.5 USP und Serienwelt von „Monaco Franze“**

Die USP der Serie „Monaco Franze“ setzt sich sowohl aus der Grundidee, als auch aus den Figuren, der passenden Besetzung und der Erzählweise zusammen. Die Grundidee der Serie war schon zur Zeit ihrer Erstaussstrahlung etwas Neues (vgl. Interview mit Helmut Dietl 2003), aber auch heute bleibt die Geschichte um den Münchner Stenz Monaco Franze, der mit seiner Midlife-Crisis kämpft, einzigartig. Die untreue Hauptfigur ist dem Zuschauer vor allem deswegen sympathisch, weil sie von Helmut Fischer verkörpert wird, der sowohl aufgrund seines eigenen Charakters, aber auch, weil Helmut Dietl die Rolle quasi für ihn geschrieben hat, perfekt passt. Auch Annette von Soettingen oder Manni Kopfeck wirken dank der Besetzung durch Ruth-Maria Kubitschek und Karl Obermayr sehr realistisch und stellen unverwechselbare Charaktere dar. Daneben sorgen Gastrollen von Thomas Gottschalk (als Türsteher Ricky in Folge 1), Gustl Bayrhammer (als Kriminaldirektor Göberl in Folge 2 und 9) oder Gerhard Polt (als Zollbeamter in Folge 9) für humorvolle und interessante Akzente, aus heutiger Sicht vor allem für jüngere Zuschauer, die Bayrhammer hauptsächlich in seiner Rolle als „Meister Eder“ und Gottschalk als „Wetten dass ...?“-

Moderator kennen. Die Inszenierung wirkt durch viele Außenaufnahmen und echte Innenräume (Wohnungen, Geschäfte, Restaurants, etc.) sehr hochwertig und realistisch. Die schauspielerischen Leistungen können als sehr authentisch bewertet werden, was vor allem in Bezug auf die Hauptfigur durch die Erzählperspektive unterstrichen wird. Beide Aspekte werden von Winter als Kennzeichen von Qualitäts- und Kultserien angegeben (vgl. Winter 2013: 68). Sie stellen eine wichtige Voraussetzung für die intensive Beschäftigung mit der Serie dar, z. B. für das wiederholte Ansehen und begünstigen die kommunikative Aneignung, die z. B. durch intertextuelle Bezüge wie Berichte über das Privatleben der Schauspieler gefördert wird.

Die Serienwelt, die in „Monaco Franze“ gestaltet wird, ist eine Mischung aus einer alltäglichen, wiedererkennbaren Welt und einer „Sehnsuchtswelt“, die dem Zuschauer eine Flucht aus dem Alltag erlaubt. Dabei handelt es sich um Szenen aus dem Leben von ganz „normalen“ Personen, die weder überdurchschnittlich gut aussehen, noch besonders erfolgreich sind oder ausgefallenen Tätigkeiten nachgehen. Es geht um das Leben in der Stadt, um zwischenmenschliche Beziehungen und alltägliche Konflikte. Die Unterschiede zwischen zwei Klassen der Gesellschaft stellen ein bekanntes Thema dar, das aus dem Leben gegriffen ist. Franz Münchinger, der in ärmlichen Verhältnissen aufgewachsen ist und aus dem Arbeitermilieu kommt, trifft auf das Bildungsbürgertum, auf eine für ihn fremde Welt. Es geht um das gegenseitige Unverständnis und das lustig machen über den anderen. Gleichzeitig wird in der Serie der unbeschwerte Lebensstil eines Lebenskünstlers vermittelt, der sich im München der 1980er-Jahre einen Namen gemacht hat und sowohl mit Restaurantbesitzern, Türstehern und Kleinkriminellen per du ist. Aus heutiger Sicht vermittelt die Serie das beschauliche Lebensgefühl jenseits von Smartphones und Social Media, als soziale Netzwerke noch persönlich aufrechterhalten wurden. Diese „heile Welt“, in der das Leben in der Stadt noch nicht so stark durch Anonymität und Stress geprägt wurde, zeigt sich z. B. in der ersten Folge, als Elli sich von Frau Gralhuber, der Kioskverkäuferin ihres Vertrauens, aus der Hand lesen lässt. Während sie ihr die Begegnung mit Monaco prophezeit („Jaja, jetzt seh ichs ja gleich ganz deutlich! Ich sehe am Wochenende einen großen, schlanken, gutaussehenden Mann ... nicht mehr ganz jung ... in einem Lokal stehen und auf Sie warten, Fräulein Elli.“, Folge 1, 11:25-11:36), müssen sich die anderen Kunden eben einen Augenblick gedulden. Dadurch ergibt sich ein weiterer Kultfaktor, denn Serien werden laut Mikos oft aus nostalgischen Gründen, wie z. B. aufgrund positiver Erinnerungen an die Kindheit oder an ein bestimmtes Jahrzehnt, wiederholt rezipiert und kultisch verehrt (vgl. Mikos 2004: 40f.).

Für Zuschauer, die selbst einen Bezug zur Stadt München haben, ist außerdem die Atmosphäre des „alten“ Münchens, die Erinnerungen weckt oder Sehnsucht hervorruft von großer Bedeutung. Einige Schauplätze haben sich inzwischen sehr verändert, sie sind aber immer noch deutlich erkennbar und dem Publikum vertraut, wie beispielsweise das Café am Hofgarten, in dem Monaco am Ende von Folge 2 die Sonne genießt und den flanierenden Damen hinterhersieht. Anne Klien bestätigt die Bedeutung der Wiedererkennbarkeit von Schauplätzen bei Serien in ihrer Untersuchung zur US-Serie „Ally McBeal“:

Der Wiedererkennungseffekt einer domestic-production hat offenbar großen Einfluss auf das Interesse der Zuschauer. Dies zeigt sich sehr deutlich in einem großen Land wie Amerika: Daten von Nielsen Media Research beweisen, dass Primetime-Serien, die in einer bestimmten Stadt/Region spielen, in eben dieser Gegend fast immer signifikant höhere Einschaltquoten erreichen als im Landesdurchschnitt. (Klien 2001: 125)

Ulf Poschardt schreibt für „Die Welt“ darüber, wie Fernsehserien süchtig machen. Auch seiner Meinung nach geht es dabei oft um geografische Angaben und Merkmale:

Alle Figuren benötigen einen Ort, der als Heimat auch Sinnzentrum ist. Sowohl die Serien aus New York wie „Sex and the City“ und „Seinfeld“ als auch jene aus Los Angeles wie „Melrose Place“ und „Beverly Hills 90210“ [...] sind geografisch präzise bis auf die Hausnummer zu identifizieren. Die Authentizität der Sprache mündet in deutschen Serien wie „Monaco Franze“ [...] zu einer besonderen Bedeutung von Dialekten [...]. TV-Serien sind die bedeutsamste Fortführung des Heimatromans bzw. -films. Romantik und Sehnsucht sind der entscheidende Rohstoff. Gerade in der Ortlosigkeit der Postmoderne ist die Sehnsucht nach der Verklärung von Heimat entscheidend. (Poschardt, 2005)

Die Stadt München dient in der Serie nicht nur als Kulisse, sondern übernimmt eine Art Hauptrolle, denn sie ist letztendlich dafür verantwortlich, dass Franz Münchinger nicht mit seiner Frau auf die Bermudas auswandert. Wie wichtig ihm diese Stadt ist, erklärt er z. B. dem Zollbeamten, als er in Folge 9 sein Adressbuch aus dem bereits versiegelten Möbelcontainer holen möchte:

MONACO: Ja, dann plomben Sies halt wieder auf!

BEAMTER: Na, das mache nicht ich. Das macht der Zoll am Bestimmungsort – Hamilton, Bermudas.

MONACO: Ja, da brauch ichs nimmer. Jetzt brauch ichs, hier! Ich muss mich ja noch verabschieden von ... von Freunde, Bekannte, Verwandte ... Ich habe ja ein Leben lang in dieser Stadt gewohnt. Ich bin hier geboren und aufgewachsen! Ich habe hier geliebt ... gelebt ... alles – diese Stadt ist meine Heimat! (Folge 9, 14:20-14:42)

Noch eindringlicher wendet er sich mit dieser Erklärung später an den spanischen Hotelpagen, der denkt, Monaco möchte ihm seine Wohnung aufgrund deutscher Ausländerfeindlichkeit nicht vermieten:

PAGE: Jaja, ich kenne das schon hier in Deutschland, ich weiß schon.

MONACO: Ja, einen Schmarrn wissen Sie! Einen Schmarrn!

PAGE: Doch doch, das ist schon so.

MONACO *wütend*: Das ist eben nicht so! Weil ichs am liebsten überhaupt nicht hergeb! Keinem Ausländer, keinem Inländer, keinem Professor, keinem niemand, weil ich seit 20 Jahren in dieser Wohnung gewohnt hab! Weil mir diese Wohnung wunderbar gefällt, nicht? Weil ich ein Leben lang in dieser Stadt gewohnt hab, ich bin hier geboren und aufgewachsen und in die Schule gegangen – verstehen Sie das? Diese Stadt ist meine Heimat! Sie sind doch auch aus dem Ausland? Verstehen Sie das? – Wo san denn Sie her?

PAGE *verwirrt*: Aus Málaga.

MONACO: Na sehen Sie: Und möchtens nicht lieber daheim sein ... in Málaga?

PAGE: Doch, jetzt schon, ja ...

MONACO: Na also. Und genau das mein ich. Verstehen Sie das? (Folge 9, 25:40-26:20)

„Monaco Franze“ wurde im Gegensatz zu heutigen „Kultserien“ nicht als solche angekündigt oder kurz nach ihrem Erscheinen schon als solche gelobt. Als typische München-Serie stellt sie im Vergleich zu anderen, überregionalen Serien etwas Besonderes dar und lässt sich durch diesen starken regionalen Bezug vom

Mainstream abgrenzen. „Monaco Franze“ unterscheidet sich aus heutiger Perspektive schon allein deshalb von Mainstreamserien, weil die Serie inzwischen über 30 Jahre alt ist und dadurch einen besonderen Zeitgeist transportiert. Sie stellt eine Art Insider-Wissen für diejenigen dar, die erst in den 1980er-Jahren oder danach geboren wurden und die Serie erst Jahre später, nach der regulären Ausstrahlung für sich entdecken konnten. Viele, die die Serie noch aus ihrer Kindheit kennen und sich heute gerne daran erinnern oder die Serie wieder neu für sich entdecken, können als sogenannte Kulterzeuger dienen (vgl. Mikos 2004: 40f.). Das besondere Münchner Lebensgefühl der frühen 1980er-Jahre wurde mit der Serie eingefangen, sodass mit dem Kult um die Serie positive Erinnerungen bis hin zum nostalgischen Schwelgen in der Vergangenheit verbunden sein können. Wie mit der Studie von Furno-Lamude und Anderson (vgl. Furno-Lamude/Anderson 1992: 371) gezeigt wurde, wird die Motivation für die wiederholte Rezeption von Serien oftmals aufgrund persönlicher Erinnerungen, historischer, kultureller oder sozialer Aspekte hervorgerufen. Dass es dabei weniger um die konkreten Inhalte der Serie geht, greift auch Lothar Mikos auf (vgl. Mikos 2004: 41) Der Zeitgeist und das historische Lebensgefühl, das die Serie transportiert, kann somit als Anknüpfungspunkt für kultartige Interaktion durch das Publikum gewertet werden. Der Zeitgeist kann auch als weitere Sinnenebene der Serie aufgefasst werden, die sich erst durch den zeitlichen Abstand entwickeln konnte und laut Klien ein weiteres Merkmal von Kultserien darstellt (vgl. Klien 2001: 36).

Gleichzeitig kann man in der Serie auch eine kritische Auseinandersetzung mit den sozialen Verhältnissen in der Gesellschaft erkennen, wobei diese aufgrund der humorvollen Grundstimmung immer mit einem Augenzwinkern daherkommt. Gegensätzliche Wertvorstellungen werden gegenübergestellt und abweichende Handlungen, wie beispielsweise das Fremdgehen legitimiert, indem ein unerwarteter Umgang damit gezeigt wird. Durch dieses Aufgreifen von Tabus und Widersprüchen, werden die herrschenden gesellschaftlichen Normen hinterfragt. Entsprechend der Definition von Winter (vgl. Winter 2013: 71) wird dadurch zum Kultcharakter der Serie beigetragen.

Wie die hier beschriebene USP zeigt, kann man bei der Serie durchaus von einem besonderen Konzept sprechen, dass sich z. B. durch den engen Bezug zur Stadt München und die besonderen Charaktere auszeichnet. Gleichzeitig wird dadurch eine Serienwelt gezeichnet, die dem Publikum Anknüpfungspunkte bietet, aber durch den märchenhaften Charakter auch Eskapismuspotenzial enthält. Auch an dieser Stelle lässt sich also von einem Kultfaktor sprechen.

## **6.6 Die Figuren der Serie**

„Monaco Franze“ bietet was die Figuren betrifft viele Anknüpfungsmöglichkeiten für ein breites Publikum. Die Merkmale, die diesbezüglich für Kultserien zusammengefasst wurden, kann man in der Serie erkennen, vor allem hinsichtlich der Hauptfigur.

Franz Münchinger zeigt mehrere Facetten, mit denen sich die Zuschauer leicht identifizieren können. Wie Eschke und Bohne für erfolgreiche Serien beschreiben, zeigt sich bei ihm ein Grundkonflikt, der sein Handeln

bestimmt und als Wertekonflikt formuliert werden kann. Dieser Konflikt ist durch seine Abenteuerlust und sein Interesse für Frauen einerseits sowie durch die Liebe zu seiner Frau andererseits begründet. Das dramatische Thema der Serie bedingt das Handeln der Hauptfigur und umgekehrt. Es beruht zum einen auf dem globalen Konflikt von Franz Münchinger. Mit seinem Lebensstil entspricht er nicht den Erwartungen, die die Gesellschaft an ihn stellt, vor allem, wenn es um die Gesellschaftsschicht geht, der seine Frau angehört. Mit ihr befindet er sich auch in einem sogenannten lokalen Konflikt. Obwohl sie ihm viele Freiheiten gewährt, schafft sie es auch, ihn gegen seinen Willen zu lenken, wie sich mit einem Beispiel aus Episode 1 gut demonstrieren lässt. Wohl wissend, dass ihr Mann sich wieder mit einer beruflich bedingten Ausrede aus der Affäre ziehen wird, verschiebt sie die von ihr geplante Vernissage heimlich um einen Tag. Wie erwartet erhält sie einen Anruf von Manni, der ihr auf Monacos Anweisung hin ausrichtet, dass dieser spontan wegfliegen musste, bis zum nächsten Tag aber sicher wieder da sein werde. Zwar erfährt man nicht mehr, ob Annettes Plan tatsächlich aufgeht, allerdings wird gezeigt, dass sie Monaco durchschaut, dass sie weiß, wie sie ihn überlisten kann und sich außerdem über die Naivität ihres Mannes amüsiert. Seine emotionale Abhängigkeit von ihr zeigt sich vor allem in der letzten Folge, in der sie durch ihre Rückkehr seinen totalen Absturz verhindert. Nicht zuletzt kommt aber auch der innere Konflikt der Figur ans Licht, z. B. als er im Selbstgespräch dem Bild seiner Frau (und damit wahrscheinlich auch sich selbst) verspricht, seinen unstillen Lebenswandel zu ändern:

BILD ANNETTE/ANNETTES STIMME: Du bist doch völlig fertig, Franz! Du bist doch nur noch ein körperliches und seelisches Wrack! Du bist doch ein völlig haltloser und verantwortungsloser, delirierender Säufer!

MONACO: Deli ... delirierend ..., wie meinst, delirierend, Spatzl?

ANNETTES STIMME: Ja! Du hörst ja schon Stimmen!

MONACO: Stimmen? Was für Stimmen? – Nur deine, Spatzl!

ANNETTES STIMME: Siehst du! Und bald wirst du weiße Mäuse sehn, wenn du nicht sofort mit deiner Sauferei aufhörst!

MONACO: Du hast leicht reden! Wer ist denn schuld, dass soweit gekommen ist? Warum bist denn weg? Warum hast mich denn verlassen? Wärst dageblieben, dann wär das alles nicht passiert! Komm halt wieder, Spatzl – dann hör ich sofort auf!

ANNETTES STIMME: Ich komme nicht zurück zu einem Mann, der säuft und lügt und mich betrügt und nie bereit sein wird, sich zu ändern.

MONACO: Spatzl – jetzt schwöre ich es dir: Ehrenwort! Ab heute ... also ab sofort wird alles anders! Kein Tropfen Alkohol, keine fremden Frauen mehr, und ausgehen tu ich auch nicht mehr, überhaupt nicht mehr. [...] (Folge 10, 05:52-06:47)

So wie Eschke und Bohne für erfolgreiche Hauptfiguren fordern (vgl. Eschke/Bohne 2010: 47), vereint Monaco Franze somit alle drei Konfliktarten in sich. Durch seine globalen, lokalen und inneren Konflikte wird er zu einem vielschichtigen Charakter und somit zu einem Kultfaktor für die Serie. Ebenso erreicht Franz Münchinger gegen Ende der Serie seinen „tiefsten Punkt“ (vgl. Eschke/Bohne 2010: 50). Er entscheidet sich kurzfristig, nicht mit seiner Frau auf die Bermudas zu ziehen und wittert im ersten Moment die große Freiheit. Bald zeigt sich aber, dass er ohne sein „Spatzl“ nicht leben kann und er flüchtet sich ins

Nachtleben und in den Alkohol. Im bereits erwähnten Selbstgespräch gibt er ihr die Schuld an seiner Situation. Auch als er seinen Freund Manni Kopfeck mitverantwortlich für den von ihm verursachten Brand in seiner Wohnung macht, drückt er damit aus, dass er die Kontrolle über sein Leben verloren hat:

MONACO: ... und dann bist einfach weggegangen und hast mich alleinlassen.

KOPFECK: Aha! – Jetzt wär ich schuld vielleicht?

MONACO: Ja mei ... eine gewisse Teilschuld, tät ich sagen, liegt bei dir genauso. (Folge 10, 28:50-29:05)

Der bis dahin unbekümmerte Franz Münchinger ist plötzlich hilflos. So, wie es Eschke und Bohne voraussetzen, wird er nicht verschont, sein Handeln hat Konsequenzen und er wird somit zu einer glaubwürdigen Figur. Das führt dazu, dass der Zuschauer emotional an Monaco Franze anknüpfen kann, ihm gegenüber Empathie entwickelt und sich mit der Figur auseinandersetzt. Die Glaubwürdigkeit wird in der gesamten Serie durch die sogenannte Backstory unterstützt, die im Verlauf Stück für Stück aufgedeckt wird. Als eine Art „dunkle Seite“ des Franz Münchinger erfährt der Zuschauer beispielsweise in Folge 2, als Dr. Hallerstein bei der Gesundheitsuntersuchung auch ein Soziogramm von ihm erstellt, dass er einen unehelichen Sohn mit der Kneipenbesitzerin Lisi Schleibinger hat.

HALLERSTEIN: [...] Wenn meine Angaben hier stimmen, dann sind Sie in München, im Westend, in der Kazmairstraße unehelich geboren.

MONACO: Ja und?

HALLERSTEIN: Ja nix und, ich frag nur. Und ihr leiblicher Vater ist unbekannt, ihr späterer Stiefvater ein gewisser Xaver Münchinger, Änderungsschneider.

MONACO: Ja, und?

HALLERSTEIN: Und Sie selbst haben einen unehelichen Sohn, mit einer gewissen Lisi Schleibinger, Besitzerin eines Frühlokals.

MONACO: Ja und schon? Aber des is ja schon fast 20 Jahre her beinah.

HALLERSTEIN: Aber verheiratet sind Sie mit einer Frau, der Sie im sozialen Status unterlegen sind?

MONACO: Was?

HALLERSTEIN: Und deshalb suchen Sie Bestätigung in außerehelicher Betätigung.

MONACO: Ja Moment! Dass wir uns da richtig verstehen, Herr Professor: Ich liebe meine Frau, und meine Frau liebt mich!

HALLERSTEIN: Natürlich. Zusammenfassend könnte man also sagen, dass Sie unter der Disharmonie von Beziehungen und Verhältnissen leiden, die ... jedenfalls hinten und vorn nicht zusammenpassen!

(Folge 2, 40:33-41:25)

Darüber hinaus erzählt er in Folge 8 selber von den prekären Verhältnissen, in denen er aufgewachsen ist: „Was wir ghabt haben, des war halt grad so des Allernötigste, dass man halt nicht direkt hat hungern müssen. Dass wir dann überhaupt nichts mehr zum Essen ghabt haben, und zwar überhaupt gar nichts mehr, des war dann erst nach dem Krieg, vor der Währungsreform ...“ (Folge 8, 16:25-16:38) Die Serienproduzentin Christiane Ruff äußert sich dazu in einem Interview mit dem Medienmagazin DWDL und betont, dass gerade diese menschlichen Biografien, die im Subtext der Serie immer mitschwingen, aber nur nach und nach aufgedeckt werden, Helmut Dietls Serien so modern wirken lassen (vgl. Klode 2016). Nicht nur durch ihre Geschichte, auch durch ihr Verhalten sorgt die Figur immer wieder für Überraschungen, wie

beispielsweise in Folge 6, als Monaco sich gegen einen Urlaub am FKK-Strand entscheidet und einen Aufenthalt im Kloster vorzieht, womit er auch sein serieninternes Umfeld überrascht, z. B. Manni: „Also komm! Jahrelang hast ma versprochen, dass ma miteinander mal an zünftigen Urlaub macha. Sirtaki unter Palmen und wir zwei mittendrin, ha!? Jetzt kommt mir der mitm Kloster daher!“ (Folge 6, 18:24-18:34) Monaco Franze besitzt als dramatische Figur mehrere Dimensionen. Diese können nach physischen, soziologischen und psychologischen Aspekten unterschieden werden. Die Behandlung dieser drei Dimensionen ist wichtig, um eine facettenreiche Figur zu gestalten. Monaco Franze zeichnet sich in seiner physischen Dimension durch seine große, schlanke Figur, durch sein gepflegtes Äußeres und seinen Kleidungsstil aus, der je nach Situation und Zweck mal elegant, mal James-Dean-mäßig ausfällt. Sein wahres Alter zeigt sich in seinem steifen Gang und seinem teilweise verkrampften Grinsen, was auf sein Bandscheibenleiden zurückzuführen ist. In diesem physischen Aspekt zeigt sich der Kontrast zwischen wahrem und gefühltem Alter als eine Facette seines Grundkonflikts. Zu Monacos soziologischer Dimension zählen seine Herkunft aus dem ärmlichen Westend, sein leidenschaftslos ausgeübter Beruf, sein durch Heirat erlangter Status, seine Freizeitaktivitäten sowie sein „freiwilliges“ und sein „erzwungenes“ soziales Umfeld. Auch darin wird der Grundkonflikt zwischen seiner Abenteuerlust und den gesellschaftlichen Werten aufgegriffen. Die psychologische Dimension umfasst prinzipiell alle charakterlichen Aspekte, die mit dem Grundkonflikt der Figur definiert wurden. Zusätzlich zählen dazu auch kleinere Details, wie z. B. Monacos geringes Durchsetzungsvermögen, was sich sowohl im Umgang mit Annette, als auch mit seinen Liebchaften zeigt. Anstatt deutlich zu sagen, wenn er etwas nicht möchte, entzieht er sich lieber der jeweiligen Situation, indem er Ausreden erfindet. Auf Herausforderungen reagiert er meistens, indem er flieht oder sich unterwirft. Das zeigt sich bereits in kleineren Machtspielchen, z. B. als Elli ihm seine Pistole zurückbringen soll:

MONACO: Elli! Gib mir die Pistole!

ELLI: Nein, zuerst gibst mir a Bussi!

MONACO: Naa, zuerst gibst mir die Pistole!

ELLI: Nein, zuerst gibst mir a Bussi!

MONACO: Naa, jetzt gibst ma die Pistole!

ELLI: Naa, zuerst a Bussi!

MONACO: Elli, jetzt gibst ma diese Scheißpistole!

ELLI: Bussi!

*Monaco gibt ihr einen Kuss durch die Gitterstäbe vor dem Polizeipräsidium hindurch.*

(Folge 2, 34:05-34:23)

Franz Münchinger weist dadurch auch Tendenzen einer komischen Figur auf, die sich aus seinen menschlichen Fehlern ergeben, aber auch aus dem Widerspruch seiner Weltsicht und der realen Welt entstehen. Der Bruch mit der Erwartbarkeit einer Figur, was Eschke und Bohne am Beispiel von „Dr. House“ zeigen, lässt sich in gewisser Weise auch für den Monaco Franze behaupten. Als Frauenheld, der immer wieder seine Ehefrau betrügt, gleichzeitig aber von ihrem Wohlstand profitiert, sollten die Zuschauer

moralisch gesehen eigentlich mit Ablehnung auf ihn reagieren. Durch seine besondere Art, die sich mit einer Mischung aus Charme, Unbekümmertheit und Unbeholfenheit beschreiben lässt, die sich aber auch im Umgang mit den anderen Figuren zeigt, nimmt er sympathische, naive, ja fast kindliche Züge an und kann das Publikum dadurch ansprechen. Die taz-Autorin Barbara Schweizerhof sieht in Dietls Männergestalten, darunter auch im Monaco Franze, eine „ausgeprägte Gockelhaftigkeit und habituellen Sexismus“, was aber auch „etwas entwaffnend Selbstentblößendes“ hat. „[D]as machte aus den Dietl-Zoten oft – nicht immer – etwas Lebenswahres, etwas, in dem die ganz normale männlich-menschliche Kläglichkeit und der seltener individuelle Großmut zur Geltung kamen.“ (Schweizerhof 2015) Diese Sichtweise verweist einerseits auf die Mehrdimensionalität der Figuren, andererseits wird damit wieder ein Beispiel für den polysemen Charakter der Serie geliefert. Die Figur Monaco Franze kann nicht nur als charmanter Frauenheld gesehen werden, sondern wird auch von einer albernem, fast lächerlichen Seite gezeigt. Eine Sequenz, in der das besonders bildhaft verdeutlicht wird, ist der Moment, als er Jaqueline im Friseursalon zum ersten Mal sieht (Folge 7). Sie soll Monaco eine Maniküre verpassen, während er sich die ergrauten Haare färben lässt. Die Kamera nimmt hier wieder seine Perspektive ein und zeigt Jaqueline, begleitet von romantischer Klaviermusik, hell erleuchtet wie eine Erscheinung in Zeitlupe auf ihn zugehen. Im nächsten Moment sieht man ihn mit gebanntem Gesichtsausdruck, Friseurumhang bekleidet und Alufolie in den Haaren. Seine Schwächen und Sehnsüchte werden in dieser Szene, unterstrichen durch die schwelgerische Klaviermelodie, ins Komische gezogen. Gleichzeitig wird die Faszination, die Frauen auf ihn ausüben können, zum Ausdruck gebracht, wodurch eine weitere Facette von Monaco gezeigt wird. Es ergeben sich ausgehend von der Figur mehrere Bedeutungsebenen, was kennzeichnend für Kultserien ist.

Erfolgreiche Serien zeichnen sich außerdem dadurch aus, dass der Fokus zunächst auf den Grundkonflikt der Hauptfigur gelenkt wird. Die Serie wird aus der Sicht der Hauptfigur begonnen und erst nach und nach kommen die Perspektiven anderer Figuren hinzu. Bei „Monaco Franze“ wird das in der ersten Folge auf ganz deutliche Art erzielt, indem sich Franz Münchinger direkt ans Publikum wendet und von sich erzählt. Während seine Frau ihn porträtiert, überschreitet er die Grenze zwischen Serienhandlung und unbeteiligten, beobachtenden Zuschauer und macht das Geschehen somit aus seiner Perspektive für das Publikum erfahrbar. Auch stilistisch wird durch dieses *Close up* gezielt die Identifikation des Zuschauers mit der Figur erhöht (vgl. Hickethier 2012: 58). Eschke und Bohne zählen das Sprechen in die Kamera zu den stilprägenden, gestalterischen Effekten (vgl. Eschke/Bohne 2010: 179). Dadurch wird der direkte Kontakt zwischen Figur und Zuschauer suggeriert, wodurch dieser aktiv in das Seriengeschehen miteinbezogen wird. Klien erwähnt dies im Zusammenhang mit sog. Subjektivierungstechniken als wichtiges Merkmal von Kultserien (vgl. Klien 2001: 44). Gleichzeitig trägt dieser Effekt zum ausgefallenen Konzept der Serie bei, da es sich dabei vor allem bei fiktiven Genres um eine seltene und daher unerwartete Technik handelt. Darauf soll an späterer Stelle im Zusammenhang mit weiteren Stilmitteln noch genauer eingegangen werden. Inhaltlich erhält das Publikum wichtige Informationen über Franz Münchingers Einstellung gegenüber seiner

Frau und seiner Ehe sowie wesentliche Anhaltspunkte aus seiner Vorgeschichte:

ANNETTE: [...] Blick etwas höher: Und schau etwas normaler!

MONACO: Ja wie meinst normal, Spatz!? Wie soll ich jetzt schau?

ANNETTE: Normal eben, ganz normal. So wie du bist. So! Und jetzt nicht mehr bewegen! [...]

MONACO *leise beiseite*: ... so wie ich bin ... dabei hat meine Frau im Grunde keine Ahnung, wie ich bin. – Wissens – sie hats mit den schönen Dingen ... mit der Kultur, mit der Kunst und mit der besseren Gesellschaft ... damit hab ichs überhaupt nicht, weil ... wissens, da wo ich herkomm – da hats weit und breit keine schönen Dinge geben. Kultur, des war für uns, dass einer sauber gewaschen war und das einzige künstlerische Ereignis war, wenn der Gartmeier Max im Wirtshaus „Zum grünen Fasan“ ein nackertes Bildnis von der Walbach Erna an die Abortwand geschmiert hat. (Folge 1, 01:43-02:20)

Was den sog. *human factor* betrifft, der für die Emotionalisierung der Zuschauer in Bezug auf die Figuren sorgt, so erfüllt Monaco sowohl positive als auch negative Werte. Dass er seiner Frau z. B. seine weiblichen Bekanntschaften verheimlicht, wird außerdem in dem von Eschke und Bohne erwähnten Interessens- und Schuldausgleich, der vom Publikum zwischen den einzelnen Figuren erwartet wird, relativiert. Annette von Soettingen kennt ihren Mann besser, als er denkt, steht deshalb über den Dingen und schreckt auch nicht davor zurück, aktiv in sein Schicksal einzugreifen. So beauftragt sie beispielsweise den befreundeten Arzt Dr. Felix Hallerstein damit, das Gesundheitsgutachten ihres Mannes so ausfallen zu lassen, dass er aus seinem Dienst als Kriminalbeamter suspendiert wird – und somit keinen Nachtdienst mehr als Ausrede vorschieben kann. Auch was die drei Dimensionen – physisch, soziologisch und psychologisch – der Figuren angeht, sind die Hauptfiguren kontrastreich zueinander angelegt. Die elegante und stolze Ausstrahlung, der kluge und ausgeglichene Charakter, aber auch die bestimmende und manipulative Art von Annette von Soettingen kommen im Vergleich zu ihrer zahnspangentragenden und empfindlichen Angestellten Olga Behrens erst recht zur Geltung. Während Olga des Öfteren die Nerven verliert, sehr emotional ist und mit Tränen reagiert, bewahrt Annette stets einen kühlen Kopf und bleibt sachlich, selbst, als sie in der letzten Folge Monacos Liebhaberinnen aufsucht:

OLGA: Bestimmt ist sie eine ganz ordinäre Person.

ANNETTE: Pst! Sei still und mach ein freundliches Gesicht! ... Guten Tag. Sie sind sicher Fräulein Eichinger? Mein Name ist von Soettingen. Ich suche meinen Mann, Herrn Franz Münchinger. [...]

(Folge 10, 37:05-37:20)

Der Zuschauer entwickelt sein Verhältnis zu einer Figur in erster Linie auf einer emotionalen Ebene. Gerade Franz Münchinger weckt durch sein Bedürfnis nach Freiheit und den daraus entstehenden Konflikten die Empathie der Zuschauer, was zu einer längerfristigen Auseinandersetzung mit der Figur führen kann. Laut Eschke und Bohne ist Empathie der wichtigste Aspekt „für eine dauerhafte Bindung“ zwischen Zuschauer und Figur (vgl. Eschke/Bohne 2010: 87). Das anhaltende Interesse an der Figur ist Voraussetzung für die weitere Beschäftigung mit der Serie bzw. für die kommunikative Aneignung und somit entscheidend für „Monaco Franze“ als Kultserie.

Monaco erfüllt außerdem einige Faktoren, die zur Faszination beitragen können. So vertritt er z. B. eine

klare Haltung was den wohlhabenden, intellektuellen aber oberflächlichen Freundeskreis seiner Frau angeht, „die ganzen Dampfplauderer“ (Folge 1, 27:34), die „feine Gesellschaft“ (Folge 5, 11:59). Als diese sich in Folge 9 im Rahmen des „Vereins zur Pflege der Ideale des Abendlandes“ angesichts der drohenden Wirtschaftskrise über Steuerparadiese informieren, formuliert er seine Abneigung ganz deutlich: „Ich mag schon die ganze Gesellschaft nicht ... diesen ‚Verein zur Pflege der Ideale des Abendlandes‘ ... hinter dem sich nichts Anderes verbirgt, als ein ganz ordinärer Bonzenclub, nicht? Die nix anders im Sinn haben, als wie den Staat beschießen und möglichst wenig Steuern zahlen! Pfuideifi!“ (Folge 9, 01:30-01:43) Außerdem „kämpft“ er leidenschaftlich für sein Ziel, das Abenteuer im Leben, indem er sich immer wieder aus seinen Verpflichtungen windet. Gleichzeitig ist diese Leidenschaft aber auch seine große Schwäche. So strapaziert er durch sein Interesse für Frauen, was einen wesentlichen Teil dieser Leidenschaft ausmacht, nicht nur seine Ehe, sondern auch seine eigene Gesundheit. Seine verzweifelte Flucht vor dem Alter bringt ihn sogar dazu, gegen einen Boxchampion anzutreten und im dreitägigen Koma zu enden (Folge 7). Am Ende zeigt sich seine Schwäche nicht nur in der Liebe zu seiner Heimatstadt, die er nicht einmal für seine Frau verlässt, sondern es ist vor allem der Verlust seiner Frau, der ihn zum Absturz bringt. Dieser Widerspruch, dass er einerseits auf seine Freiheit besteht, aber andererseits nicht ohne „sein Spatzl“ leben kann, aber auch die beschriebenen Schwächen sind es, die neben positiven Eigenschaften faszinierend auf das Publikum wirken können. Diese prägnanten und gleichzeitig widersprüchlichen Eigenschaften machen Monaco als Serienhelden im Vergleich zu den anderen Figuren einzigartig. Erfolgreiche Figuren rufen beim Publikum sowohl Ablehnung als auch Empathie hervor (vgl. Eschke/Bohne 2010: 85). Damit sprechen Eschke und Bohne wiederum den Aspekt des Widerspruchs an, der die Erzeugung von Polysemie und somit den Kultcharakter der Serie „Monaco Franze“ unterstützt. Wichtig ist die richtige Balance zwischen diesen Faktoren, wie man sie am Beispiel der Figur Monaco Franze erkennen kann.

Das emotionale Verhältnis zwischen Zuschauer und Hauptfigur kann im Fall von Monaco Franze als eine Mischung aus den Archetypen des Durchschnittstyps und des Underdogs beschrieben werden. Je nach Perspektive des Zuschauers ist Franz Münchinger diesem entweder ebenbürtig oder unterlegen. Diese Beurteilung basiert jedoch nur auf einer allgemeinen Einschätzung, da die subjektive Wahrnehmung dieses Verhältnisses individuell ganz unterschiedlich ausfallen kann. Manch einer mag Monaco Franze als überlegenen Helden wahrnehmen, wieder andere distanzieren sich von ihm und sehen in ihm einen Antihelden (vgl. Eschke/Bohne 2010: 89). Die Figur Monaco Franze ist außerdem ein gutes Beispiel für die „unaufhebbare Einheit“ von Figur und Darsteller, von der Hickethier spricht (vgl. Hickethier 2012: 170). Das besondere Verhältnis zwischen Darsteller und Rolle zeichnet sich hier durch den persönlichen Stil von Helmut Fischer aus. Indem er einen großen Teil seiner tatsächlichen Persönlichkeit miteinbringt, verschmilzt er umso mehr mit der Figur des Franz Münchinger. So wird z. B. das Bandscheibenleiden des Schauspielers Helmut Fischer auf seine Rolle übertragen und im Verlauf der Serie mehrmals thematisiert („[...] weil i habs mit der Bandscheibe und wenn i länger wie eine Stund sitz, kann i nämlich tagelang nimmer aufstehen“,

Folge 7, 07:02-07:07). Der steife Gang von Monaco Franze und sein schmerzverzerrt wirkender Blick sind zwar dem realen Gebrechen des Schauspielers geschuldet, sorgen aber gleichzeitig für eine realistisch wirkende Figur. Franz Münchinger, der zwar psychisch an seiner Jugend festhält und das auch auslebt, wird wie im echten Leben auch durch physische Alterserscheinungen gezeichnet. Helmut Dietl äußert sich in einem Interview:

Ich benutze ungern diesen Ausdruck, aber die Rolle wurde ihm quasi auf den Leib geschrieben, nicht auf den real existierenden Leib, sondern die Figur entstand dadurch, dass seine Person mich inspiriert hatte. Seine Art, die Welt zu sehen, seine Art, mit Frauen umzugehen, seine private Situation. Ich habe mich zum Beispiel relativ schamlos des Kosenamens „Spatz!“ bedient, den er für seine Frau tatsächlich gebrauchte. (Krafft 2006: 100)

Für den ehemaligen Münchner Oberbürgermeister Christian Ude ist der Serienheld vor allem aus einem speziellen Grund bei vielen Leuten erfolgreich:

Der Franze spricht viele an, flirtet auch viel, [...] aber ans Ziel, wenn er denn eines hat, kommt er nie. Selbst als „Herr der sieben Meere“ landet er nach amourösen Eroberungsfeldzügen im Münchner Fasching nur in einer kleinen Sozialwohnung, in der die Oma das Baby der Schönen der Nacht hütet – und flieht unverrichteter Dinge. Vielleicht ist es sogar gerade diese nur unbewusst wahrgenommene Erfolglosigkeit, die den Monaco bei beiden Geschlechtern so ungemein beliebt gemacht hat: Frauen, die sich in ihn verlieben, müssen keine Konflikte oder Folgen fürchten, Männer keinen Nebenbuhler – es ist ja alles nur ein Spiel, das sich stets wieder in Wohlgefallen auflöst. (Ude 2006: 168)

Ein wichtiges Erfolgskriterium, was auch auf Ebene der Erzählweise angesiedelt ist, ist die wirkungsvolle Exposition der Figuren durch dominante Charakterzüge und prägnante Grundkonflikte (vgl. Eschke/Bohne 2010: 162). Der Zuschauer muss so schnell wie möglich in der Lage sein, die vorhandenen Haupt- und Nebenfiguren charakterlich einordnen zu können. Dies ist auch die Voraussetzung dafür, dass Zuschauer emotional an die Figuren „andocken“ können und sich auf die Seite einer Figur stellen, die ihnen aufgrund der „eigenen Beschaffenheit am nächsten steht“ (vgl. Eschke/Bohne 2010: 163). Das Anknüpfen an die Figuren ist wie bereits erwähnt eine Grundvoraussetzung für die aktive Beschäftigung mit der Serie und für die Entwicklung von Kult. Bei der Serie „Monaco Franze“, die in erster Linie aus der Sicht des Titelhelden erzählt wird, wird der Fokus zunächst auf die Einführung des Charakters Franz Münchinger gerichtet. Im Verlauf der ersten Folge wird aber auch Annette von Soettingen durch ihren „Dialog“ mit der Kamera vorgestellt. Genauso wie Monaco zu Beginn der ersten Episode, offenbart sie dem Zuschauer quasi im direkten Gespräch ihre Sicht auf die Dinge und gibt zu verstehen, dass sie ihren Mann durchschaut und dementsprechend manipulieren kann. Obwohl man wenig bis gar nichts über die inneren Konflikte der Nebenfiguren wie Manni Kopfeck oder Irmgard erfährt, zeichnen sie sich ebenfalls durch prägnante Charaktereigenschaften aus und ermöglichen es dem Zuschauer so, sie gedanklich „in eine Schublade zu stecken“ (vgl. Eschke/Bohne 2010: 162). Manni Kopfeck wird zunächst als Kollege von Franz Münchinger eingeführt und ist diesem in seiner ersten Szene dabei behilflich, die Herkunft und die möglichen Aufenthaltsorte seiner letzten Bekanntschaft zu klären. Obwohl er parallel mit seiner eigentlichen Arbeit beschäftigt ist, antwortet er geduldig auf Monacos Fragen und gibt ihm Tipps, wo die Unbekannte zu finden

sein könnte:

MONACO: [...] Genau! Haidhausen! Aus Haidhausen muss die sein!

KOPFECK: Naa. Naa, Haidhausen nicht, weil, da wohnen ja jetzt ganz andere Leut wie früher, ned? Des ist ja jetzt so „in“, des ganze Viertel. Ja wohnt die so wo, wos so „in“ ist?

MONACO: Naa – da hast recht – da wohnt die nicht. Für mich wohnt die eher so wos „out“ is. – Wo is denn „out“ momentan?

KOPFECK: Ja mei ... Goetheplatz.

MONACO: Goetheplatz, genau! ... südliche Lindwurmstraß ... Sendlinger Kirch ... Harras. Genau! Da is die her. So. Des wissen wir jetzt. Das heißt, wir vermuten des mit hoher Wahrscheinlichkeit. So Manni, jetzt stellen sich mehrere Fragen. A: Wenn eine solche Frau, die am Harras wohnt, ausgeht, wann geht dann so eine aus?

KOPFECK: Ja jedenfalls nicht unter der Woch, weils ja da arbeiten muss, so wie wir auch. Und nicht am Sonntag aufd' Nacht, weil sie ja am Montag in der Früh wieder aufstehen muss, so wie wir auch.

MONACO: Genau, also Freitag und Samstag. Und wo geht denn so eine hin, am Freitag und am Samstag, wens am Harras wohnt und wohin gehen möcht?

KOPFECK: Ja ... wo könnt jetzt die hingehn, am Freitag aufd' Nacht? (Folge 1, 07:07-08:14)

Manni Kopfeck zeichnet sich bereits in diesem Dialog als der geduldige und wohlwollende, aber auch ehrliche und kritische Kollege und Freund an der Seite von Franz Münchinger aus. Im weiteren Verlauf der Folge wird dieser Eindruck bestätigt, als er Monaco bei der Vorbereitung auf den Opernbesuch unterstützt, ihm Mut zuspricht, ihm aber auch seine ganz realistische Einschätzung für den Verlauf des Abends mitteilt.

MONACO: Manni, ich sag dir: Es wird so grauenvoll werden ... sowas von furchtbar ... sowas von dermaßen unerträglich ... das hältst du in deiner kühnsten Phantasie nicht für möglich! „Weia! Waga! Woge du Welle! Walle zur Wiege! Wagalaweia! Wallala weia wa ...!“ Wahnsinn!

KOPFECK: Ahja, Franze, des derfst doch du nicht so wörtlich nehmen, weil da gibt's ja a Musik aa noch dazu. Du musst dir des so vorstellen wie bei am Schlager, ned? Wie bei, na was woaß i: *singt* „Baby baby balla balla“ oder *singt* „tschubidubidubidu“, da fragst dich auch nicht, was des im Einzelnen dann heißt. Also ...

MONACO: Nix also, a Schlager is in drei Minuten vorbei und „Rheingold“, des gangat ja auch noch ... des san ja bloß gute zweieinhalb Stund, aber „Walküre“, das san mindestens vier, wenn nicht fünf, je nachdem, wers dirigiert [...]

KOPFECK: Jetzt tu dich ned neisteigern, Franze! Soll dir nix schlimmers passieren im Leben.

MONACO: Ja du hast leicht daherreden! Rede und Antwort muss ich dann stehen. Und ein falsches Wort wenn ich sag, dann bin ich sauber blamiert und mein Spatzl auch.

KOPFECK: Dann sagst halt einfach nix!

MONACO: Und wenn mich einer direkt fragt?

KOPFECK: Dann sagst deine Meinung.

MONACO: Und wenn ich keine hab?

KOPFECK: Ja, dann sagst, du stehst noch so unter dem Eindruck dieser Jahrhundertaufführung, dass du also mindestens vierzehn Tag bis drei Wochen brauchst, bis du dieses ... aufwühlende Erlebnis ... irgendwo ... hirnmäßig verdaut hast ... und erst dann äh ... kannst du dir eine genauere Meinung bilden. Genau des sagst, Franze. [...]

MONACO: [...] Naa, naa, Manni, so geht's nicht. Ich muss irgendwie einen Weg finden, wie ich irgendwas sagen kann, ohne, dass mir des gleich als eine eigene Meinung ausgelegt wird ... was irgendwie interessant klingt, aber so, dass keiner versteht, verstehst? Dann san nämlich die anderen die Deppen und das is des Wichtigste, verstehst: dass nicht ich am Schluss der Depp bin, sondern die andern.

KOPFECK: Des werd schwer sei, Franze. (Folge 1, 25:02-29:09)

Die Nebenfiguren der Serie werden vor allem durch ihr Verhältnis zu Monaco Franze definiert (vgl. Eschke/Bohne 2010: 82) Sie sind in ihrer physischen, soziologischen und psychologischen Dimension mehr oder weniger kontrastreich zu ihm angelegt. Nebenfiguren wie der bereits beschriebene Manni Kopfeck oder die Haushälterin Irmgard, die in jeder Folge vorkommen, aber auch Dr. Braun und Dr. Schönferber entsprechen charakterlich ganz bestimmten Typen und verkörpern jeweils einen Gegensatz zu Monaco Franze. Manni hält zwar zu seinem Freund und gönnt ihm seine Frauengeschichten, sieht aber vieles realistischer und äußert ihm gegenüber oft seine ehrliche Meinung: „Ja, alter Hirsch sucht junges Reh. Prost ... Gspunna hast ja allerweil scho, Franze – aber des mit der neunzehnjährigen, des is dein Ruin, des sag ich dir.“ (Folge 7, 15:40-15:49) Während Monaco auf der Suche nach romantischen Abenteuern ist, geht Manni die Dinge eher pragmatisch an, was sich z. B. an dem Abend zeigt, als sie auf der Suche nach Elli sind:

KOPFECK: Weißt Franze, was blöd is?

MONACO: Was?

KOPFECK: Dass wir einem Phantom nachjagen, wo wir hier umzingelt san von lauter wunderbare alleinstehende Frauen. Da drüben zum Beispiel, die zwei da. Die schau schon die ganze Zeit her.

MONACO: Wo?

KOPFECK: Da drüben am Tisch!

*Man sieht zwei Frauen an einem Tisch, die auffordernd herüberlächeln.*

MONACO: Naa.

KOPFECK: Die schau aber sehr willig aus.

MONACO: So? *Er schaut nochmal hin ... aha ... naa!*

KOPFECK: A geh, Franze! Warum denn ned?

MONACO: Naa, Manni, weil des kein Abenteuer ist.

KOPFECK: Wieso – wo die schon die ganze Zeit herschau? Des is doch a gmahte Wiesn, Franze.

MONACO: Meinst, ha? Gmahte Wiesn? *Die beiden grinsen sich an und gehen schließlich zu dem Tisch.*

(Folge 1, 18:35-19:20)

Im Gegensatz zu Monaco nimmt Manni seinen Beruf als Kriminalbeamter ernst und verzichtet bei Überstunden sogar auf den Fasching. Die griesgrämige Haushälterin Irmgard kann genauso wie Monaco nicht viel mit Annettes kulturellen Interessen und den oberflächlichen Gepflogenheiten ihres Freundeskreises anfangen, findet aber auch, dass Monaco gerade aus diesen Gründen nicht zu ihr passt. Irmgard ist eine ehrliche und bodenständige Person, die ihre griesgrämige Art nicht versteckt und geradeheraus sagt, was sie von gewissen Dingen hält. So findet sie z. B. die Feier zu Annettes Namenstag reichlich übertrieben: „Haufen Gschiss für an Namenstag!“ (Folge 3, 31:32) Dadurch sorgt die Figur immer wieder für amüsante Momente und wirkt sehr realistisch. Sie fungiert aber auch als die weise und gute Seele des Hauses, die im richtigen Moment zum Telefonhörer greift und Monaco im Kloster über die Verhaftung seiner Frau informiert (Folge 6). Dr. Braun und Dr. Schönferber stellen die Kontrahenten von Monaco dar, die ihn aufgrund seines Lebensstils und seiner geringen kulturellen Bildung nicht an der Seite von Annette akzeptieren können. Das liegt unter anderem auch daran, dass beide ein Interesse für Annette als Frau haben. Ironischerweise zeigen die verheirateten Männer ihre Zuneigung Annette gegenüber immer wieder ganz deutlich und verhalten sich so gesehen ähnlich wie Monaco, den sie selber aber wegen seiner

Flirts mit anderen Frauen verachten. Die Figuren, die nach außen kultiviert und anständig wirken wollen und sich vielleicht selber so wahrnehmen, zeigen dadurch ihren tatsächlichen Charakter. Das wird durch verschiedene Äußerungen und Verhaltensweisen dieser Figuren unterstrichen. Dr. Braun versucht beispielsweise in Folge 3 mit sexistischen Anspielungen für Stimmung am Tisch zu sorgen:

DR. BRAUN: Apropos Unterwelt. Da fällt mir eine schöne Geschichte ein: Als ich vierundsiebzig noch Sekretär an der Botschaft von Bogota war, da kam damals unser Hausmädchen ganz aufgeregt zu uns – das war so eine dralle Schwarze, hinter der damals die ganze Botschaft her war, angefangen vom Militärattaché bis runter zum kleinen Chauffeur, der Botschafter war ja damals in einem Alter, in ... zu seiner Frau: Was ist denn, Ellen? Warum trittst du mich denn? [...] Apropos James Bond, da fällt mir eine schöne Geschichte ein: Als damals dieser erste Film lief – wie hieß der noch? – ‚Liebesgrüße aus Moskau‘, ich war damals noch eine ganz kleine Nummer beim Bundesnachrichtendienst, da kam eines Tages meine Sekretärin ganz aufgeregt herein – das war so eine scharfe Blondine, hinter der damals ganz Pullach her war ... *er wird mit einem weiteren Tritt von seiner Frau unterbrochen.* (Folge 3, 25:08-26:35)

Damit wird noch einmal ein Kontrast zu Monaco geschaffen, der zumindest dem Zuschauer gegenüber von Anfang an mit offenen Karten spielt, somit sympathisch und authentisch wirkt und dem man seine Fehler vielleicht aus diesem Grund eher verzeiht.

Wie in diesem Kapitel erläutert wurde, können vor allem für die Hauptfigur wesentliche Kultmerkmale festgestellt werden. Franz Münchinger verkörpert den typischen Lebenskünstler und stellt somit einen sozialen Außenseiter im positiven Sinne dar, wie ihn Winter für Kultfilme festgestellt hat (vgl. Winter 2013: 74). Es handelt sich bei ihm um eine mehrdimensionale Figur, die Widersprüche in sich vereint und die Empathie des Zuschauers wecken kann. Sie trägt dadurch zum polysemen Charakter der Serie bei. Außerdem fördert Empathie die intensive Auseinandersetzung mit der Serienfigur und regt zur weiteren Beschäftigung mit der Serie an, woraus sich kultische Handlungen entwickeln können. Die Hauptfigur wird im Verlauf der Serie weiterentwickelt, erreicht ihren tiefsten Punkt, hat eine zweifelhafte Vergangenheit, die nur nach und nach aufgedeckt wird und bietet dadurch viele Identifikationsmöglichkeiten. Monaco Franze erscheint so als vielschichtiger Charakter, der auf verschiedenen Ebenen interpretiert werden kann.

## **6.7 Die Erzählweise der Serie „Monaco Franze“**

Bei der Beschäftigung mit der Erzählweise werden einzelne Aspekte der vorherigen Kapitel erneut aufgegriffen, diesmal aber vor allem hinsichtlich der erzählerischen und gestalterischen Umsetzung und der Wirkung auf den Zuschauer behandelt. Eschke und Bohne beziehen sich dabei auf einige Aspekte, die der Erzeugung von Polysemie dienen, die weitere Sinnebenen erzeugen und die Erzählperspektive charakterisieren. Daneben sind wiederkehrende Motive wie z. B. Running Gags, besondere Alleinstellungsmerkmale oder Effekte und inhaltliche Leerstellen weitere Details, die den Serienskult ausmachen und im Folgenden betrachtet werden sollen.

Die Erzählweise zeichnet sich durch effektiv eingesetzte Stilmittel aus, die im Folgenden noch detaillierter beschrieben werden. Dazu gehört z. B. der thematisch relevante München-Bezug und die damit verbundene

bayerische Mundart, aber auch die klischeehafte Überzeichnung der Münchner High Society. Das emotionale Erzählen, das laut Eschke und Bohne einen wichtigen Aspekt der Erzählweise einer Serie ausmacht, wird bei „Monaco Franze“ auf unterschiedliche Art und Weise erreicht. Dazu gehören zum einen aktivierende Fragen, die dem Zuschauer im Laufe der Handlung indirekt gestellt werden und dessen Neugier wecken. Idealerweise sollten diese Fragen auf allen Ebenen der Serie auftreten. Im Fall von „Monaco Franze“ könnte die zentrale, die gesamte Serie betreffende Frage sein, die gleich zu Beginn gestellt wird, ob die Ehe von Franz Münchinger und Annette von Soettingen angesichts der großen Unterschiede weiterhin gutgehen kann. Was die Vorgeschichte betrifft, so könnte man sich fragen, wie sie sich kennengelernt haben und wie es überhaupt zu einer Heirat kommen konnte. Diese Frage wird im gesamten Verlauf der Serie nicht vollständig beantwortet, aber durch vereinzelte Hinweise immer wieder aufgeworfen. Aus einem Dialog in Folge 4 geht hervor, dass Monaco Annette ursprünglich vor dem finanziellen Ruin gerettet hat:

*Antiquitätenladen Soettingen.* ANNETTE: Da geht er, der Mann meines Lebens.

OLGA: Tja, wie man sich bettet, so liegt man, Annette!

ANNETTE: Olga, vergiss nicht, der Franz hat mir mein Vermögen gerettet! [...]

*Wohnung.* MONACO: Einem Gauner wär sie zum Opfer gefallen, wenn ich damals nicht gekommen wär!

IRMGARD: Jetzt reitens doch ned immer umanander auf der oiden Gschicht! Verjährt, längst verjährt!

MONACO: Der falsche Baron! Der hätt' sie ausgenommen wie eine Weihnachtsgans! [...]

MONACO: Und wer wär Ihrem Geschmack nach der richtige? Der Dr. Braun vielleicht, der geschniegelte Staatssekretär?

IRMGARD: Zum Beispiel.

MONACO: Außerdem ist der verheiratet. Meine Frau zahlt heute noch an den Schulden fürs Barönderl!

IRMGARD: Eben, des müsst sie beim Dr. Braun nicht. *Reicht ihm seine gebügelte Hose.* Da is Ihr Hosn.

MONACO: Auch eine Bürgschaft hat sie fürs Barönderl übernommen. Die Frau, die wär ohne mich verloren! Aha, da sausens glei weg, gell, wenn i amal was Unangenehmes sag! (Folge 4, 07:57-08:58)

Mehr erfährt man zur Vorgeschichte nicht, was jedoch für Leerstellen in der Geschichte, ein ungelöstes Rätsel und somit für textuelle Offenheit sorgt.

Die auf Folge 1 bezogene Frage könnte lauten, ob Monaco und Elli sich wiederfinden. Innerhalb der Episode fragt man sich, ob Monaco seinen Plan in die Tat umsetzen kann und triumphierend aus dem Gespräch nach dem gemeinsamen Opernbesuch herausgehen kann: „Dann san nämlich die anderen die Deppen und das is des Wichtigste, verstehst: dass nicht ich am Schluss der Depp bin, sondern die andern.“ (Folge 1, 28:57-29:03) Es werden immer wieder Fragen wie diese aufgeworfen, sodass sich der Zuschauer aktiviert fühlt, emotional beteiligt ist und neugierig wird.

Wichtig für den emotionalen Spannungsaufbau ist auch das von Eschke und Bohne beschriebene Prinzip von Ahnung, Erwartung und Überraschung. Genau dieses Konzept kommt auch bei der bereits genannten Opernsequenz zum Tragen. Der Zuschauer kann sich in den aktuellen Konflikt von Monaco einfühlen, der sich angesichts des bevorstehenden Opernabends unter Druck gesetzt fühlt und befürchtet, sich vor dem Freundeskreis seiner Frau wieder einmal als „Depp“ zu blamieren: „... die san doch alle schon ganz glücklich,

dass heut so einen Deppen wie mich dabeihaben.“ (Folge 1, 27:39-27:43) Neben seinem verzweifelten Versuch, sich mithilfe von Opernführern und Partituren noch in letzter Minute das nötige Knowhow anzueignen, steigert er sich immer mehr in seine Angst vor einer Blamage hinein, sodass er am Ende schweißgebadet am Schreibtisch sitzt und nur auf das energische Drängen der Haushälterin Irmgard hin seinen Anzug anzieht. Auf der Treppe vor dem Opernhaus fragt ihn sein Kollege Manni noch einmal die wichtigsten Punkte ab:

KOPFECK: Streichinstrumente!

MONACO: Zwei Pauken, eine kleine Trommel, äh ...

KOPFECK: San des Streichinstrumente, Depp?

MONACO: Acht Hörner, drei Trompeten, drei Posaunen ...

KOPFECK: Des san Blechbläser, Depp!

MONACO: Und was soll ich sagen?

KOPFECK: Was anders, Franze, was ganz anders, aber jetzt tu nicht die Nerven verlieren, bleib ganz locker, Franze! (Folge 1, 30:09-30:26)

Der Zuschauer ahnt spätestens jetzt für den weiteren Verlauf des Abends nichts Gutes für Monaco. Die Ahnung führt zu einer konkreten Erwartung, die sich zum einen aus der eigenen Lebenserfahrung des Zuschauers, aber auch aus Genreerwartungen oder Erfahrungen mit anderen Serien und Filmen entwickelt. Wichtig für interessante Serien ist es, dass nicht alle Erwartungen des Zuschauers erfüllt werden. So geschieht es auch in diesem Beispiel. Die erwartete Handlung erfährt eine überraschende Wendung, als Monaco in der Pause auf den renommierten Opernkritiker Hanns Boettner-Salm trifft und von ihm die Stichpunkte zu seiner Kritik bekommt, die am folgenden Tag in der Zeitung zu lesen sein wird. Auch an diesem Punkt wird wieder eine Erwartung von Seiten des Zuschauers aufgebaut. Die Spannung darüber, was im weiteren Verlauf des Opernabends noch passieren wird, steigt hier noch einmal deutlich und wird in der Szene am Tisch in der Weinstube noch zusätzlich aufgebaut. Siegesicher fängt Monaco an, Dr. Schönferber zu provozieren: „Nichts leichter als ein Genuss, von dem man nichts versteht, gell, Spatzl? ... Gell, Herr Doktor Schönferber, sinds ein rechter Weinkenner auch? So ein Massel, dass Sie dabei san. Weil allein hätten wir Banausen uns wahrscheinlich einen rechten Sauerampfer bestellt.“ (Folge 1, 35:49-36:05) Nachdem ihn seine Frau kurz unterbricht, kommt es endlich zum erwarteten „Showdown“:

MONACO: Ein rechter Scheißdreck wars! Altmodisch bis provinziell wars. Des wars!

DR. BRAUN: Wie, wie, wie?

DR. SCHÖNFERBER: Was, was, was?

MONACO: Ja vielleicht nicht? Oder haben Sie vielleicht schon einmal einen so uninspirierten Dirigenten erlebt, so einen lahmen?

ANNETTE: Franz, das war der große alte Wedelstedt!

MONACO: Ja und schon? Alter schützt vor Lahmheit nicht! (Folge 1, 36:59-37:20)

Das Streitgespräch sorgt für eine beträchtliche Stimmung am Tisch und Monaco schafft es, auf sämtliche Argumente seiner Kontrahenten mit den vernichtenden Kritikpunkten zu reagieren, die ihm von Hanns Boettner-Salm mitgeteilt wurden. Schließlich horcht das ganze Restaurant auf, als Monaco zum Finale

seines Auftritts noch einmal seine Stimme erhebt: „... die Oper da, die gschissene, des ging ja noch. Viel schlimmer ist, dass wir in München ein Publikum haben, das hint und vorn von nix was versteht und sogar jeden Reinfall zu einem einmaligen Erlebnis hochjubelt.“ (Folge 1, 38:05-38:16) Daraufhin verliert Dr. Schönferber endgültig die Fassung und bringt seinen Zorn über Monaco schreiend zum Ausdruck. Dieser schaut ihn dabei mit einem triumphierenden Grinsen an und geht bereits an dieser Stelle als heimlicher Sieger aus dem Gespräch hervor. Die endgültige Auflösung wird erreicht, als Monaco seiner wütenden Frau nach Verlassen des Weinlokals ganz beiläufig die bereits erschienene Zeitung mit der Vorkritik „Riesenreinfall für Walküre“ präsentiert. Als Annette mit der Zeitung und den Worten „Da siehst du wieder, was dieser Schönferber für ein dummer Schwätzer ist. Das soll er jetzt mal lesen, dieser Ignorant!“ in die Weinstube zurückgeht, ist Monacos Triumph endgültig. Der Opernbesuch hat sich für ihn überraschend zum Positiven gewendet.

Für die glaubwürdige Herbeiführung einer überraschenden Wendung wird das Prinzip des „Planting and Payoff“ (Pflanzen und Ernten) angewendet. Relevante Details und Informationen müssen rechtzeitig an einer passenden Stelle in den Plot integriert werden. Das geschieht auch in Episode 5, als Monaco vom Fasching nach Hause kommt, zunächst in seiner Piratenhose nach dem Schlüssel sucht und sich dann daran erinnert, dass er diesen ja noch an einer Kette an seiner normalen Hose befestigt hat, die er in einer Plastiktüte dabei hat. Der aufmerksame Zuschauer kann deshalb schon ahnen, dass Monaco sich aussperrt, als er das nächste Mal in seiner Verkleidung das Haus verlässt, ohne seine „Alltagshose“ mitzunehmen.

Durch sog. Suspense-Situationen oder Dramatische Ironie (vgl. Eschke/Bohne 2010: 159), in denen der Zuschauer einen Wissensvorsprung vor der Figur hat, wird der Zuschauer nicht nur durch Spannung, sondern auch durch Empathie gegenüber den betroffenen Figuren angesprochen, vor allem dann, wenn damit eine Bedrohung für den Helden oder, umgekehrt, eine Falle für den Antagonisten besteht (vgl. Eschke/Bohne 2010: 159). Bei „Monaco Franze“ ist diese Situation beispielsweise gegeben, als Annette für die Manipulation des medizinischen Gutachtens ihres Mannes sorgt und Monaco nichtsahnend und guter Dinge den Briefumschlag öffnet, der aber letztendlich die Entlassung in die Frührente für ihn bedeutet.

Die Figuren werden bereits in der ersten Folge mit ihren dominanten Charakterzügen eingeführt. Wie bereits für die Figur Manni Kopfeck beschrieben, wird die Exposition so gestaltet, dass der Zuschauer die Charaktere gedanklich einordnen kann. Zum emotionalen Erzählen mittels Figurenzeichnungen zählen auch deren kurzzeitig relevanten Handlungsziele, die aus den Grundkonflikten resultieren und die Anteilnahme des Zuschauers fördert. Dazu gehören z. B. der besagte Opernabend (Folge 1), der Boxkampf (Folge 7) oder das Englisch-Diplom für Monaco, aber auch die Trennungen und Wiedervereinigungen von ihm und Annette (vgl. Eschke/Bohne 2010: 162ff.).

### 6.7.1 Die Erzählperspektive

Die Erzählperspektive der Serie „Monaco Franze“ lässt sich mit den drei traditionellen Grundformen, auktorialer Erzähler, personaler Erzähler und Ich-Erzähler, wie sie die Literaturwissenschaft geprägt hat, nicht eindeutig bestimmen. Alle drei Perspektiven kommen im Verlauf der Serie zum Einsatz. So lassen sich Tendenzen des auktorialen Erzählens erkennen, wobei hier die Kamera als Erzähler anzusehen ist. Es gibt keine Kommentare aus dem Off. Die Handlung wird erzählt, indem die Kamera sie einfängt und dem Zuschauer unkommentiert zeigt. Man spricht auch von einer erzählenden Kamera, wenn diese den Blick des Zuschauers zusätzlich lenkt, sodass wichtige Aspekte in den Fokus rücken (vgl. Hickethier 2012: 128f.). Da der Zuschauer auf diese Weise über Dinge informiert wird, die die Figuren (noch) nicht wissen, fungiert die Kamera als allwissender Erzähler, wobei diese nicht in das Innere der Figuren blicken kann. Im Unterschied zum traditionellen Konzept des auktorialen Erzählens bleiben also die Gedanken und Gefühle der Figuren unbekannt, sofern sie sich nicht selber darüber äußern. Ein Beispiel, bei dem man von der auktorialen Erzählweise sprechen kann, ist in Folge 3 zu finden. Der Zuschauer erfährt gleich zu Beginn der Episode über die Entlassung des berüchtigten Tierparktoni aus dem Gefängnis. Er wird Zeuge bei der Planung eines Racheakts an Monaco Franze und kann den Tierparktoni und seine Komplizen bei der Vorbereitung der Tat beobachten. Der Zuschauer weiß aus den Gesprächen der Ganoven auch, dass die aufgeschlitzten Autoreifen nur ein Ablenkungsmanöver darstellen. Abwechselnd mit diesem Handlungsstrang kommt der „stumme“ Erzähler immer wieder zur Haupthandlung und damit zum nichtsahnenden Monaco Franze zurück. Die auktoriale Erzählweise ermöglicht es, parallel die Handlungen verschiedener Figuren an unterschiedlichen Orten zu schildern, die im Episodenplot zur gleichen Zeit stattfinden. Der Zuschauer weiß also, dass der eigentliche Racheakt noch folgt, als Monaco schon denkt, er hätte die Situation geregelt. Gerade, wenn der Fokus allein auf Franz Münchinger gerichtet ist, zeigen sich aber auch Anzeichen des personalen Erzählens. So z. B. in der Szene, in der er nach einer Faschingsnacht mit einem schlechten Gewissen auf dem Heimweg ist und über eine passende Ausrede für seine Frau nachdenkt. Die Figur spricht ihre Gedankengänge in einem Selbstgespräch laut aus, sodass man als Zuschauer einen Einblick in das Innenleben von Monaco bekommt:

MONACO: Also dann sag i: „Spatzl, ich weiß, es klingt jetzt unglaubwürdig, aber kaum bist du weg gwesen, is mir auf einmal viel besser gangen ... und in dem Moment hat dann der Manni Kopfeck angerufen und ...“ – Naa ... vielleicht sag i lieber ganz anders, vielleicht sag i: „Spatzl – ob dus glaubst oder nicht – aber kaum bist du weg gwesen, is mir gleich aso schlecht gangen, dass ich in meiner Not den Manni Kopfeck hab anrufen müssen, ob er mir ned aus der Apotheke was besorgen kann ...“ Naa ... des is auch schlecht. Oder dass ich sag: Spatzl, es gibt Sachen im Leben und besonders im Fasching, die, wenn mans nicht selber erlebt hat, dann glaubt mans selber fast nicht [...] (Folge 5, 43:27-44:23)

Zudem erlebt der Zuschauer bestimmte Situationen direkt aus dem Blickwinkel von Monaco, z. B. wenn dieser im Waschsalon mit einer Frau flirtet und die Kamera kurz von ihrem Gesicht auf ihr Dekolletee schwenkt (Folge 3), wenn er dem Boxchampion „King Ludwig“ im Boxring gegenübersteht und dessen bedrohlicher Gesichtsausdruck in einem Close-up eingefangen wird (Folge 7) oder wenn er im Café am

Hofgarten in der Sonne sitzt, mit seinem Blick den einzelnen Passantinnen folgt und diese direkt in die Kamera zurücklächeln (Folge 2). Aber auch ein Ich-Erzähler kommt zumindest in der ersten Episode zum Einsatz. Wie an vorheriger Stelle bereits erwähnt, erzählen hier sowohl Franz Münchinger als auch Annette von Soettingen von sich selbst und aus ihrer Sicht und sprechen dabei direkt in die Kamera bzw. zum Publikum:

ANNETTE *leise in die Kamera*: ... ich bin natürlich nicht ganz so doof, wie er denkt! Ich kenn ihn schon, meinen Mann, ich weiß genau, was er jetzt denkt. Er macht sich die allergrößten Sorgen, dass sich sein kurzer Ausflug ins Kulturleben zu einer längeren Reise ausdehnen könnte. Wahrscheinlich überlegt er jetzt schon fieberhaft, wie er meiner Vernissage entgehen kann. Aber da wird er mir nicht auskommen. Er meint jetzt, weil er einmal mit mir in der Oper war, jetzt hat er wieder jede Menge Fahndung gut. Bitte, soll er – ich nehms ihm nicht übel, soll er seine Freiheit haben – oder wenigstens das Gefühl, er hätte sie ... Er ist ja da wie ein Kind ... er ist im Grunde nie erwachsen geworden. Diese romantischen Vorstellungen von Freiheit und Abenteuer ... dieser Großstadtjäger, auf der freien Wildbahn zwischen Schwabing und Sendlinger Torplatz! Aber bitte – soll er. Das sitzt so tief, da rührt man besser gar nicht dran. Man muss nur dafür Sorge tragen, dass ihm seine romantische Ader nicht zu sehr schwillt. Ganz behutsam. Listig. (Folge 1, 42:04-43:12)

Hickethier spricht hierbei auch von einer subjektiven Erzählweise. Durch die in der Serie verwendete Mischform der unterschiedlichen Erzählweisen kann es laut ihm zu einem allwissenden Zuschauer kommen, der aus den unterschiedlichen Sichtweisen einen umfassenden Überblick gewonnen hat (vgl. Hickethier 2012: 130). Die Kamera wird im Verlauf der Serie immer wieder dazu eingesetzt, per Close-up die Gesichtsausdrücke der beteiligten Figuren einzufangen und somit deren Emotionen zu veranschaulichen. Besonders ausdrucksstark und dynamisch ist das bei einem Dialog zwischen Annette und Olga in Folge 8 umgesetzt worden, als Olga Annette auf provozierende Art und Weise von Monacos geheimem Picknick erzählt:

OLGA: [...] Stell dir vor, wen er da gesehen hat, ganz zufällig?

ANNETTE: Wen?

OLGA: ... auf der Liegewiese?

ANNETTE: Wen?

OLGA: Mit vielen jungen, hübschen Mädchen. Beim Picknick. Mit Lachs und Wein und Walderdbeeren?

ANNETTE: Ach, Unsinn, Olga!

OLGA: ... Zur gleichen Zeit, wo wir hier Leberkäse essen mussten.

ANNETTE: Das glaub ich nicht, Olga!

OLGA: Siehst du, das hab ich auch gesagt: So etwas tut die Annette nicht, sie kürzt doch nicht mir mein Gehalt, wenn ihr Mann mit anderen Weibern das Geld verjubelt. In der Krise!

ANNETTE: Das tut er auch nicht, Olga.

OLGA: Siehst du, das hab ich zu Siegfried auch gesagt: Er muss doch lernen. Er hat doch nächste Woche seine Prüfung. Er macht doch sein Diplom!

ANNETTE: Das macht er auch.

OLGA: Bist du da so sicher?

ANNETTE: Da bin ich ganz sicher.

OLGA: Hast du dich schon mal erkundigt?

ANNETTE: Was heißt erkundigt?

OLGA: Bei dieser ominösen Sprachenschule. Frag doch mal, wies um ihn steht. Geh doch mal hin!

ANNETTE: Sowas tue ich nicht, Olga! (Folge 8, 28:53-29:44)

Das Gesicht der jeweils sprechenden Person wird in dieser Sequenz in Nahaufnahme gezeigt, während sich diese im Antiquitätenladen bewegt, sodass die Montage aufgrund Annettes knapper Reaktionen gerade zu Beginn dieser Passage sehr dynamisch wirkt. Zusätzlich wird durch den schnellen Wechsel zwischen den Figuren der Kontrast in ihren Gesichtsausdrücken und somit zwischen ihren Gefühlen – Olga triumphierend, Annette erregt – umso stärker hervorgehoben. Erst bei Annettes letztem Satz stehen sich die beiden Frauen gegenüber und schauen sich direkt in die Augen, wodurch Annettes nachdrücklicher, bestimmender Tonfall unterstrichen wird.

### **6.7.2 Der Stil**

Was die Tonalität der Serie „Monaco Franze“ betrifft, kann man entsprechend der Definitionen von Eschke und Bohne von einer sogenannten Damedy, einer Mischung aus Drama und Komödie (Comedy) ausgehen, was bereits unter dem Genreaspekt behandelt wurde. Die Gefühle der Zuschauer variieren hierbei zwischen Mitlachen bzw. Auslachen und Mitleiden. Durch die grundlegende Tonalität wird auch der Stil der Serie geprägt. „Nicht selten ist es der besondere Stil einer Serie, der sie aus dem Überangebot serieller Formate im Fernsehen herausragen und zum Erfolg werden lässt.“ (Eschke/Bohne 2010: 173) Um das zu erreichen, werden die entsprechenden Stilmittel eingesetzt, die sich auch in der Serie „Monaco Franze“ feststellen lassen. Zu den erzählerischen Elementen zählen zum einen das Setting, das beim Publikum bestimmte Erwartungen über den Stil der Serie hervorruft. Bei „Monaco Franze“ ist das die Stadt München mit den diversen Schauplätzen, die zu einer Großstadt gehören. Das wird bereits im Intro verraten, in dem die Skyline von München mit den prägnanten Türmen der Frauenkirche zu sehen ist. Zu dieser Serienwelt gehören sowohl die privaten Wohnräume der Figuren, als auch ihre Arbeitsplätze sowie die diversen Freizeitlokalitäten wie Restaurants, Cafés und Kneipen, aber auch der Englische Garten oder die Bayerische Staatsoper. Der Zuschauer erwartet hier vor allem Geschichten aus dem Alltag und aus dem „normalen“ Leben, die sowohl unterhaltsam als auch dramatisch sein können. Ein weiteres Mittel, das den Stil der Serie prägt, ist die Figurenzeichnung. Vor allem die Figur des Franz Münchinger trägt aufgrund seines charmanten Charakters zum Stil der gesamten Serie bei. Aber auch die unterschiedlichen Personenkonstellationen sorgen für eine bestimmte Tonalität. Das Verhältnis zwischen Monaco und Annette von Soettingen spiegelt zum einen eine humorvolle und leichtlebige Stimmung wieder, macht aber auch den dramatischen Aspekt der Serie aus.

Das ignorante Verhalten der Haushälterin Irmgard gegenüber Monaco trägt wiederum besonders zum humorvollen Stil der Serie bei. Indem sie ihn meist keines Blickes würdigt und stets in der dritten Person über ihn spricht, auch wenn er anwesend ist, stellt Irmgard eine Frau dar, die Monaco nicht einfach um den Ficker wickeln kann und der er nichts vormachen kann. Ihre griesgrämige und grantige Art sorgt für komische Momente:

MONACO: Irmgard, wo is jetzt mei Wäsch?

IRMGARD: Ja da.

MONACO: Koch i des?

IRMGARD: Ja von mir aus ... *zu Annette*: Wie is jetzt des gemeint, Frau von Soettingen, dass *er* jetzt seine dreckerte Wäsch allweil selber wascht? Ham mir kei Waschmaschin?

MONACO: Darf i mei Wäsch nicht selber waschen, wenn i des gern mag, Irmgard?

IRMGARD *zu Annette*: Mach ichs ihm vielleicht nicht recht? Bin ich ihm nicht mehr gut genug?

ANNETTE: Irmgard, reden Sie nicht immer per „er“ von ihm. Wenn er seine Wäsche selber waschen will, na dann wäscht er sie eben selber.

IRMGARD: Ja, dann soll ers auch selber bügeln. Kauf ma an Bügelautomaten, na soll ers Bügeln lernen.

MONACO: I geh jetzt dann, Spatzl. (Folge 3, 05:30-06:01)

Gleichzeitig wird in der letzten Folge die dramatische Wendung der Serie dadurch verstärkt, dass Irmgard ihren weichen und gutherzigen Kern zeigt und zu Tränen gerührt ist, als sie Annette von ihren letzten Begegnungen mit Monaco erzählt:

IRMGARD: Gell – und immer hat er von Ihnen geredt, immer nur von Ihnen ... „mein Spatzl“, hat er gsagt, „mein Spatzl is fort“, und dann, dann hat er so ein altes zerfieseltes Bildl von Ihnen rauszogen und hat wieder gsagt: „Mein Spatzl, mein Spatzl is fort ...“ *Sie bekommt nasse Augen*. ... So ein Jammer! (Folge 10, 41:11-41:29).

Neben der bereits besprochenen Wahl der Erzählperspektive, die sich vor allem auf die Kameraeinstellungen auswirkt, stellt auch die Überzeichnung ein wichtiges Stilmittel der Erzählung dar. Wie auch bei modernen Dramedys, ist bei „Monaco Franze“ ein Grad der Überzeichnung gegeben, der dafür sorgt, dass „das genretypische kontrastreiche Nebeneinander zwischen komischen und ernsthaft-emotionalen Szenen noch wirkungsvoller wird.“ (Eschke/Bohne 2010: 176) Durch diese Übertreibungen ist ein weiteres Stilmittel der Polysemie gegeben, da der Zuschauer diese ganz individuell auslegen kann. Überzeichnete Elemente können als solche wahrgenommen und auf ihre versteckte Bedeutung hinterfragt werden, sie können aber auch einfach der Unterhaltung dienen und als Besonderheiten der Serie verstanden werden. Bei „Monaco Franze“ zeigt sich diese Überzeichnung schon allein durch manche Figuren. Ein Beispiel ist Olga Behrens, die mit ihrer Zahnspange, ihrer altmodisch anmutenden Schmetterlingsbrille<sup>9</sup> und ihrer empfindlichen bis trotzigem Art sehr überzeichnet erscheint. Aber auch der Tierparktoni, der in Monacos Umfeld immer wieder sein Unwesen treibt, dessen Geheimquartier einer Zoohandlung gleicht und der stets in Begleitung seiner Tiere anzutreffen ist, entweder mit der weißen Maus Mimi oder der schwarzen Dogge Francis, wirkt durch diese Attribute „bigger than life“ (vgl. Eschke/Bohne 2010: 176). Auf das von Fiske als „excess“ bezeichnete Gestaltungsmittel wird im Kontext mit den übrigen von ihm genannten Polysemiefaktoren noch einmal detailliert eingegangen.

Komik wird in der Serie vor allem durch die Kontrastierung zweier Wirklichkeiten und durch Übertreibung

---

<sup>9</sup> Anm.: Diese Brillenform war in den 1950er- bis 1960er-Jahren in Mode und war deshalb bereits zur Produktionszeit der Serie in den frühen 1980ern schon als „Vintage“-Accessoire zu sehen.

erzeugt. Zur Veranschaulichung kann die Szene in Folge 9 genannt werden, in der Monaco Elli zum Abschied eine Schachtel mit Seifenstücken schenkt. Monaco geht ohne Zweifel davon aus, dass ihr sein Geschenk gefällt, während sie etwas ganz Anderes erwartet hatte. Um ihre Enttäuschung zum Ausdruck zu bringen, aber auch, um vor den anderen Gästen im Restaurant den schönen Schein zu wahren, reagiert Elli mit einer theatralischen Freudenbekundung:

ELLI: Oh! Eine Seife! Eine so eine schöne Seife! Ah! Und riechen tuts auch so gut! Danke, Franze! *Haucht ihm einen Kuss zu*

MONACO *strahlt*: Bitte, gern gschehen! Gfallts dir?

ELLI: Ja, wahnsinnig! Weißt du, was ich gedacht hab, wie ich des schöne Packerl gsehn hab? Also ich hab mir gedacht, mein Franze, der schenkt mir jetzt zum Abschied bestimmt was ganz was Besonders ... irgendwas zum Um-den-Hals-hängen, oder was zum Anstecken, oder was für den Finger ... Aber auf a Seife wär ich nie gekommen! Wahnsinnig! Aber ich freu mich trotzdem. Weils a so a schöne Seife is! Du, weißt was? Die probier i jetzt gleich aus! (Folge 9, 35:36-36:27)

Die Komik resultiert in dieser Szene aus dem Kontrast zwischen Monacos und Ellis Erwartungen, die bei beiden nicht erfüllt werden. Während man sich über seinen offensichtlichen Fehlgriff amüsiert, der ihm erst durch Ellis Reaktion bewusst wird, sorgt auch Elli mit ihrer übertrieben gespielten Freude, aus der man die vorwurfsvolle Ironie deutlich heraushört, für einen komischen Effekt. Als sie fertig ist, seufzt sie noch einmal dramatisch und steckt sich ihre Ohrclips an, die sie zuvor scheinbar in der Hoffnung auf ein ähnliches Geschenk abgenommen hatte. Ähnlich humorvoll überzeichnet wirkt die Szene in Episode 8, in der Annette aufgrund der drohenden Krise sofortige Sparmaßnahmen einläutet. Das Resultat ist, dass sie bei Kerzenschein in der Küche sitzt und selber Kartoffeln schält. Die Brillantringe und der goldene Halsschmuck, den sie dabei trägt, verleihen dem Bild zusätzlich einen ironischen Ausdruck. Im Dialog zeigen sich ihre übertriebene Sorge und Monacos naive Gelassenheit, was zu einem humorvollen Kontrast führt:

MONACO: Wie meinst Krise, Spatzl?

ANNETTE: Ja, merkst du das denn nicht? Merkst du nicht, in was wir da alle hineinschlittern?

MONACO: In was?

ANNETTE: Ach, das liegt doch förmlich in der Luft. Ich saug mir das doch nicht aus den Fingern, das spüren wir doch alle! ... Das kann man jetzt nicht mehr so einfach vom Tisch wischen.

MONACO: Jetzt, Spatzl, tu mir den einen Gefallen und sag mir: was?

ANNETTE: Unser Tankstellenbesitzer, der Herr Rörl, der weiß auch nicht mehr, wies weitergeht. Und seine ganze Familie nicht. Ein Tankstellenbesitzer!

MONACO: Der Rörl! Der hat doch allerweil scho gjamert!

ANNETTE: Ja ... aber anders, nie so indirekt, so unbewusst, so unterschwellig ... so ists überall ... überall hat man das Gefühl, als ob es auf einmal so ... brüchig wird ... so untergründig, im ganzen Gefüge ...

MONACO: Brüchig im Gefüge?

ANNETTE: Jaja! Brüchig. Und wo du hinschaust, bröckelt und bröselt und kriselt es.

MONACO: Also, Spatzl, ich wüsst nicht, was bei uns bröckelt und bröselt und kriselt ... I glaub eher, dass du dich da in was hineinsteigerst.

ANNETTE: Nein, nein. Also für sowas hab ich ein ganz untrügliches Gefühl. Ich sehe schwarz, Franz, und zwar ganz schwarz.

MONACO: Jetzt Spatzl, tu nicht schwarzsehen, es wird scho weitergehen. Als Bub hat mei Mutter immer gsagt, wenns uns ganz schlecht gengan ist: „Und wenn du glaubst, es geht nicht mehr, dann

kommt von irgendwo ein Lichtlein her.“

ANNETTE: Tja ... hoffentlich hast du recht. Wie gehts in der Schul?

MONACO: In der Schule? Äh ... wie meinst jetzt Schule, Spatzl?

ANNETTE: Ja, schaffst du die Prüfung? Kriegst du dein Diplom?

MONACO: Tja, also, da müsst schon ganz was Ungewöhnliches passieren, dass ich die Prüfung schaff – ich mein, dass ich sie nicht schaff ... äh, was ich sagen will ... natürlich schaff ich diese Prüfung, gar keine Frage!

ANNETTE: Na, wenigstens ein Lichtblick! (Folge 8, 23:39-25:30)

Für zusätzliche Komik sorgt in diesem Dialog die plötzliche Kontrastierung des Kontextes, die durch Annettes Frage nach Monacos Studium herbeigeführt wird. Wie Eschke und Bohne beschreiben, kann dieses unerwartete Abweichen vom Thema zu einer amüsierten Reaktion beim Zuschauer führen (vgl. Eschke/Bohne 2010: 187). Der Themenwechsel wird nicht erwartet, steht aber trotzdem im Bedeutungszusammenhang mit dem restlichen Dialog. Annette, die das Gefühl hat, von Monaco nicht ernstgenommen zu werden, kontert bewusst mit einer Frage, auf die er nicht eingestellt war. Außerdem setzt sie ihn mit ihrer Hoffnung auf diesen einen „Lichtblick“ unter Druck, wodurch nun auch er die Auswirkungen der Krise zu spüren bekommt.

Eschke und Bohne nennen wortwitzige Dialoge als ein weiteres zentrales, erzählerisches Stilmittel von Dramedys (vgl. Eschke/Bohne 2010: 177). Bei „Monaco Franze“ wird durch die verbale Ausdrucksweise wesentlich zur Figurencharakterisierung und zum Gesamtstil der Serie beigetragen. Während Monacos bodenständiges Umfeld den typischen Münchner Dialekt pflegt, sprechen Annette und ihr nobler Freundeskreis Hochdeutsch. Monacos Sprache schwankt, wie auch er selbst, zwischen diesen beiden Varianten. Zudem werden über die Dialoge unmittelbar Emotionen und Konflikte transportiert. Typisch für Monacos Gespräche mit Annette ist z. B. das Kosewort „Spatzl“, das er manchmal sogar in einem Satz zweimal verwendet (z. B. „Ja Spatzl, aber leider ohne mich Spatzl.“, Folge 1, 13:04-13:07). In ihren Dialogen zeigt sich oft ihr Verhältnis zueinander. Monaco, der sich meistens zwischen Entschuldigungen, Rechtfertigungen oder Ausreden unterwürfig verhält, sich aber trotzdem den ein oder anderen ironischen Kommentar nicht verkneifen kann, und Annette, die belehrend und abgeklärt auf ihn eingeht und dabei stets Autorität ausstrahlt. Dieses Verhältnis zeigt sich besonders deutlich, als Monaco krank im Bett liegt und Annette nicht auf den Faschingsball von Herrn Dr. Braun begleiten kann:

MONACO: Spatzl! Krieg ich jetzt meine heiße Zitrone oder krieg ichs jetzt nicht mehr, weil dann mach ichs mir nämlich selber. Und so Papiertaschentücher hab ich auch keine mehr ... [...] *ruft*: Spatzl! I glaub, jetzt tut mir der Hals auch noch weh. – So, jetzt hab ich eine Mandelentzündung ... *er leuchtet sich mit einer Taschenlampe in den Hals und begutachtet seinen Rachen in einem Handspiegel.*

ANNETTE *kommt ins Schlafzimmer*: Du hast ja überhaupt keine Mandeln mehr.

MONACO: Umso schlimmer, weil dann ist es eine ausgewachsene Angina.

ANNETTE: Trink, solange es noch heiß ist!

MONACO: Richtig schön schaut aus, Spatzl. Wie die Pompadour, oder wie heißts, die andere, dies köpft haben?

ANNETTE: Bemüh dich nicht!

MONACO: Spatzl, ehrlich, mir tut des jetzt richtig leid, dass ich da nicht mit dir hingehen kann. Jetzt schaut es natürlich wieder so aus, als ob ich immer mit Fleiß krank werden tät, ausgerechnet dann, wenn der Professor Braun sein Hausball macht. Als was geht er denn?

ANNETTE: Als Sonnenkönig.

MONACO: Sonnenkönig? Er? Der oide Giftzwerg! Der hat doch den Größenwahn. Letztes Jahr ist er auch als Cäsar gegangen oder Nero oder sowas. Jetzt arbeitet er sich langsam in die Neuzeit vor, wirst sehen: nächstes Jahr, da ist er dann Napoleon oder Bismarck, und in fünf Jahr, wenns so weitergeht und wenn ers noch derlebt, dann tritt er auf seinem eigenen Hausball als größter Feldherr aller Zeiten auf, Motto: Reichsparteitag!

ANNETTE: Du ... reg dich doch nicht auf! Du gehst doch nie dahin, du lässt mich doch immer allein hingehen!

MONACO: Dann bleib halt da!

ANNETTE: Letztes Jahr wars der Hexenschuss, vorletztes Jahr die Gastritis und vor drei Jahren die Fleischvergiftung.

MONACO: Ja, und jedes Mal hast mich allein daheim liegen lassen, so kann man des nämlich auch sehen, Spatzl. Man könnts sogar so sehen, dass du da ganz gern allein hingehst, weil da der Herr Dr. Schönferber komischerweise auch immer alleine hingeht. Der schon seit 20 Jahr hinter dir her ist! Als was geht er denn, der Herr Schönferber? Er, mit seinem abgestandenen Charme ... (Folge 5, 09:34-11:40)

Auf die spezifischen Gestaltungsmittel eines Dialogs innerhalb der Seriendramaturgie wird im Zusammenhang mit der emotionalen Szenengestaltung im Verlauf dieses Kapitels noch einmal detailliert eingegangen.

Neben diesen erzählerischen Elementen kommen in der Serie aber auch gestalterische Stilmittel zum Einsatz. Dazu gehören der Rhythmus, der sich durch die Schnitffrequenz ergibt sowie die Montage, die aus dem Arrangement der einzelnen Aufnahmen und der Kombination der unterschiedlichen Einstellungen entsteht. Im Vergleich zu heutigen Filmen und Serien ist die Schnittfolge bei „Monaco Franze“ wesentlich langsamer und die Dynamik der Handlung wirkt dadurch deutlich reduziert. Aus heutiger Sicht sorgt das gleichzeitig für den besonderen Stil der Serie, die dadurch Gelassenheit und Gemütlichkeit ausstrahlt, was für viele die Zeit vor der „digitalen Revolution“ ausmacht. Außerdem wird dadurch auf Details eingegangen, die zusätzliche Bedeutungen transportieren oder einer Handlung mehr Gewicht verleihen. Dazu zählt beispielsweise die Sequenz in Folge 8, in der Annette vor ihrer Haustür auf Irmgard trifft und sich darüber beschwert, dass in allen Zimmern das Licht brennt, trotz der finanziellen Krise. Nachdem die Tür hinter Annette zugefallen ist, bleibt die Kameraeinstellung noch ein paar Sekunden auf die leblose Hausfassade gerichtet, sodass der Zuschauer einen Augenblick später beobachten kann, wie Fenster für Fenster das Licht in der Wohnung ausgeht – ein Zeichen dafür, dass Annette die drohende Krise sehr ernst nimmt und bereits anfängt, beim Stromverbrauch zu sparen. Als weiteres Beispiel ist eine Szene in Folge 3 zu nennen. Nachdem Annettes Namenstagsfeier zu Ende ist, begleiten sie und Monaco ihre Gäste vor die Tür und stellen dort fest, dass die Reifen aller Autos aufgeschlitzt wurden. Monaco ist sofort klar, dass der Tierparktoni dahintersteckt und macht sich auf den Weg, um ihn zur Rechenschaft zu ziehen. Annette läuft ihm besorgt hinterher. In diesem Moment fährt die Kamera langsam an jedem einzelnen von Annettes Freunden vorbei,

um die verduztten Gesichtsausdrücke einzufangen. Dem Drame angemessen ist das Erzähltempo, welches durch die Montage beeinflusst wird, gemäßigt und lässt vor allem den dramatischen Szenen „genug Raum zur emotionalen Entfaltung“ (vgl. Eschke/Bohne 2010: 177). Das kommt z. B. in der Boxkampfzene in Folge 7 zum Ausdruck, in der durch Nah- und Großaufnahmen die Stimmungen der beiden Gegner, aber auch des mitfiebernden Publikums vor dem Boxring eingefangen werden. Die Szene umfasst die komplette Dauer des Boxkampfes, sodass durch die Länge auch die Spannung beim Zuschauer gesteigert wird. Als Monaco schließlich zu Boden geht, werden seine taumelnden Bewegungen und sein leerer Gesichtsausdruck durch den Zeitlupeneffekt noch dramatischer in Szene gesetzt. Im Gegensatz dazu hat man es in der nächsten Episode mit einer vergleichsweise dynamischen Montage zu tun, als Monaco seinen Kommilitoninnen bei einem luxuriösen Picknick im Englischen Garten von seiner ärmlichen Kindheit erzählt. Zwischendurch werden immer wieder kurze Sequenzen von der Unterhaltung eingefügt, die Annette parallel beim Mittagessen mit Olga in ihrem Antiquitätenladen führt. Im Gesamteindruck entsteht eine Art Dialog, dessen Komik darin besteht, dass Monaco und Annette stets das Gegenteil von dem zum Ausdruck bringen, was der andere zuvor gesagt hat. Durch die immer kürzer werdenden Sequenzen erscheint auch der Dialog immer schneller abzulaufen:

*Wiese im Englischen Garten.* MONACO: In meiner Straß, wo i aufgewachsen bin, da waren die Leut so arm, dass den Nikolaus auf den Brotkasten gemalt haben, damit wir Kinder nicht hingehn. Ein Fleisch hats höchstens dreimal im Jahr geben, an Ostern, an Weihnachten und wenn der Papa Geburtstag ghabt hat und dann hat ers selber gessen. Das war vor dem Krieg ...

*Antiquitätenladen Soettingen.* ANNETTE: Damals hatte mein Vater ja noch das riesige Gut in Wirwitz – das kann man sich heute gar nicht mehr vorstellen: Wir hatten eine Köchin, eine Küchenhilfe, ein Stubenmädchen, eine Näherin, einen Diener, einen Fahrer und einen Gärtner – gar nicht zu reden von den Arbeitern auf dem Gut – aber das waren ja alles Polen. Das Kilo Rindfleisch kostete vierzig Pfennig. Jeden Tag wurde eine Brühe gemacht und das Fleisch hinterher weggeschmissen – das traut man sich heute gar nicht mehr zu erzählen. [...]

*Wiese im Englischen Garten.* MONACO: Und im Krieg ... da hats natürlich erst recht nichts geben. [...] Und dass wir dann überhaupt nichts mehr zum Essen ghabt haben, und zwar überhaupt gar nichts mehr, des war dann erst nach dem Krieg, vor der Währungsreform ...

*Antiquitätenladen Soettingen.* ANNETTE: [...] Kritisch wurde es erst, als mein Vater auf seine alten Tage noch einmal wüst zu spekulieren anfing. [...] Das war kurz nach der Währungsreform. Und von da an gings bergab ...

*Wiese im Englischen Garten.* MONACO: Da gings dann steil bergauf [...] Alles hast kaufen können, alles – wennst ein Geld ghabt hast. Haben wir aber nicht ghabt.

*Antiquitätenladen Soettingen.* ANNETTE: Das einzige, was wir noch hatten, war das, was meine Mutter hatte. [...] Und so gesehen, Olga, muss ich eigentlich sagen, mir geht es heute schlechter denn je ...

*Wiese im Englischen Garten.* MONACO: Drum gehts mir heut so gut wie nie zuvor: Ich kann mir zum Beispiel ein Studium leisten ...

*Antiquitätenladen Soettingen.* ANNETTE: ... Ich kann mir zum Beispiel bald keine Haushälterin mehr leisten ...

*Wiese im Englischen Garten.* MONACO: ... Meine Rente wird jedes Jahr automatisch erhöht ...

*Antiquitätenladen Soettingen.* ANNETTE: ... Der Umsatz im Geschäft geht von Monat zu Monat zurück ...

*Wiese im Englischen Garten.* MONACO: ... Und wenn i heut ein Pfund Lachs mag, dann kann i mir eins kaufen oder anderthalb ...

*Antiquitätenladen Soettingen*. ANNETTE: ... Und wenn die Preise weiter so steigen, dann essen wir bald keinen Leberkäs mehr, sondern nur noch trocken Brot ... Ich sage dir, Olga ... wir gehen einer großen Krise entgegen – wenn wir nicht schon mittendrin sind ... (Folge 8, 14:54-18:50)

Der rasche Schnittwechsel erzeugt eine Dynamik, die durch die immer kürzer werdenden Passagen von Monaco und Annette zusätzlich gesteigert wird. Inhaltlich sorgen die gegensätzlichen Aussagen nicht nur für die Unterhaltung des Zuschauers, sondern auch für dessen Aufklärung über die grundsätzlichen sozialen Unterschiede und die gegensätzliche Wahrnehmung der aktuellen Situation von Monaco und Annette.

Die Hintergrundmusik, die ebenfalls zu den gestalterischen Elementen zählt, wird in der Serie eingesetzt, um die Stimmung der jeweiligen Szene zu unterstreichen. Die heitere Titelmelodie wird als das musikalische Thema von Franz Münchinger eingesetzt, wenn dieser z. B. unbekümmert auf dem Weg zum Waschsalon ist (Folge 3) oder im Café am Hofgarten sitzt und mit den Passantinnen flirtet (Folge 2). In bedrohlichen Situationen wird das gleiche Thema in einer düsteren und tiefen Moll-Variation gespielt, in dramatischen oder traurigen Momenten in einer deutlich langsameren Abwandlung. Monaco knöpft sich z. B. in Folge 3 den Tierparktoni wegen der aufgeschlitzten Autoreifen vor und denkt, er hätte die Sache mit ihm geklärt. Dass dem nicht so ist, verrät die Hintergrundmusik in der Szene, die trotz heiterer Stimmung am Wirtshaustisch düster und dramatisch ist. Das gleiche musikalische Thema wird als Zeichen der drohenden Krise eingesetzt, z. B. als Irmgard auf dem Markt einkauft und feststellt, dass Lebensmittel täglich teurer werden. In der letzten Folge wird zur Unterstreichung seiner traurigen Gestalt vor allem das stark verlangsamte Monaco-Thema eingesetzt.

Daneben prägen besondere Effekte den Stil der Serie. Das Sprechen in die Kamera, das auch als „Bruch mit der vierten Wand“ bezeichnet wird (vgl. Klode 2016), stellt einen dieser Effekte dar, die Eschke und Bohne zu den wichtigsten zählen (vgl. Eschke/Bohne 2010: 178). Wie bereits im Kontext der Figurenzeichnung besprochen, wird dadurch der direkte Kontakt zwischen Figur und Zuschauer suggeriert. Klien erwähnt dies im Zusammenhang mit sog. Subjektivierungstechniken als wichtiges Merkmal von Kultserien (vgl. Klien 2001: 44), da der Zuschauer aktiv in das Seriengeschehen miteinbezogen wird. Gleichzeitig trägt dieser Effekt zum besonderen Stil der Serie bei. Die Illusion des unmittelbaren Beobachtens wird gleich am Anfang von Folge 1 gebrochen. Monaco schielt zunächst in Richtung Kamera und lenkt diese dann mit einem auffordernden Augenzwinkern und einer Handbewegung auf sich, bis er in Großaufnahme frontal in die Kamera spricht. Christiane Ruff sieht dies als sehr modernes Stilmittel an, weil es z. B. auch in der vergleichsweise aktuellen Serie „House of Cards“ (seit 2013) zum Einsatz kam, um den Protagonisten zu den Zuschauern sprechen zu lassen (vgl. Klode 2016).

In einer modern erzählten Serie sollte jede Szene laut Eschke und Bohne für den Zuschauer einen gewissen Unterhaltungswert haben und somit eine konkrete Gefühlsregung beim Zuschauer auslösen (vgl. Eschke/Bohne 2010: 181). Bei „Monaco Franze“ sind unterschiedliche Methoden dieser emotionalen Szenengestaltung zu erkennen. So werden z. B. gezielt Lücken in der Narration offengelassen, die die

Aufmerksamkeit des Zuschauers wecken und ihn mit den bereits erwähnten aktivierenden Fragen zur Beschäftigung mit der Serie anregen. Am Ende von Folge 3 erfährt der Zuschauer beispielsweise noch, dass Franz Münchinger sich mit der Detektei Monaco selbstständig gemacht hat und ein Vorstellungsgespräch mit einer potentiellen Kandidatin für die Stelle als Sekretärin führt. Folge 4 beginnt damit, dass Annette von Soettingen einen fremden Herrn zu Monacos Büro führt, um diesem die Räumlichkeiten zu zeigen. Erst als sie ihren dort schlafenden Mann weckt und hastig versucht, das unordentliche Zimmer aufzuräumen, erfährt man aus ihrem Dialog, dass Monaco als selbständiger Detektiv nicht erfolgreich ist und dass die Büroräume dementsprechend nur eine finanzielle Belastung darstellen. Die Szene beginnt also „in medias res“ (vgl. Eschke/Bohne 2010: 181), wirft somit Fragen beim Zuschauer auf und erhöht gleichzeitig das Erzähltempo. Eine weitere Spielart der emotionalen Szenengestaltung ist der Einsatz von bedeutsamen Objekten, die eine symbolische Bedeutung haben oder als *pars pro toto* fungieren, also als Teil für etwas Ganzes stehen. Ein solches Objekt ist z. B. der silberne, herzförmige Bilderrahmen mit einem Foto von Franz Münchinger, den der Tierparktoni in Episode 3 im Lokal von Lisi Schleibinger klaut. Durch diesen Rahmen wird die Aufmerksamkeit auf die Wand hinter Lisis Theke gelenkt, die mit gerahmten Porträts von Monaco, vermutlich auch in jüngeren Jahren, behangen ist und die damit zum Ausdruck von Lisis anhaltender Liebe zum Vater ihres unehelichen Sohnes wird. Der Tierparktoni benutzt den Bilderahmen für seine Rache an Monaco Franze, indem er eine Schauspielerin zu Annette von Soettingen schickt, die ihr die vermeintlichen Geschenke von Monaco aus Wut über seine falschen Liebeserklärungen zurückgibt. Der herzförmige Rahmen mit dem Bildnis von Franz Münchinger wird somit zum Auslöser eines Ehestreits, der jedoch mit einer Versöhnung und dem beruflichen Neuanfang von Monaco ein positives Ende nimmt.

Sogenannte Running Gags, wie z. B. der Satz „Immer dieses Gschiss mit der Elli!“, der in Folge 2 mehrmals von unterschiedlichen Figuren gesagt wird, oder Franz Münchingers täglicher Besuch bei der Renten- und Pensionsstelle in Folge 3, mit der Forderung, seine Rente in bar ausgezahlt zu bekommen, sorgen für humorvolle Effekte. Beim *Foreshadowing* wird „[d]urch ein szenisches Element eine Vorahnung hinsichtlich des Fortgangs der Handlung erzeug[t].“ (Eschke/Bohne 2010: 183) Dieser Effekt wird z. B. in der letzten Episode eingesetzt, um den Wohnungsbrand bei Manni Kopfeck anzukündigen und den Schuldigen zu entlarven. Während Franz Münchinger nach seinem misslungenen Kochversuch die Wohnung verlässt, schwenkt die Kamera noch einmal zurück in die Küche, wo die Spülhandschuhe auf der angeheizten Herdplatte bereits anfangen zu brennen. Als weitere dramaturgische Spielart kommen in der Serie auch erfüllte und enttäuschte Hoffnungen zum Tragen. Die bereits geschilderte Opernkritik stellt eine Szene dar, aus der Monaco trotz seiner geringen Chancen mit einer erfüllten Hoffnung herausgeht. Obwohl er von Wagners „Walküre“ keine Ahnung hat, schafft er es dank eines glücklichen Zufalls, seinen Plan in die Tat umzusetzen und Dr. Schönferber als „Deppen“ dastehen zu lassen (Folge 1). Zwischen erfüllten und enttäuschten Hoffnungen spielt sich die komplette Handlung in Folge 5 ab. Trotz eines grippalen Infektes macht sich Monaco mit dem Kopfeck Manni voller Vorfreude wie jedes Jahr „am Faschingssamstag vorm

Faschingsdienstag“ (Folge 5, 23:43-23:45) auf den Weg zum Hausball im Donnersberger Hof. Dort eingetroffen müssen sie mit großem Bedauern feststellen, dass die Veranstaltung nicht stattfindet, da sich der Wirt keinen Faschingsball mehr leisten kann. Monacos Enttäuschung ist umso größer, weil ihm Manni im Voraus noch Hoffnungen gemacht hatte, eine gewisse Lilli wiederzutreffen, die angeblich sogar nach ihm gefragt hatte und ihn inzwischen „in einem anderen Licht“ sehen würde. Auf die enttäuschte folgt aber schließlich doch noch eine erfüllte Hoffnung, was dem Umstand geschuldet ist, dass Monaco seinen Wohnungsschlüssel zu Hause vergessen hat. Auf der Suche nach einem Bekannten, der einen Dietrich besitzt, trifft er auf einem anderen Faschingsball zufällig auf besagte Lilli. Diese nimmt ihn sogar mit in ihre Wohnung, wo sich wiederum eine Enttäuschung für ihn offenbart. Seine Angebetete hat inzwischen eine kleine Tochter und bezieht ihn sogleich am Wickeltisch mit ein. Als alleinerziehende Mutter kann sie sich nur eine kleine Wohnung am Stadtrand leisten und bittet Monaco, der eigentlich schon im Begriff ist zu gehen, um einen Gefallen:

LILLI: Weißt Franze, ich hab mir so denkt: Du verkehrst doch jetzt in bessere Kreise und so, vielleicht hörst einmal was von einer größeren Wohnung oder so ... so zwei Zimmer, Küche und Bad ... [...] Wennst des macha tatst, Franze, du, ehrlich – des könnt ich dir nie vergessen! ... Dann kannst mi ja aa mal gelegentlich besuchen ... verstehst mich schon, Franze, auch außerhalb vom Fasching ...  
(Folge 5, 41:58-42:30)

Als ihm der Grund klar wird, weshalb Lilli ihm gegenüber plötzlich so „aufgeschlossen“ war, gibt er seine Hoffnung endgültig auf und fährt niedergeschlagen nach Hause. Zusätzlich zur grundsätzlichen Gestaltung von Figuren wird die Wirkung einer Szene außerdem verstärkt, wenn diese eine bisher unbekannte oder unerwartete Charaktereigenschaft an den Tag legen. Die Szene, in der Monaco in Mannis ausgebrannte Wohnung zurückkommt, wird durch Mannis heftige Reaktion zusätzlich dramatisiert und noch tragischer, als sie ohnehin schon ist. Manni Kopfeck, der dem Zuschauer bis dahin als gutmütiger, geduldiger und ausgeglichener Freund und Kollege von Franze bekannt war, kann sich in diesem Moment angesichts des großen Schadens und Monacos Schuldzuweisung nicht mehr beherrschen.

KOPFECK: Weißt was: Jetzt reichts mir mit dir! Du Säufer, du krimineller, du rücksichtsloser Nihilist! Du tatst uns ja alle gern neiziehn in deinen Strudel, in deinen selbstzerstörerischen ...

MONACO: Manni, ... jetzt reg dich doch ned so auf ...

KOPFECK: Du bist ja kein Mitmensch mehr! Du bist ja nur noch ein ... ein Subjekt, ein kriminelles, ein asoziales!

MONACO: Ehrlich wahr, Manni? Meinst, dass scho soweit is mit mir?

KOPFECK: Ja. Aber du ziehst mi ned mit nei! Du ned! (Folge 10, 29:07-29:38)

### 6.7.3 Die Dialoge

Neben der Funktion als erzählerisches Stilmittel, erfüllt ein Dialog weitere wesentliche, gestalterische Aufgaben innerhalb der Seriendramaturgie. In den detailliert ausgearbeiteten Dialogen der Serie „Monaco Franze“ zeigt sich außerdem die hohe Qualität der Drehbücher, die Winter als Kultcharakteristikum nennt. Wie Helmut Dietl selber betont, wurden die Dialoge nicht improvisiert, sondern Wort für Wort dem

Drehbuch entnommen (vgl. Interview mit Helmut Dietl 2003). Eine Besonderheit ist hier, dass es durchaus Passagen gibt, die nicht wesentlich zur Handlung beitragen, die aber gerade deshalb stilprägend für die Serie sind und als weiteres konzeptuelles Alleinstellungsmerkmal gewertet werden können. Als Beispiel kann die Sequenz in Folge 2 dienen, in der Monaco mit Elli telefoniert und ihr anordnet, dass sie ihm seine Pistole aufs Polizeipräsidium bringen soll. Manni versucht ihn zu unterbrechen, um ihn darauf hinzuweisen, dass das eine denkbar schlechte Idee ist, wird aber von ihm ignoriert. Als Monaco schließlich nachfragt, ist Manni selber in einem Telefongespräch, sodass es eine Weile dauert, bis er ihm antwortet:

MONACO: Was „nein“, was „auf gar keinen Fall“!?

KOPFECK *wehrt ihn ab*: Moment amal ... *spricht in den Telefonhörer und schreibt nebenbei mit*: Was is des? Wie hoaßt der? Ein Shih Tzu? Wie schreibt man des? Ah, tibetanischer Tempelhund, aha ... und wo? ... In der Nördlichen Auffahrtsallee ... ah, sowas wie ein Pekinese, jaja ... aha, weiß ... Was? Aso! Der Besitzer hoaßt Weiß ... und der Hund? Wie hoaßt der? Der Vater hoaßt ... wie? ... Brickles Golden Danny ... sag amal, braucht ma denn des alles? ... Und die Mutter? Bamertak ... Bamertak Tso Tsong? ... und er selber? Der Shih Tzu? ... Telotale ... naa, jetzt ... also naa, weißt was, des schreibst ma jetzt ois auf und dann schickst mirs mitm Telex ... überhaupt möcht i des jetzt alles mitm Telex haben, verstehst, weil des is mir dann wurscht, des is dann euer Problem, i bin ja ned beim Erkennungsdienst. Servus. *Er legt auf ... Glaubstas Gschiss mit dene Hund!* (Folge 2, 30:17-31:27)

Mannis Telefonat verzögert an dieser Stelle die eigentliche Handlung, trägt aber durch den Gesprächsgegenstand, Mannis Fragen und seine letztendlich entnervte Reaktion zur Komik der Szene bei. Außerdem wird noch einmal der Running Gag „Immer dieses Gschiss ...“ aufgegriffen.

Um die bei Eschke und Bohne aufgeführten Mittel zur Dialoggestaltung am Beispiel der Serie „Monaco Franze“ aufzuzeigen, soll der folgende Dialog als Beispiel dienen:

KOPFECK: Also, Franze – wennst dich du jetzt von alle deine Weiber, die wos du in deinem Leben kennt hast, verabschieden willst, dann – weißt was, dann brauchst gar nicht auswandern, weil dann bist die nächsten zehn Jahr bloß mit Verabschieden beschäftigt.

MONACO: Ja bloß die Wichtigsten halt, ned, die wichtigsten Frauen meines Lebens – wo man halt auch ein bisschen mit dem Herzen dabei war ... so wie die ... die Dings zum Beispiel ... die ... na wie hats denn gheißen? ... Die – Herrgottsakradi, dass ich jetzt des Notizbuch nicht hab! – Na so hilf mir doch! Du hastas doch alle kennt! Die meisten wenigstens.

KOPFECK: Ja, wen moanst denn?

MONACO: Ja die Dings ... so einen kleinen Sprachfehler hats ghabt ... und einen riesigen Busen ... „A neeet Herr Kommithar“ hats immer gsagt.

KOPFECK: Die Vierlinger Susi?

MONACO: Genau! Die Vierlinger Susi. Ham wir die Adress?

KOPFECK: Naa, die hamma ned, weil des mit die Adress, des machma später. Da ruf ich dann den Wohlmüller an vom Einwohnermeldeamt und der macht des mitm Computer. [...]

MONACO: Jetzt noch einmal zurück zur Vierlinger Susi. Was schenk ich denn jetzt der?

KOPFECK: Ja mei ... schenkst dera halt aa a Seifn.

MONACO: Auch a Seife? Ja, wenn ich jetzt a jeder a Seifen schenk ... hernach begegnet die eine der anderen – die kennen sich ja alle untereinander, ned – und dann stellt sich heraus, dass a jede a Seife kriegt hat? ... Naa, die kriegt Pralinen ... und die Ehrensberger Renate kriegt die Seife. Ned? Und die ... die Rita, die kriegt des Kölnisch und die Anni kriegt wieder Pralinen und die Helga wieder a Seife und die Gerti wieder ein Kölnisch ... So. Jetzt kommt da langsam a Ordnung hinein. Jetzt hamma nur mehr drei

Geschenke zur Auswahl – des is rationeller. Da brauchen wir jetzt 35 Pralinen, 35 äh ... Seifen und 35 Kölnisch Wasser – macht 105 insgesamt. Und dann kriegt noch jede ein Foto. Brauch ich hundertfünf Foto.

KOPFECK: Was für Foto?

MONACO: Ja von mir, zur Erinnerung, ned? Ein schönes Porträtfoto!

KOPFECK: Also, Franze, geh ... bissel spinna tuast schon.

MONACO: Ja wieso denn? Schau, Manni, du musst ja denken: Ich sehe alle diese Frauen wahrscheinlich in meinem Leben nie wieder. Alle diese wunderbaren Frauen! (Folge 9, 16:35-18:54)

Die beteiligten Figuren werden in diesem Dialog hinsichtlich ihrer Gefühle und Haltungen effizient charakterisiert und enthüllt. Monaco ist wehmütig und hat das aufrichtige Bedürfnis, sich von all seinen weiblichen Bekanntschaften persönlich zu verabschieden. Manni Kopfeck hält das für reichlich übertrieben und ist skeptisch, steht seinem Freund aber trotzdem wie immer unterstützend zur Seite. Der Dialog zeichnet sich, so wie auch sonst in der Serie, durch die individuelle und natürliche Sprechweise von Monaco und Kopfeck aus. Beide haben den typisch bayerisch-münchenerischen Dialekt, wobei Monaco in seiner Artikulation etwas hochdeutscher klingt. Er sagt beispielsweise „auch“, während Manni das Wort als langgezogenes „aa“ ausspricht. Typisch sind auch Kopfecks nüchterne, kurze Antworten sowie seine ehrliche Bemerkung „a bissel spinnen tust schon.“ Der Unterhaltungswert des Dialogs ist bereits mit dem ersten, ironischen Satz von Manni gegeben. Der Dialog ist zwar nicht durch Schlagfertigkeit gekennzeichnet, wie Eschke und Bohne in ihrer Auflistung nennen, sondern viel mehr durch die Selbstverständlichkeit und Ernsthaftigkeit, mit der Monaco auf den Einwand seines Freundes reagiert. Monacos Tatendrang und Kopfecks skeptische Zurückhaltung angesichts des verfolgten Ziels stellen einen amüsierenden Kontrast dar. Zudem wird durch Mannis ironische, indirekte Andeutung ein aktivierender und gleichzeitig komischer Effekt erzeugt. Der Zuschauer stellt sich die Frage, mit wie vielen Frauen Monaco in seinem Leben wohl schon „zu tun“ gehabt hat und ist über Mannis Formulierung amüsiert, mit der er eigentlich sagen möchte, wie unsinnig Monacos Plan ist. Ganz beiläufig wird hier auch die Information vermittelt, dass es sehr viele Frauen waren, mit denen Franz Münchiger verkehrt hat, wenn er schon allein 105 Bekanntschaften zu den Wichtigsten zählt. Mit den „Wichtigsten“ sind diejenigen Frauen gemeint, für die er tatsächlich Gefühle hatte, wie er selber erklärt. Dass er sich aber gleich bei der ersten Frau, die ihm in den Sinn kommt, nicht an den Namen erinnern kann, zeigt auch, von welcher Oberflächlichkeit man bei ihm ausgehen muss. Er widerspricht sich damit selbst. Dass diese Frauen für ihn im Grunde austauschbar sind, zeigt auch die Wahl der Geschenke sowie die einerseits strategische, andererseits willkürliche Verteilung. Aus diesem Subtext lässt sich lesen, dass es ihm viel mehr darum geht, noch einen letzten Auftritt zu haben, selber nicht in Vergessenheit zu geraten und sich zu verewigen, was er schließlich auch mit dem Erinnerungsfoto erreichen möchte. In den folgenden Szenen wird daran angeknüpft, denn Monaco lässt das Porträt wie eine Autogrammkarte gestalten, auf der er noch ein paar persönliche Zeilen anbringen kann. Dennoch lässt er mit dem Satz „Ich sehe alle diese Frauen wahrscheinlich in meinem Leben nie wieder.“ durch das Wort

„wahrscheinlich“ erkennen, dass die Möglichkeit eines Wiedersehens für ihn zumindest nicht ganz ausgeschlossen ist. Rückblickend könnte man diese Aussage auch so interpretieren, dass er bereits zu diesem Zeitpunkt wusste, dass er seine Frau nicht auf die Bermudas begleiten wird. Der Dialog hat insofern eine klare dramatische Aufgabe, als dass er auf das nachfolgende Treffen mit Elli hinleitet. Außerdem wird darin zum Ausdruck gebracht, wie wichtig Monaco diese letzte „Mission“ noch ist, denn um all die Verfloßenen wiederzufinden, werden alle 105 Adressen von Manni beim Einwohnermeldeamt angefragt. Er muss jeden einzelnen Tag, der ihm noch in München bleibt ausnutzen und so ist es für ihn umso schlimmer, als er schließlich merkt, dass er sich im Flugdatum geirrt hat und die Abreise einen Tag früher ansteht. Gleichzeitig kommt hier wieder Monacos Leidenschaft zum Ausdruck, die mit einer kindlichen Naivität einhergeht. Trotz der oberflächlichen Geschenke und der „Massenabfertigung“: seine Aktion zeigt, dass „seine Frauen“ einen wichtigen Teil seines Lebens ausmachen, den er jetzt aufgeben muss. Seine Aussage aus der ersten Szene in Episode 1 „Ehrlich gesagt: Ich interessiere mich wahnsinnig für Frauen!“ wird in diesem Dialog sowie in der folgenden Handlung noch einmal auf humorvolle und gleichzeitig bestätigende Art und Weise aufgegriffen. Grundsätzlich passt der Dialog zum tragikomischen Stil der Serie, indem er an der Oberfläche humorvoll ist und parallel auf die tragischen Elemente der Figur Franz Münchinger verweist. Tobias Rüther, der Feuilleton-Autor der FAZ, sieht in Helmut Dietls Dialogen vor allem Menschlichkeit und bezieht sich dabei auf Monacos Aufzählung diverser Münchner Straßennamen und Stadtviertel (Folge 1) sowie auf einen Dialog, in dem er dem Tierparktoni die Bedeutung einer Kantinensoße erklärt (Folge 6):

In dieser Soßenphilosophie genau wie in der Straßenphilosophie liegt das Geheimnis der Dietlschen Fernseherzählung: Menschlichkeit. So einfach ist es. Menschlichkeit. Denn wir labern ja alle die meiste Zeit des Tages so vor uns hin. Im Fernsehen von heute labern aber alle immer nur handlungsvorantreibend [...]. Helmut Dietls Dialoge, das hat er selbst einmal gesagt, sollten alles andere tun, nur eben bitteschön auf keinen Fall den Fall klären. (Rüther 2015)

Auch wenn dieses „vor-sich-hin-Labern“ nach der Auffassung von Eschke und Bohne keine klare dramatische Aufgabe erfüllt (vgl. Eschke/Bohne 2010: 188), so lässt es sich als charakteristisches Stilmittel begreifen, das die Dialoge der Serie zu dem macht, was sie sind. Gerade diese Elemente sorgen für einen großen Interpretationsspielraum und können dadurch, wieder ganz im Sinne von Eschke und Bohne, relevant für den Subtext eines Dialogs sein (vgl. Eschke/Bohne 2010: 188). Die hier genannte „Soßenphilosophie“, bei der es sich eigentlich um einen Dialog von Franz Geiger, nicht von Helmut Dietl handelt, könnte man so gesehen auch als Metapher für Monacos Ehe bzw. Beziehung zu seiner Frau interpretieren:

MONACO: Das Essen in der Kantine ist mir am allermeisten abgegangen, mein i eh. Die Soß! Man kriegt jeden Tag was anders, bloß die Soß, die bleibt allerweil die selbe. Und da is eine unheimliche Kontinuität drin, Regelmäßigkeit, und die braucht halt der Mensch. Die Soß, die bindet. Die pappt die Tag' und die Wochen zusammen und kaum schaut di um, is a Jahr vorbei. Ohne eine sämige Kantinensoße ist ein Beamtenleben gar nicht denkbar! (Folge 6, 09:21-09:53)

## 6.8 Weitere inhaltliche Kultfaktoren der Serie

Im Kapitel zu den Cultural Studies wurden bereits die Stilmittel aufgezählt, die John Fiske für die Erzeugung von Polysemie und somit als Voraussetzung für die Popularität eines medialen Textes nennt. In den von Eschke und Bohne behandelten Faktoren für eine erfolgreiche Seriedramaturgie ließen sich bereits einige dieser Faktoren, wie z. B. Widerspruch oder Überzeichnung wiederfinden. Diese Stilmittel wirken gegen die Geschlossenheit eines Textes und machen diesen somit für ein breites Publikum zugänglich. Wie im Kapitel zum Kultbegriff thematisiert, betrachtet Rainer Winter diese Faktoren, die zur textuellen Offenheit beitragen, auch als kennzeichnend für Kultserien (vgl. Winter 2013: 80). Im Folgenden sollen diese inhaltlichen Kultfaktoren nach Fiske noch einmal im Einzelnen anhand von konkreten Beispielen aus der Serie veranschaulicht und dadurch weitere inhaltliche Belege für den Kultstatus der Serie geliefert werden.

### 6.8.1 Ironie

Es gibt in der Serie viele ironische Momente, die vom Zuschauer unterschiedlich interpretiert werden können. Es handelt sich dabei oft um verdeckten Spott, z. B. wenn Monaco sich bei seiner Frau über die versäumte „Rheingold“-Inszenierung erkundigt:

ANNETTE: Weißt du, Franz, es ist nämlich wirklich schade, dass du „Rheingold“ versäumt hast. Das war wirklich ein echtes großes Erlebnis.

MONACO: Habts wieder a rechte Sternstunde gehabt mit eurem Wagner, Spatzl, ha?

ANNETTE: Ja, das haben wir. Es war eine Jahrhundertaufführung. Sogar Dr. Schönferber sagte, „glücklich und dankbar müssen wir sein, dass wir dabei sein durften“.

MONACO: Ja – des sagt er doch allerweil, der Schönferber, oder?

ANNETTE: Mach du dich nur lustig!

MONACO: Geh, Spatzl, ich tät mich doch niemals über so ein ernstes Thema lustig machen. Ich hätt's ja selber gern gesehn, ich habs ja nicht gern versäumt. (Folge 1, 22:06-22:34)

In Monacos Ironie kann man in diesem Beispiel seine Abneigung gegenüber der Kunst, aber auch gegenüber Annettes Freundeskreis erkennen. Gleichzeitig wird damit deutlich gemacht, dass er seiner Frau gegenüber nicht ehrlich sein kann, auch, wenn es um sein persönliches Interesse und seine Meinung geht. Im Gegensatz dazu, übt Manni mit seinen ironischen Kommentaren durchaus versteckte Kritik an Monaco, z. B. als dieser sich darüber ärgert, dass Elli ihn in Folge 1 mit den anderen Frauen gesehen hat:

MONACO: ... weils mich jetzt für nix anders hält als für einen ganz normalen Aufreißer.

KOPFECK: Aso? Meinst, ha? Des kann man doch von dir wirklich ned bahaupten, Franze ... Prost die Damen! (Folge 1, 21:37-21:48)

Ironie zeigt sich aber auch unabhängig von einzelnen Dialogen im Handeln oder in den Verhaltensweisen der Figuren und in manchen Folgen auch in der sprichwörtlichen „Ironie des Schicksals“. Beispielsweise befindet sich Monaco am Ende von Folge 5 in derselben Situation, wie zuvor seine Mandanten, die ihre Partner im Fasching verloren haben. So wie er kurz zuvor noch leichtfertig sagt „ja mei, des is halt der

Fasching“ (Folge 5, 05:32-05:34), reagiert er beim Verschwinden seiner Frau umso betroffener: „Irmgard, noch besser: Sie gehen gleich direkt zum Fernsehen mit dem Foto, Sie nehmen jetzt das Foto, gehen zum Fernsehen, sagen einen schönen Gruß und ich verlange, dass des Foto heut Abend in den Nachrichten gesendet wird! Mit folgendem Text ... äh ... Bitte, Spatzl, komm heim!“ (Folge 5, 46:13-46:28) Auch die Tatsache, dass Annettes manipulativer Eingriff in Monacos medizinisches Gutachten in Folge 2 letztendlich dazu führt, dass er nun auch tagsüber Zeit hat, mit anderen Frauen zu flirten, kann man als ironische Fügung aufgreifen.

### **6.8.2 Metaphern**

Daneben enthält die Serie Metaphern, die sowohl auf textueller als auch auf visueller Ebene auftreten können. Die Sequenz direkt nach dem oben zitierten Dialog könnte als Metapher für Monacos Verhältnis zu Annette verstanden werden. Zum dramatischen Gesang von Wagners Rheintöchtern („Rheingold“) kommt Annette mit fliegendem Mantel aus einer Buchhandlung, gefolgt von Monaco, der einen Stapel Bücher trägt und versucht, mit ihr Schritt zu halten. Zielstrebig eilt Annette voran durch die Münchner Fußgängerzone und betritt einen weiteren Laden, während Monaco ihr weiterhin folgt. Sie kommen wieder heraus, Annette mit stolzem Schritt voran, Monaco folgt mit einem weiteren Stapel aus Platten unter dem anderen Arm (die er zum Nachholen des verpassten „Rheingold“-Stoffs benötigt) und läuft ihr etwas unbeholfen angesichts der schweren Last hinterher. Die Sequenz kommt ganz ohne Dialog aus und trotzdem wird darin eine Bedeutung vermittelt. Annette hat in dieser Situation die Kontrolle über ihren Mann und gibt den Ton an. Wie auch in ihrer Ehe, traut er sich nicht, ihr zu widersprechen. Sie bestimmt, wo es langgeht und Monaco folgt ihr gehorsam. Die physische Last aus Wagner-Schallplatten und seitendicken Opernführern bringt auch die psychische Qual zum Ausdruck, die Monaco damit verbindet. Trotzdem hastet er seiner Frau hinterher, was seine Abhängigkeit von ihr verdeutlicht. Eine weitere Metapher stellt auch das Porträt dar, das Annette in der ersten Episode von Monaco malt. Während sie ihn zunächst in Lederjacke und Jeans, lässig auf einem Stuhl sitzend festhält, sieht sie ihn nach dem gemeinsamen Opernbesuch wie sie selber sagt, „ganz anders als früher“ (Folge 1, 41:09). So soll Franz beim zweiten Anlauf in einem seidenen Morgenmantel mit Foulard und Brille, mit Klavier und Wagnerbüste im Hintergrund und einem Buch in der Hand posieren. Annette macht sich sozusagen ihr eigenes Bild von ihrem Mann. Sie malt ihn nach ihren Idealvorstellungen, ist sich dabei aber auch bewusst, dass sich diese Vorstellungen nur in einem Porträt festhalten lassen und niemals Realität werden. Eine Metapher wird aber von jedem Rezipienten anders gedeutet und so kann es auch sein, dass ganz unterschiedliche Elemente als Metaphern verstanden werden.

### 6.8.3 Komik

Ähnlich verhält es sich mit dem Humor. Nicht jeder beabsichtigte Witz wird als lustig verstanden und umgekehrt können auch ernstgemeinte Momente bei machen Zuschauern für Belustigung sorgen. Humorvolle Elemente können von Rezipient zu Rezipient aus ganz unterschiedlichen Gründen als witzig empfunden werden. Bei „Monaco Franze“ ist es oftmals schon die Bildsprache, die Humor auf indirekte Weise vermittelt. Je nach Empfinden und Aufmerksamkeit des Zuschauers kann durch die Bildgestaltung Belustigung hervorgerufen werden, wie z. B. in der Szene, als Monaco seiner Englischdozentin zur Bestechung einen riesigen Strauß roter Rosen schenkt. In der folgenden Sequenz stehen die ca. 50 langstieligen Rosen in einer großen Vase auf dem Tisch, während Monaco und Frau Müller-Atchinson rechts und links davon wie unter einem Baum sitzen und verunsicherte Blicke nach oben zu den Rosen werfen. Monacos Unglaublichkeit wird zusätzlich durch diese übertriebene Geste unterstrichen, die nun unübersehbar als roter Rosenstrauß im wahrsten Sinne des Wortes im Raum steht. Humor kann aber auch über den Dialog sowie die Kombination aus Bild und Dialog erzeugt werden. Die Szene, in der Monaco von seiner Frau bei einer Kostümprobe für den Hausball von Herrn Dr. Braun beraten wird, kann auf zwei Ebenen als amüsant empfunden werden. Zum einen ist es der Dialog, der zur Komik der Szene beiträgt:

MONACO: Naa, des zieh ich nicht an!

ANNETTE: Das sieht sehr gut aus, Franz.

MONACO: Des is ja hinten und vorn zu eng, da krieg ich ja keine Luft mehr.

ANNETTE: Das war damals Mode.

MONACO: Und des Zeug aufm Kopf – geh, Spatzl, wenn wir schon dahin müssen, dann lass mich doch gehen wie ich sonst auch geh.

ANNETTE: Es ist ein Hofball. Du kannst nicht als Seeräuber auf einen Hofball gehen.

MONACO: Ja, wennst meinst, Spatzl. Aber ich hab so des Gefühl, dass ich so, wie ich jetzt ausschau, dass ich da wahnsinnig blöd ausschau. Findst nicht, Spatzl, dass ich wahnsinnig blöd ausschau?

(Folge 5, 08:35-09:09)

In diesem Moment schwenkt die Kamera auf Monaco. Er trägt ein goldenes, höfisches Kostüm aus dem Frankreich des 17. Jahrhunderts, das ihm im Bauchbereich zu eng ist, sodass er nicht alle Knöpfe der Weste schließen kann. Passend dazu hat er eine weiße Allongeperücke auf dem Kopf, seine Schultern sind mit den weißen Locken bedeckt. Er fühlt sich sichtlich unwohl, als er sich im Spiegel betrachtet. Der Dialog wird durch die lächerlicher Erscheinung Monacos ergänzt. Die beherrschende Art von Annette und der zunächst trotzig, dann flehende Tonfall von Monaco erinnert ein wenig an ein Gespräch zwischen Mutter und Kind und bringt daneben wieder die Rollenverteilung in der Ehe zum Ausdruck. Gleichzeitig fragt man sich, ob Annette das Kostüm an ihrem Mann tatsächlich gefällt, oder ob sie sich insgeheim nicht auch darüber amüsiert und ihre Machtposition ausnutzt. Bevor sie auf seine letzte Frage antworten kann, wird sie zur Anprobe gebeten. Als Annette weg ist, betrachtet sich Monaco noch einmal von allen Seiten im Spiegel und beschließt insgeheim, dass er dieses Kostüm nicht tragen wird. Dass er sich mal wieder ohne direkten Widerstand zu leisten aus der Affäre ziehen wird, zeigt sich, als er kurz darauf krank im Bett liegt. Obwohl

seine Grippe echt zu sein scheint, ist sie sein Mittel, um dem Freundeskreis seiner Frau aus dem Weg zu gehen.

#### **6.8.4 Widerspruch**

In Monacos Abneigung gegenüber der „feinen Gesellschaft“ zeigt sich der Widerspruch, der von Fiske als relevant für das Erreichen unterschiedlicher sozialer Gruppen angesehen wird. Obwohl Monaco standesgemäß, durch die Heirat mit seiner Frau, zur sogenannten „High Society“ gehört, lehnt er diese Gesellschaftsschicht ab und versucht sich so gut es geht davon zu distanzieren. Während er von Annettes Freundeskreis dafür kritisiert wird, toleriert sie sein Verhalten grundsätzlich, auch wenn sie ihn hin und wieder zu einer kulturellen Veranstaltung zwingt. In der realen Gesellschaft können die Unterschiede, die z. B. aufgrund der sozialen Herkunft bestehen, nur durch aktives Bemühen und Anpassung überwunden werden. Beide Figuren, sowohl Annette als auch Monaco, thematisieren diese Unterschiede, setzen sich aber gleichzeitig darüber hinweg und zeigen, dass es kein „entweder – oder“ geben muss. Das wird auch mit den zwei unterschiedlichen Nachnamen demonstriert, denn Annette wird nach wie vor als Frau von Soettingen angesprochen. Ihr Verhalten stellt somit einen Widerspruch zur sogenannten „herrschenden Ideologie“ dar. Monaco lebt dieses Prinzip auch in zwischenmenschlichen Angelegenheiten aus. Trotz der Liebe zu seiner Frau, die er mehrmals bestätigt (z. B. „Ich liebe meine Frau, und meine Frau liebt mich!“, Folge 2, 40:50-40:52 oder „Du bist doch mein Augensterne! Spatzl, du weißt doch ganz genau, dass du mein Augensterne bist, mein einziger! Folge 3, 43:03-43:10), braucht er das Abenteuer und lacht sich regelmäßig andere Frauen an. Annette weiß, dass sie es mit ihrem Mann nicht leicht hat und dass sie denkbar wenige Gemeinsamkeiten haben. Obwohl sie sich immer wieder dafür rechtfertigen muss und ihre männlichen Freunde ihr immer wieder Avancen machen, nimmt sie seinen „Freiheitsdrang“ in Kauf.

#### **6.8.5 Excess**

Ein weiteres Stilmittel, die Hyperbel, die Fiske als *excess* bezeichnet, kann beispielsweise mit der Szene veranschaulicht werden, als Franz die Abschiedsgeschenke für die 105 wichtigsten Frauen seines Lebens plant. Die absurd hohe Zahl an Frauen und die Ernsthaftigkeit, mit der Monaco sein Vorhaben plant, kann durchaus als Übertreibung gesehen werden. Wie von Fiske beschrieben, kommt hier eine „herrschende Ideologie“ und gleichzeitig die Kritik daran zum Ausdruck. Zunächst amüsiert man sich über die vielen Bekanntschaften und ist vielleicht gerührt, weil Monaco sich persönlich von jeder einzelnen verabschieden möchte. Gleichzeitig kommen aber auch moralische Aspekte zum Tragen und man stellt sich die Frage, ob es wirklich lustig ist, dass er mit so vielen Frauen zu tun hatte oder ob er vielmehr das Ausmaß seiner Untreue gegenüber Annette beschäftigen sollte. Aus einer gendertheoretischen Perspektive müsste man sich außerdem fragen, ob die Situation im Falle einer Frau als genauso amüsant empfunden werden würde,

oder ob man aufgrund gesellschaftlicher Konventionen mit Mitleid oder gar Abneigung reagieren würde. Umgekehrt müsste man an dieser Stelle auch seine Einstellung gegenüber Monaco hinterfragen. Findet man ihn sympathisch, weil er sich Gedanken über seine Verflorenen macht oder ist das Ganze nur ein Akt der Selbstdarstellung eines Machos? Durch die übertriebene Darstellung wird man dazu motiviert, sich genauer mit dem Inhalt zu beschäftigen. Während man im ersten Moment noch Gefallen an der Szene findet, kann man diese Reaktion im nächsten Augenblick vielleicht schon selbstkritisch hinterfragen.

Alle der zuvor aufgeführten Stilmittel zielen auf Polysemie und somit darauf ab, den Text für eine Vielzahl an Bedeutungszuweisungen durch das Publikum zu öffnen. Dadurch werden viele Anknüpfungsmöglichkeiten geboten und zudem der Faktor der „Rewatchability“ (vgl. Eichner 2013: 60) erhöht.

### **6.8.6 Intertextualität**

Fiske setzt darüber hinaus die Intertextualität als wichtigen Aspekt für die Popularität von Fernsehtexten voraus. Rainer Winter greift dies auch für Kultmedien auf (vgl. Winter 2013: 67). Intertextuelle Bezüge lassen sich auch in der TV-Serie „Monaco Franze“ ausmachen. Neben der sog. horizontalen Intertextualität, die sich auf die Struktur eines Textes bezieht und somit z. B. in Form der Genrezuweisung gegeben ist, versteht Fiske unter der vertikalen Intertextualität die Beziehungen eines Primärtextes zu anderen Texten, die auf diesen verweisen. Er unterscheidet dabei zwischen Sekundär- und Tertiärtexten (vgl. Fiske 1987: 85), die das polyseme Potenzial des Textes vergrößern können. Bei der Wahrnehmung von intertextuellen Bezügen kommt es auf das individuelle Wissen und die Medienkompetenz der Zuschauer an. Christiane Ruff erkennt beispielsweise in Monaco Franzes Outfit aus Lederjacke, Jeans und Cowboystiefeln eine Hommage an James Dean (vgl. Klode 2016). Monaco Franze selber vergleicht den Tierparktoni in Folge 3 mit Al Capone und sich selbst mit James Bond, was Zuschauern, die mit den Figuren vertraut sind, Aufschluss über seine (Selbst-)Wahrnehmung gibt. Fiske bezieht sich auf eine Studie, die genau diese Figur, James Bond, zum Gegenstand hat. Diese zeigt, dass auch Schauspielerbiografien zu den Sekundärtexten zählen, die einen Einfluss auf die Bedeutung des Primärtextes haben können. Ähnliches ist auch bei Helmut Fischer und der von ihm gespielten Figur Monaco Franze zu beobachten. Der Regisseur und Autor der Serie Helmut Dietl erzählt, dass er bei der Arbeit am Drehbuch von Anfang an Helmut Fischer als Darsteller im Kopf hatte. Das erklärt auch, weshalb die Figur so viele Parallelen zum Schauspieler aufweist, nicht nur charakterlich, sondern auch seine soziale Herkunft und seinen Lebensstil betreffend. Aufgrund dieser Ähnlichkeiten verschmelzen der Schauspieler und seine Rolle aus der Perspektive des Publikums zu einer Person. Die Persönlichkeit einer Figur steht beim Fernsehen und gerade bei Serien im Mittelpunkt. Der fiktionale Monaco Franze strahlt dadurch eine gewisse Vertrautheit aus und erscheint noch echter. Der Schauspieler wird nicht unbedingt als Helmut Fischer verehrt, sondern vor allem als Monaco Franze. Sybille Krafft

schreibt: „In der Öffentlichkeit wurden Helmut Fischer und der Monaco Franze nun eins, denn das Publikum unterschied nicht mehr zwischen Rolle und Person, zwischen Traumfigur und wahren Leben.“ (Krafft 2006: S. 12) Helmut Fischer war seit seinem Durchbruch vor allem als Stenz und Monaco Franze bekannt. Das wurde ganz deutlich, als einige Zeitungsartikel anlässlich seines Todes am 14.06.1997 Überschriften wie „Monaco Franze ist tot“ (Fried 1997) trugen. Der erste Satz in der Todesanzeige des „Spiegels“ lautete: „Mann und Frau, dieses ewige Missverständnis – wer hätte die Komödie der Geschlechter je schöner gespielt als ‚Monaco Franze‘ und sein ‚Schatz!‘.“ (N.N. (17) 1997: 210) Nach Fiskes Definition handelt es sich bei Monaco Franze um einen „runden“ Charakter, der eine reale Person repräsentiert. Die Figur wird für den Zuschauer zu einer vertrauten Person, mit der er sich auch außerhalb der Serie auseinandersetzt. So werden auch spezifische Eigenschaften des Schauspielers automatisch Teil der Figur. Bei Monaco Franze ist das z. B. das bereits thematisierte Bandscheibenleiden, das ihn im wirklichen Leben zeichnet und deshalb auch in der Serie präsent ist, aber auch der Kosenamen „Spatz!“ für seine Frau, den er ebenso im wirklichen Leben verwendet und der ihm wahrscheinlich deshalb so selbstverständlich über die Lippen kommt.

## **7 „Monaco Franze“ als Kultserie**

Eine Definition von Kultfernsehen sollte nach Gwenllian-Jones und Pearson auf dem Kommunikationsprozess als Gesamtes beruhen und somit Texte, Produktion, Ausstrahlung und Publikum miteinbeziehen (vgl. Gwenllian-Jones/Pearson 2004: x). Zwar lassen sich textuelle Merkmale nennen, die vielen Kultserien gemein sind, jedoch müssen auch weitere Rahmenbedingungen berücksichtigt werden. Wie im theoretischen Teil bereits ausgeführt, spielt das Publikum eine konstituierende Rolle bei der Entstehung und Aufrechterhaltung eines Kultes. Laut Winter ist bereits das sogenannte Binge-Watching als kultische Handlung zu bewerten. So gesehen stellt die „Monaco Franze“-DVD-Box die beste Voraussetzung für das Zelebrieren dieses Kultes dar. Ein Kultobjekt entsteht eben vor allem aus der intensiven Beschäftigung damit und der Kommunikation darüber. Kult ist eine Zuschreibung, die von außen auf ein Objekt angewendet wird und die dadurch bestätigt wird, dass man sich fortan unter diesem Aspekt damit auseinandersetzt.

Im Folgenden werden konkrete Beispiele, die in diesem Sinne für den Kultstatus der Serie „Monaco Franze“ sprechen, herangezogen. Dabei soll auf die bereits genannten, einzelnen Aspekte, wie beispielsweise auf den Kult um reale Persönlichkeiten, die Aktualität der Themen und den Vollzug kultischer Handlungen durch eine Fangemeinschaft eingegangen werden.

### **7.1 Der Kult um Helmut Fischer**

Mit der Rolle des Monaco Franze gelang Helmut Fischer (15.11.1926-14.06.1997) im Alter von 57 Jahren sein großer, aber später Durchbruch als Schauspieler. Die Journalistin und Historikerin Sybille Krafft führte

das letzte gefilmte Interview mit ihm und verewigte ihn damit in einem Film zu seinem 70. Geburtstag. In ihrem Buch zum Andenken an Helmut Fischer schreibt sie über ihn:

„Ein bisserl was geht immer!“ Mit diesem Spruch ist der „Monaco Franze“ in die Filmgeschichte eingegangen – und mit ihm Helmut Fischer, der den „ewigen Stenz“ so hinreißend gespielt hat. Es war ein modernes Märchen, das ihn zur Münchner Legende machte, weil er das sinnlich-heitere Lebensgefühl, das manchmal mit einem lauen Lüfterl durch diese Stadt weht, scheinbar ganz unbeschwert verkörpern konnte. Als der „Monaco Franze“ 1983 zum ersten Mal im Fernsehen lief, waren die Straßen wie leergefegt. Stammtische sind ausgefallen, der Pfarrer von Ramersdorf soll sogar seine Abendmesse verlegt haben. Ein Großstadtjäger auf erotischer Erfolgspirsch – das wurde für Helmut Fischer zur Rolle seines Lebens. [...] Die Frauen lagen ihm zu Füßen und die Männer bewunderten ihn. [...] Die leichtlebigen Hallodrigeschichten begeistern noch immer viele Fans zwischen 8 und 88 Jahren – manche können die Schlüsselsätze inzwischen auswendig mitsprechen, einige rezitieren sogar ganze Szenen. Hunderte von monacophilen Langzeitschwärmern huldigten vor kurzem in einer Kultnacht auf der Leopoldstraße dem unvergessenen Spät-Stenz.“ (Krafft 2006: 10f.) [Anm.: Krafft bezieht sich auf die „Monaco Franze Nacht“ des Bayerischen Fernsehens, die im Rahmen des „Corso Leopold“, einem Straßenfest auf der Schwabinger Leopoldstraße, am 03. und 04.09.2005 stattfand.]

Krafft beschreibt hier wichtige Aspekte, die in einem deutlichen Zusammenhang mit dem Kultphänomen stehen. Der bis heute andauernde Erfolg der Serie, das Mitsprechen von Passagen oder das Nachspielen ganzer Szenen von Fans, das gemeinsame Zelebrieren der Serie – all das spricht eindeutig für den Kultstatus im klassischen Sinn. Ob die Serie als Ganzes oder Helmut Fischer als Teil von „Monaco Franze“ dafür verantwortlich ist, lässt sich nicht eindeutig feststellen. Man kann aber davon ausgehen, dass das eine das andere bedingt. Die ehemalige Kollegin von Helmut Fischer, die AZ-Redakteurin „Ponkie“ schreibt über ihn: „Der Weg zur Kultfigur ‚Monaco Franze‘ lag strahlend vor ihm, und fortan erlebte er den Ruhm live. Autogrammjäger schnellten überall aus dem Hintergrund. Der Leutebeobachter Fischer konnte nirgends mehr in Ruhe herumhocken und Leute beobachten.“ (Ponkie 2006: 72) Und auch der ehemalige Münchner Oberbürgermeister Christian Ude spricht sich für den Kultstatus der Serie aus:

Die Serie wurde schon während der ersten Ausstrahlung Kult, Schulkassen, Polizeiinspektionen und Rentnerstammtische redeten plötzlich wie Helmut Fischer: „A bisserl was geht immer.“ Oder: „Schau, wie i schau!“ Oder: „Ich interessiere mich offengesagt wahnsinnig für Frauen!“ Kneipenbesitzer gaben jetzt damit an, wie oft er früher am Tresen rumhing, Passanten wünschten Autogramme (die er zufällig stets dabei hatte) und Fernsehzeitschriften brachten sein schelmisches Schmunzeln auf dem Titelblatt. (Ude 2006: 164)

In seinem Lieblingscafé an der Münchner Freiheit wurde ihm ein Jahr nach seinem Tod ein Bronzedenkmal errichtet. Die Skulptur des Bildhauers Nicolai Tregor zeigt das Münchner Original in seiner gewohnten Pose, wie er von seinem Stamplatz aus das Treiben um sich herum und wahrscheinlich vor allem die Frauen beobachtet. Auch hier zeigt sich wieder, wie unzertrennlich seine Person von der Figur Monaco Franze geworden ist. Denn obwohl er nie als Monaco Franze in der Serie, sondern nur als Helmut Fischer im wirklichen Leben in diesem Café saß und sich regelmäßig zu einer Frühstücksrunde traf, wird meistens vom Monaco-Franze-Denkmal gesprochen: „An der Münchner Freiheit hat ihm die Stadt ein Denkmal gesetzt: Lebensgroß sitzt der bronzene ‚Monaco Franze‘ dort auf einem Stuhl.“ (Sc. 2009) Im täglichen Kurzbeitrag „neun vor neun“ auf Bayern 1 wurde am 15.11.2013 an den Geburtstag von Helmut Fischer und damit auch

an den unsterblichen Stenz erinnert. Der Schauspieler wird hier als der „echte Monaco Franze“ umschrieben: „ ... auch der echte Monaco Franze habe sich in Lokalen stets den Platz gesucht, der den besten Blick auf die Frauen bot.“ (N.N. (5) 2013) Obwohl mehrere Personen aus dem Bekanntenkreis von Helmut Fischer bestätigten, dass er tatsächlich Ähnlichkeit mit Monaco Franze hatte, gerade wenn es um Frauengeschichten ging, wies Fischer diesen Vergleich stets von sich (vgl. Krafft 2006: 12). Ähnlich wie sein Spatzl in der Serie, ging auch seine Witwe Utta Fischer humorvoll mit diesen Vermutungen um: „Es ist ja auch die Angst, dass jemand weggeht, worauf sich Eifersucht gründet. Aber wenn man weiß, dass das nicht passiert, dann kann man schon viel wegstecken, finde ich.“ (Krafft 2006: 140) An den beliebten Schauspieler wird in den Medien immer wieder erinnert – nie, ohne dabei nicht auch auf „Monaco Franze“ zu verweisen. Das geschieht auch im Rahmen von kulturellen Veranstaltungen, wie beispielsweise 2007 in einer Fotoausstellung zu seinem 10. Todestag in seinem Stammcafé an der Münchner Freiheit, die ihn auch in seiner Paraderolle als Monaco Franze feierte (vgl. Wessel 2007). Besonders bezeichnend ist auch das Zitat aus der Trauerrede des damaligen Münchner Oberbürgermeisters Christian Ude zur Trauerfeier am 19.06.1997: „... populär war er in ganz Deutschland. In München wurde er geliebt.“ (N.N. (6) 2013) Die genannten Beispiele belegen, dass Helmut Fischer als Serienikone und Kultfigur verehrt wird und dadurch als Schauspieler wesentlich zum Kultcharakter der Serie beiträgt.

## **7.2 Der Kultregisseur Helmut Dietl**

Zum Tod des Regisseurs und Drehbuchautors Helmut Dietl äußerte sich Kulturstaatsministerin Monika Grütters in einem Nachruf folgendermaßen: „Mit analytischem Scharfsinn, brillantem Sprachwitz und exakten Milieustudien ist es ihm stets aufs Neue gelungen, intelligenten Humor, gute Unterhaltung und treffsichere Gesellschaftskritik miteinander zu verbinden.“ (Grütters 2015) So wie seine Serien, wird auch Helmut Dietl von den Medien als Kultregisseur gefeiert. Er hat das deutsche Fernsehen mit seinen Werken langfristig geprägt. Sie sorgen auch nach Jahrzehnten immer noch für Begeisterung und haben viele treue Fans. Dass seine Serie „Monaco Franze“ zu so einem großen Erfolg wurde, hat ihn selber überrascht, wie er in einem Interview verrät (vgl. Interview mit Helmut Dietl 2003). Seine große Bedeutung sowie sein Einfluss auf die deutsche bzw. vor allem die bayerische Film- und Fernsehgeschichte wurde erst letztes Jahr leider aus dem traurigen Anlass seines Todes in sämtlichen deutschsprachigen Medien thematisiert. Wie auf dem Onlineportal der österreichischen Zeitung „Kurier“ bekannt gegeben wurde, änderte auch das ORF 2 anlässlich Dietls Todes sein Programm und zeigte ab April 2015 alle zehn Episoden „Monaco Franze“ (vgl. OTS 2015). Unter der Überschrift „Seine Figuren sind Bayerns inoffizielles Weltkulturerbe“ wurde er als Regisseur beschrieben, „der wie kaum ein anderer in Deutschland Humor so leicht und zugleich tiefsinnig inszenieren konnte.“ (Rosenberger 2015) Im September fand im Münchner Literaturhaus eine große Veranstaltung zur Veröffentlichung seiner Autobiografie statt. Ab 14.10.2016 ist dort für knappe fünf

Monate eine Ausstellung über sein Lebenswerk zu sehen. Am 22.10.2016 gab es im Fernsehen des Bayerischen Rundfunks außerdem einen Themenabend mit der Ausstrahlung eines bisher unveröffentlichten Interviews mit dem Regisseur (vgl. N.N. (16) 2016). Helmut Dietl ist und bleibt eine bedeutende Persönlichkeit, die wohl auch über ihren Tod hinaus präsent bleiben und verehrt werden wird.

### 7.3 Artikel und Erwähnungen in den Medien

Wie die bereits genannten Artikel zeigen, wird auch heute noch in den Medien über die Serie berichtet. Erst letztes Jahr, anlässlich des Todes von Helmut Dietl am 30.03.2015, konnte man in jedem Nachruf etwas zu seiner Erfolgsserie lesen. Im Bayerischen Fernsehen wurde in Gedenken an Dietl die erste Folge, „Ein bisschen was geht immer“, ausgestrahlt und auch dieses Jahr wurde am 22.10.2016 im Rahmen des Helmut Dietl Themenabends im BR wieder eine „Monaco Franze“-Episode gezeigt. Neben den zahlreichen Fernseh Wiederholungen seit dem Erstausstrahlungsjahr 1983 widmen sich zahlreiche Zeitungen, Onlinemagazine und TV-Beiträge der Serie, ihren Figuren und Hauptdarstellern. Auf „Focus Online“ wurde „Monaco Franze“ auf Platz 5 der 10 Top-Serien der 1980er Jahre gelistet (darunter unter anderem „Die Schwarzwaldklinik“ auf Platz 1 und „Ein Colt für alle Fälle“ (USA) auf Platz 10) (vgl. Emmerich 2015). Es gibt diverse Artikel, Erwähnungen, Bilderstrecken und Zitate in den unterschiedlichsten Zusammenhängen (vgl. z. B. Wick 2012; Hacke 2012). Die Süddeutsche Zeitung veröffentlichte beispielsweise unter dem Titel „Flirten wie ein Stenz“ eine mehrteilige Flirtanleitung mit ironischem Unterton in Kombination mit einer Bildergalerie (N.N. (7) 2010). Darin heißt es unter anderem auf Seite 1: „Niemand flirtet so erfolgreich wie der Monaco Franze. Wir kennen seine besten Tricks beim Anbandeln. Der Erfolg ist (fast) garantiert.“ Auf Seite 2 geht es weiter mit dem „Dackelblick“, gefolgt von Flirtsprüchen wie „Sie glauben ja gar nicht, wer heutzutage alles abgehört wird. Hauptsächlich Telefon natürlich ... Haben Sie ein Telefon, Fräulein Ingeborg? [...] Des tät ich mir gern einmal anschauen, Fräulein Ingeborg.“ (Folge 3, 12:14-12:28) sowie von der Empfehlung „kein Ort ist so unsexy zum Flirten“ (N.N. (7) 2010), was Monaco Franze im Waschsalon beweist (Folge 3). Oft wird die Serie als Positiv-Beispiel für das frühere Qualitätsfernsehen genannt, das man heute aufgrund des hohen Quotendrucks in Deutschland meist vergeblich sucht. Der Kulturtheoretiker und Philosoph Robert Pfaller äußert in einem Interview mit der Süddeutschen Zeitung, dass das fiktionale Fernsehen „den Zauber des Mondänen verloren zu haben“ scheint:

Mit Wehmut blickt Pfaller zurück auf eine Figur wie den Monaco Franze. Helmut Dietls Held verkörperte in den Achtzigern den Inbegriff des nonchalanten Müßiggängers, der sich nur von seiner Libido, seinem Spatzl und blauweißer Gemütlichkeit treiben ließ. Die Folge: Der Zuschauer konnte über den Helden lächeln, aber liebevoll. Und niemand nahm dem ewigen Stenz seine Vielweiberei auch nur ansatzweise übel. (Albaum 2009)

Daneben wird die Serie auch im Zusammenhang aktueller stadtpolitischer Debatten zitiert, wie z. B. anlässlich des Streits um den Bau einer neuen Philharmonie:

Es ist an der Zeit, in der erneut aufkommenden Münchner Konzertsaal-Debatte an Annette von Soettingen und Dr. Edgar Schönferber zu erinnern. [...] Dietsch schuf diese Charaktere Anfang der Achtziger, aber ihr Einfluss auf einen Teil der Kulturszene dieser Stadt ist bis heute zu spüren: Man ist verwöhnt und anspruchsvoll, es geht um das Beste, um Weltklasse, häufig wird Neues gefordert, selten wird es gewagt. Und sehr oft verbergen sich hinter den wahren Werten der Kunst die persönlichen Interessen an Immobilien, Geld und Macht. (Krügel 2016)

Kurz nach seinem Erfolg als Monaco Franze trat Helmut Fischer in Werbespots und Kampagnen für diverse Unternehmen auf. In einem TV-Spot für den „Toyota Carina“ (1988) präsentierte er im Smoking, in Begleitung einer Dame und mit seinem charmanten Münchner Dialekt à la Monaco Franze unter dem Slogan „Leistung mag er, Verbrauch mager“ die Vorzüge des neuen Autos: „So, heut hamma a Weltpremiere. Das erste Serienauto mit Magermotor. Also mager, weil der Verbrauch extrem mager ist, direkt supermager [...]. Da sehen Sie’s, da ... ja Wahnsinn! Dass der gleich so mager ist – direkt unsichtbar!“ (siehe YouTube.de: Toyota Werbung Helmut Fischer 1988) Daneben warb er unter anderem für die Feta-Marke „Patros“ (siehe YouTube.de: Patros Werbung Helmut Fischer 1995), für die „Gelben Seiten“ in München (vgl. Rest 2004) sowie für einen Wiener Trachtenhersteller (vgl. Ponkie 2006: 73f.). Selbstverständlich kann die Serie auch im Buch zum 60. Jubiläum des Bayerischen Rundfunks nicht fehlen (vgl. Saur 2009). Von den Radiosendern des Bayerischen Rundfunks wird das Thema „Monaco Franze“ immer wieder aufgegriffen. In der Magazinsendung „Zeit für Bayern“, die sonn- und feiertags auf dem Radiosender Bayern 2 läuft, ging es beispielsweise am 22.09.2013 um „Bazi, Hallodri und Stenz“ und in diesem Zusammenhang natürlich auch um den Monaco Franze. Der ca. 50-minütige Beitrag beginnt mit der berühmten Passage, mit der sich Monaco beim netten „Fräulein“ im Buchlanden bedankt: „Danke, Fräulein. Sie sind jetzt wirklich wahnsinnig nett zu mir gewesen, Fräulein. Ich weiß gar nicht, wie lange das schon her ist, dass ein so hübsches Fräulein wie Sie so nett zu mir gewesen ist ...“ (Folge 3). „afk tv“, der Nachwuchssender von „münchen.tv“, verwendet Monaco Franze als thematischen Aufhänger, um über die Veränderungen in München seit den 1980er Jahren zu sprechen – so gibt es heute z. B. einen Opernstammtisch, der dem Monaco im Gegensatz zur richtigen Oper sicher gefallen hätte, man kann die heutigen Münchner nicht mehr aufgrund ihres Aussehens oder ihrer Sprache einem Stadtviertel zuordnen und auch die Kultkneipe „Heiliggeiststüberl“, in der Annette ihren Mann sucht, gibt es heute nicht mehr (vgl. YouTube.de: Münchens ewiger Stenz – eine Reise in die 80er).

Wie man an der Auswertung von Google Trends (siehe Abb. 13 im Anhang) gut erkennen kann, löste die Medienpräsenz der Serie immer wieder Interesse im deutschsprachigen Raum aus, sodass zu bestimmten Zeitpunkten bewusst nach Monaco Franze gesucht wurde. Die meisten Suchanfragen (dokumentiert seit 2004) konnten im August 2013 gemessen werden. Dabei handelt es sich um den Zeitraum, in dem anlässlich des 30-jährigen Jubiläums der Serie alle Folgen im Bayerischen Fernsehen wiederholt wurden. Parallel dazu gab es zahlreiche Beiträge in Magazin- oder Sondersendungen sowie in Zeitungen und Onlineportalen, wie

beispielsweise in der Süddeutschen Zeitung:

Von diesem Montag an wiederholt der BR die Serie, 1983 zuerst gesendet – und dass sie 2013 immer noch gültig ist, zeigt, dass Helmut Dietl, Patrick Süskind und Franz Geiger nicht nur mal eben zehn Folgen einer lustigen Geschichte weggeschrieben, sondern dass sie ein Kunstwerk aus Münchner Archetypen geschaffen haben. (Handel 2013)

Auch im März und April 2015, nach dem Tod von Helmut Dietl, wurde der Serie laut den Suchanfragen wieder ein größeres Interesse entgegengebracht.

#### **7.4 Der München-Bezug**

Wenn in den Medien über die Serie und ihren Regisseur berichtet wird, bleibt der Bezug zur Stadt München meistens nicht unerwähnt. Konstantin Wecker sagte in einem Interview mit der „Zeit“ über Dietl:

Abgesehen von seinem nationalen Erfolg ist er aber immer auch München verbunden geblieben – wohl allein schon wegen der Sprache. Dietl spricht bestes Münchnerisch. Aber er mag vermutlich auch diese Chance und den Charme, dass München eben doch keine wirkliche Großstadt ist wie Berlin. München hat nach wie vor etwas Provinzielles, was ich übrigens sehr schön finde. (Husmann 2013)

In den mittlerweile 33 Jahren, die seit der Erstausstrahlung vergangen sind, hat sich die Stadt natürlich sehr verändert. Serienfans schwärmen oft von dem „alten München“, das in der Serie porträtiert wird und welches es so heute nicht mehr gibt. Wer diese „gute, alte Zeit“ selber nicht mehr miterlebt hat, der bekommt bei „Monaco Franze“ eine Vorstellung davon, wie es einmal gewesen sein könnte, auch wenn diese Darstellung, wie Helmut Dietl selber anmerkt, verklärt ist und eher einem Märchen gleichkommt. Dass man eine Frau anhand ihrer Sprache und ihres Aussehens einem Stadtteil zuordnen konnte, so wie es Monaco Franze in der ersten Folge demonstriert, war höchstwahrscheinlich auch damals schon eine scherzhaft überzogene Vorstellung. Die Drehorte hingegen vermitteln einen tatsächlichen Eindruck über das München der frühen 1980er-Jahre. Neben den bekannten, beinahe unveränderten Schauplätzen wie dem Monopteros (Folge 7) oder der Werneckwiese im Englischen Garten (Folge 8), dem Marienplatz (Folge 3), dem Friedensengel (Folge 4) oder der Leopoldstraße (Folge 8), lassen sich viele Drehorte nicht auf den ersten Blick wiedererkennen. Umso interessanter ist es, die teilweise unscheinbaren Schauplätze zu finden und festzustellen, dass es viele Anhaltspunkte gibt, die sich in der langen Zeit nicht verändert haben. Auf dem Reiseblog [filmtourismus.de](http://filmtourismus.de) ist dazu ein eigener Eintrag mit der genauen Beschreibung der Drehorte zu lesen (vgl. David 2015; siehe Abb. 35 im Anhang). Drehortführungen werden mittlerweile von verschiedenen Anbietern durchgeführt. Einer der bekanntesten, wenn es um Münchner Kultserien geht, ist Sebastian Kuboth, über dessen Führungen bereits in zahlreichen Reportagen und Artikeln berichtet wurde, wie beispielsweise in der BR-Sendung „laVita“ vom 26.08.2013 zum Thema „Monaco Franze“ (vgl. laVita, BR, 2013) oder im Magazin „radioReisen“ von Bayern 2, das in der Reportage „Im Kino sah das aber anders aus!“ neben den Führungen zu „Game of Thrones“ in Kroatien und „Sound of Music“ in Salzburg auch über die „Monaco Franze“-Tour von Sebastian Kuboth in München berichtet (vgl. radioReisen, Bayern 2, 2015).

Kuboth führt Monaco-Franze-Liebhaber bei seiner Tour von der Münchner Freiheit in die Occamstraße, wo sich der Club „California New“, bekannt aus Folge 1 mit dem Türsteher Ricky alias Thomas Gottschalk, befand. Ein Stück weiter kommt man an einer der kleinen Kneipen vorbei, in der Annette in der letzten Folge ihren Mann sucht. Nachdem man die Eisdielen an der Leopoldstraße passiert hat, in der Monaco seine Kommilitoninnen auf eine Kugel Eis einlädt, und der Franz-Joseph-Straße ein paar hundert Meter folgt, kommt man zum Elisabethmarkt, auf dem die Haushälterin Irmgard in Folge 8 ihre Einkäufe tätigt. Direkt hinter dem Marktplatz beginnt die Agnesstraße, in der sich die Wohnung des Ehepaars befindet. Am schönen Altbau mit Hausnummer 16 erkennt man deutlich das kleine, runde Fenster, das zur Wohnung im Hochparterre gehört. Neben diesen Schwabinger Drehorten gibt es noch viele weitere Orte mit hohem Wiedererkennungspotenzial, z. B. das Polizeipräsidium in der Ettstraße oder das ehemalige Heiliggeiststüberl (inzwischen „Heiliggeist Bar“) in der Innenstadt. Hier ist in Folge 10 sogar die damalige, echte Kneipenbesitzerin „Bobby“ als Statistin an der Theke zu sehen (vgl. YouTube.de: Münchens ewiger Stenz – eine Reise in die 80er). Um bei diesen eher unbekanntem Plätzen an Monaco Franze erinnert zu werden, muss man die Serie gut kennen. Etwas direkter ist es da z. B. bei dem bereits erwähnten Monaco Franze- bzw. Helmut Fischer-Denkmal im Außenbereich des Café Münchner Freiheit. Außerdem wurde dem Schauspieler der Helmut-Fischer-Platz im Stadtteil Schwabing gewidmet. Wenn man hier und da mal etwas genauer hinsieht, findet man an diversen Hauswänden und Mauern der Stadt ein kleines Stencil-Graffiti, das das Konterfei des Stenzes zeigt (siehe Abb. 14 im Anhang). Nicht nur dem Serienheld Monaco wurden Denkmäler gesetzt. Sein treuer Kollege Manni diente als Namenspatron für das vegetarische Lokal „Kopfeck“ im Münchner Glockenbachviertel, das im April 2011 nach sechs Jahren leider schließen musste. Wie der ehemalige Besitzer Michl in einem Interview mit „München-Punk“ verrät, wurde der Name relativ spontan gewählt:

Der Name Kopfeck, das hat einen recht profanen Grund. Wir brauchten bei der Gründung sehr kurzfristig einen Namen, mein damaliger Partner Fritz und ich ... Wir waren beide große Monaco Franze Fans, und den Manni Kopfeck, den hat immer keiner so richtig beachtet, weil er auch so früh gestorben ist [Anm.: Der Schauspieler Karl Obermayr ist bereits 1985, zwei Jahre nach der Erstausstrahlung der Serie verstorben]. Das war für mich jemand, der mehr verdient hatte! Der hat zwar auch mit der Idee von unserer Kneipe nichts zu tun – das hat auch immer viele Leute ein bisschen irritiert – aber wir haben das dann einfach genommen, weil uns nichts Anderes eingefallen ist auf die Schnelle. So kam dann diese quasi Corporate Identity dabei raus, und ich finde, wir haben das ganz cool gemacht dann. (N.N. (8) 2011)

Neben dem Namen war auf dem Kneipenschild auch das Porträt von Manni Kopfeck, als Leichtmatrose verkleidet (siehe Folge 5), abgebildet. Das Café „Stenz“ bietet neben dem Frühstück „Elli“ auch Valentinstag-Partys und Speed-Dating-Veranstaltungen mit dem Titel „Elli meets Stenz“ an (siehe Abb. 15 im Anhang). Es befindet sich in der Lindwurmstraße zwischen Goetheplatz und Harras, also da „wos „out“ is“ (Folge 1) und somit genau in der Gegend, in der Monaco Franze den Wohnort von Elli vermutet: „Goetheplatz, genau! ... südliche Lindwurmstraß ... Sendlinger Kirch ... Harras. Genau! Da is die her. So. Des wissen wir jetzt. Das heißt, wir vermuten es mit hoher Wahrscheinlichkeit. [...]“ (Folge 1, 07:31-07:41) Auch in der Münchner

Clubszene darf der Nachtschwärmer Monaco nicht fehlen. An einer Fotowand in der „089 Bar“ beispielsweise hängt neben anderen bayerischen und Münchner Größen wie König Ludwig II. oder Helmut Dietl auch der Monaco Franze (siehe Abb. 16 im Anhang). Direkt am Eingang hängt ein Foto von der berühmten Picknick-Szene aus Folge 8 (vgl. Zirnstein 2008). Außerdem war er bereits als „Herr der sieben Meere“ auf der Ankündigung des Faschingsballs sowie auf dem Plakat zur Silvesterparty abgebildet (siehe Abb. 17 im Anhang). Als im September 2011 die „elli DISCO“ schließt, postet das Team auf der Facebook-Seite zum Abschied den Ausschnitt aus Folge 2, in dem der legendäre Satz „Immer des Gschiss mit der Elli“ mehrmals fällt (siehe Abb. 18 im Anhang). Die Präsenz in den Münchner Clubs lässt darauf schließen, dass viele junge Leute und Studenten auf diese Weise in Kontakt mit der Serie kommen. Das junge Magazin der Süddeutschen Zeitung „jetzt“ schreibt dazu: „Vor allem die Serien Monaco Franze und Kir Royal [...] scheinen zur Identitätsformung eines Jungmünchners zu gehören. [...] Ohne ein gewisses Grundwissen über Münchner Serien gilt man hier als Alien oder zumindest vollkommener Heimat- und Kulturbanause.“ (Wirnshofer 2013) Oftmals werden aber nicht nur die direkt sichtbaren Andenken an die Serie genannt, sondern vor allem das von vielen empfundene Münchner Lebensgefühl, das die Serie vermittelt. Der Münchner Stadtführer Christian Ertl schreibt: „Wenn es wirklich Fernsehserien gibt, die das Münchner Lebensgefühl ausdrücken, dann hat sie der Helmut Dietl geschrieben. Denn sowohl Baby Schimmerlos wie auch den Monaco Franze und erst recht den Tscharchie könnt' es gar nicht woanders geben als in München.“ (Ertl 2010: 37) Zu diesem Lebensgefühl tragen neben den typischen Schauplätzen wahrscheinlich auch die besondere Münchner Mundart, die damit verbundenen Charaktere sowie die Mischung aus „Schickeria“-Gehabe und gemütlichem Wirtshausflair bei. Ganz aktuell wird einem die Bedeutung der Dietl-Serien z. B. beim neu gestalteten Hacker Pschorr Oktoberfestzelt bewusst. Der Künstler Rudi Reinstadler, der die Zeltinnenwände mit Szenen aus dem typischen Münchner Stadtleben gestaltete, verewigte die Dietl-Serie „Münchner Gschichten“ mit dem einmaligen Motiv, als Tscharchie, Gustl und Achmed als Cowboys verkleidet durch das Siegestor reiten (vgl. Folge 7, „Der lange Weg nach Sacramento“). Spannend ist auch, dass sich im Stadtteil Westend für eine bestimmte Straßenkreuzung die inoffizielle Bezeichnung „Monaco-Franze-Platz“ durchgesetzt hat. Zumindest geht das aus dem Blog „Monaco Franze Platz“ ([www.monacofranzeplatz.de](http://www.monacofranzeplatz.de)) hervor, auf dem über das Leben und die stadtpolitischen Entwicklungen im Westend berichtet wird. Beim Monaco-Franze-Platz handelt es sich um die Kreuzung von Ligsalz- und Kazmaierstraße, an der laut Helmut Dietls Einleitung zum Drehbuch die Serienfigur Monaco Franze geboren wurde:

In diese verpflichtende Tradition [Anm.: die Tradition der „Spezies Stenz“] wurde Franz Münchinger, genannt „der Monaco Franze“, im Sommer des Jahres 1933 hineingeboren ... zwischen Westend und Schwanthalerhöf, dort wo die Kazmaier- der Ligsalzstraße begegnet. Heute noch hat man den Eindruck, dass die beiden Straßen sich dort ursprünglich zu einem Platz vereinigen wollten – aber bei der Ärmlichkeit des Viertels und seiner Bewohner hat es halt nur zu einer Kreuzung gereicht. (Dietl 1983: 8)

Da in der Serie nur die Kazmaierstraße als Geburtsort angegeben wird, handelt es sich bei dieser

Detailinformation aus dem Drehbuch, das kurz nach Erstausstrahlung der Serie veröffentlicht wurde, um spezielles Insiderwissen, welches nur diejenigen haben, die sich intensiv mit der Serie auseinandersetzen. Interessant ist außerdem, dass man einen fiktiven Fakt in die Realität überträgt und eine Straßenkreuzung mit einer nicht real existierenden Figur in Verbindung bringt. Wie aus einem Bericht über eine Bürgerversammlung im Westend hervorgeht, wird der nicht existente Platz sogar im offiziellen Rahmen als Ortsangabe verwendet: „Auch der Wunsch nach einer Neugestaltung des „Monaco-Franze-Platzes“ (Kreuzung Kazmeistr./Ligsalzstr.) sowie die Forderung Parklizenzen für Tiefgaragenbesitzer zu entziehen wurden mehrheitlich angenommen.“ (E. S. 2013) Ein Autor des Blogs kann sich, was den Standort der Destillerie des „MONACO Vodkas“ und des Fanshops betrifft, seinen Kommentar nicht verkneifen: „Wieder mal ein Versuch, den Anspruch auf den Monaco als Schwabinger zu untermauern – hallo, wo ist der Franze geboren? Schon mal die 3. Folge ‚Kalt erwischt‘ geschaut?“ (N.N. (18) 2013) – ein interessantes Beispiel dafür, wie die fiktive Figur auch innerhalb Münchens für die Identifikation mit den einzelnen Stadtteilen stehen kann. Auch wenn die Hauptschauplätze in Schwabing liegen, wird im Lauf der Serie immer wieder darauf eingegangen, dass Monaco Franze eigentlich aus dem armen Westend stammt. In Folge 3 geht er sogar dorthin zurück, um mit den Damen im Waschsalon anzubandeln.

## 7.5 Kulturelle Veranstaltungen

So wie die Drehortführungen gibt es viele weitere kulturelle Veranstaltungen, die die Serie „Monaco Franze“ zum Gegenstand haben. Seit 1995 findet einmal jährlich im Sommer ein Open-Air-Kinoevent am Münchner Königsplatz statt. Eröffnet wird es ganz traditionell mit drei Folgen „Monaco Franze“. Wie man in den Medien und den sozialen Netzwerken wie Facebook verfolgen kann, zieht es immer wieder alte Liebhaber und neue Interessenten an, die die Serie gemeinsam mit vielen anderen unter freiem Himmel zelebrieren. Wie der diesjährigen Facebook-Veranstaltung zu entnehmen ist, haben 4.400 Personen daran teilgenommen, knapp 23.800 haben zumindest ihr Interesse bekundet (siehe Abb. 19 im Anhang): „Auf dem Königsplatz darf man sich an diesem Abend wieder erinnern oder ganz neu an das Werk heranzuführen lassen“ (N.N. (9) 2016). Auch das jährlich im Sommer stattfindende Open-Air-Kino am Olympiasee zeigte 2015 im Rahmen des „Helmut Dietl Weekends“ im Gedenken an den Regisseur ausgewählte Folgen der Serie. Neben dem bereits erwähnten Straßenfest „Corso Leopold“, wurde die Serie außerdem im Sommer 2004 innerhalb eines mehrtägigen Events in der Münchner Muffathalle gezeigt (vgl. Lutz-Temsch 2004). Im musikalischen Bereich hat sich inzwischen „Monaco F“, früher bekannt als „Monaco Fränzn“ von dem Rapper-Duo „Doppel D“, als erster bayerischer Mundart-Rapper, einen Namen gemacht. In seinen Songs (wie z. B. „Bierallergie“ oder „Feieromd“) wird aber weniger die Serie oder die Figur thematisiert, vielmehr geht es ihm um die Neupositionierung der Bayerischen Sprache, inhaltlich um die Äußerung von Kritik sowie um die Neuinterpretation und -kombination von volkstümlicher Musik. Nicht nur im kulturellen Zusammenhang,

auch im Bereich des Sports begegnet einem der Monaco Franze. Ein Münchner Ultimate Frisbee Team hat sich nach dem Serienhelden „Monaco Mix“ benannt und trägt sein Konterfei als Maskottchen und das Zitat „... a bisserl was geht immer!“ auf ihren Trikots (siehe Abb. 20 im Anhang). Auch außerhalb von München wird der Serie bei öffentlichen Events gehuldigt. Der „Kultstreifen-Klub“, eine Veranstaltungsreihe, die sich den „skurrilsten Streifen und Kurzserien der Fernseh- und Filmgeschichte“ widmet, zeigte beispielsweise im Sommer 2007 die ersten drei Folgen zum Auftakt des mehrtägigen Events im „Grünen Jäger“ in Hamburg (vgl. N.N. (10) 2007).

## 7.6 Fanartikel und Fankultur

Wenn man in München unterwegs ist, begegnet einem das Gesicht von Monaco Franze nicht nur auf Sportlertrikots beim Ultimate Frisbee, sondern hin und wieder auch auf ganz normalen T-Shirts, meistens von Männern getragen. Auch manch prominente Persönlichkeit greift für Auftritte in den Medien zu diesem Statement-Shirt, was man z. B. auf der Facebook-Seite des Münchner Modelabels „franzmünchinger“ verfolgen kann. So war der Monaco Franze in Form dieses T-Shirts schon zweimal in Stefan Raabs früherer Sendung „tv total“ zu Gast (getragen von ProSieben-Moderator Tore Schölermann und von Journalist Frank Buschmann). „franzmünchinger“ bietet eine ganze Reihe an modischen Statements für bekennende Monaco Franze-Fans an. Neben T-Shirts, Pullis, Tassen und weiteren üblichen Fanartikeln mit dem Porträt des Stenzes oder bekannten Zitaten, wird auch eine Trachtenkollektion über den Online-Shop aber auch in diversen Läden in München angeboten. Das Label bezeichnet sich selbst als das erste Münchner Stadlabel, trägt den Untertitel „AUSLIEBEZUMÜNCHEN“ und führt deshalb auch andere München-bezogene Symbole in seinem Sortiment, wie z. B. Silberschmuck in Form des Münchner Kindls. Auf der eigenen Webseite wird die Marke folgendermaßen beschrieben:

Als erstes Münchner Stadlabel, benannt nach der Münchner Kultfigur Franz Münchinger alias „Monaco Franze“, greifen wir das ganz besondere Münchner Lebensgefühl auf und versuchen dies mit unseren Designs und Produkten zum Ausdruck zu bringen. Die enge Verbindung von Tradition und Moderne liegt uns bei der Entwicklung aller Produkte besonders am Herzen! ([www.franzmuenchinger.de](http://www.franzmuenchinger.de))

In Kooperation mit der Münchner Schnapsbrennerei „Munich Distillers“ widmete „franzmünchinger“ der Kultfigur den „MONACO Vodka“, dessen Flaschendeckel das Konterfei von Monaco Franze ziert. An der Bar der „Munich Distillers“, die sich in der Occamstraße in Schwabing befindet und somit genau in der Gegend, in der auch der Monaco Franze in der Serie schon durch die Kneipen gezogen ist, prangt das Porträt von Franz Münchinger sowohl außen an der Hauswand als auch innen am Bartresen. Neben dem „MONACO Vodka“ ist auf der Cocktailkarte auch ein Monaco Franze Punsch im Angebot (vgl. Fuchs 2013). In einer kostenlosen Monaco-App, die ebenfalls von „franzmünchinger“ angeboten wird, kann man sich über die neuesten Produkte, Events und Kooperationen des Labels informieren. Außerdem erhält man dank „Irmgardis Rabattmarken“ Sonderkonditionen für den Einkauf. Die Marke greift also nicht nur die Kultfigur

Monaco Franze, sondern die komplette Serienwelt in ihrem Konzept auf. Für die Damen gibt es dementsprechend auch eine „Spatzl“-Produktpalette (siehe Abb. 21 im Anhang).

Im Gegensatz zum „geplanten“ Kultfernsehen, wie es an anderer Stelle bereits angesprochen wurde, gehört „Monaco Franze“ zu denjenigen Serien, die „zufällig“ zum Kult wurden. Dass es zu der Serie einmal so etwas wie Fanartikel geben würde, war zur Produktionszeit nie beabsichtigt. Die Fankultur hat sich hier, wie auch bei „Star Trek“, aus einer ganz eigenen Motivation der Fans heraus entwickelt. Im Fall von „Monaco Franze“ ist eine Abgrenzung zu Fans von anderen Serien wahrscheinlich nicht so wichtig, wie bei anderen, extremeren Beispielen. „Monaco Franze“-Fans sind nicht vergleichbar mit „Star Trek“-Fans, die sich z. B. wie ihre Serienhelden kleiden. Deshalb erscheint es angemessen, bei „Monaco Franze“ von einem gemäßigten Fanbegriff auszugehen. In den Medien wird die Serie zumindest als Distinktionsmittel beschrieben: „Bei ‚Shtonk!‘ (1992), ‚Rossini‘ (1997) oder auch noch ‚Late Show‘ (1999) von Arbeits- oder Studienkollegen im Kino erwischt zu werden, war sozial überlebbbar. [...] Sich als Fan von Fernsehserien wie ‚Monaco Franze‘ (1983) oder auch den ‚Münchner Geschichten‘ (1974) zu outen, verschaffte gar Distinktionsgewinn.“ (Schweizerhof 2015).

## 7.7 Redewendungen

Wie bereits die Beispiele der Fanartikel zeigen, auf denen z. B. Monacos bekanntes Motto aus Folge 1 „A bisschen was geht immer“ oder Mannis nett gemeinter Vorwurf an seinen Freund „A Hund bist scho“ zu lesen sind, stellen Zitate und Redewendungen einen wesentlichen Anteil des „Monaco Franze“-Kultes dar. An verschiedenen Stellen wird auf die Bedeutung der Zitate im allgemeinen Sprachgebrauch hingewiesen. „Immer des Gschiss mit der ... Elli natürlich! Dieser Satz ist ein Klassiker – wenn schon nicht der Weltliteratur – so doch zumindest der bayerischen Fernsehgeschichte.“ (Grasberger 2013: 59) „[Monaco Franze] [...] war im Erfolg ebenso nachhaltig wie in der Schaffung geflügelter Worte.“ (Saur 2009) Das „Kalenderblatt“ vom 27.04.2016, der sog. „akustische Abreißkalender“ des Radiosenders Bayern 2, nimmt die Erstausstrahlung der 8. Folge „Macht’s nur so weiter“ am 27.04.1983 zum Anlass, um über die Redensarten zu berichten, die dank der Serie von Helmut Dietl in den allgemeinen Sprachgebrauch (zumindest in der Region München) übergegangen sind:

Von dieser Formulierungskunst profitieren wir heute noch. Dank Helmut Dietl. Der, so scheint es, hat seine zehn Folgen „Monaco Franze“ nicht nur als Sittenbild der Münchner Gesellschaft angelegt, sondern seinen Zusehern nebenbei einen zehnteiligen Sprachkurs untergeschoben. Mit dem Ziel, dem Bayerischen etliche neue Redewendungen zu beschern. Folge 1, oder Lektion 1: „A bisschen was geht immer“. Schon in Lektion 2 folgt ein wichtiger Lehrsatz für den bayrischen Grantler: „Immer des Gschiss mit der Elli“. Wobei „Elli“ eine Variable ist, für die jeder beliebige gebräuchliche Vorname eingesetzt werden darf. Folge für Folge, Lektion für Lektion handelt sich der „Monaco Franze“-Sprachkurs durch neue bayerische Redensarten. Sogenannte „Neologismi Bavariensis“. Bis zu einem vorläufigen Höhepunkt im achten Teil des Dietlschen Sprachbereicherungslehrgangs, am 27. April 1983: „Macht’s nur so weiter!“ (Trauner 2016)

Die bekanntesten Ausdrücke und Passagen sind natürlich solche, die wiederholt in der Serie vorkommen, wie z. B. der Kosenamen „Spatzl“ (vgl. Ertl 2010: 37) oder der Running Gag in Folge 2 „Immer des Gschiss mit der Elli!“. Daneben sind Redewendungen aus den Höhepunkten der Serie, z. B. „Ein rechter Scheißdreck wars, des wars!“ aus der Opernkritik in Folge 1, aber auch Mannis Kommentare wie „Des is doch a gmahte Wiesn, Franze!“ (Folge 1, 19:09-19:12) oder „A Hund bist scho, Franze, a recht a verreckter!“ (Folge 2, 46:12-46:16) bekannt. In der Münchner Clubszene hat sich die „089 Bar“ den berühmten Satz „A bisserl was geht immer“ zu ihrem Freitagsmotto gemacht (siehe Abb. 16 im Anhang). Man begegnet diesem Zitat aber auch außerhalb von München, z. B. in der Eisdiele „Stenz“ in Regensburg, die mit dem Slogan „a bisserl Eis geht immer“ wirbt ([www.stenz-eis.de](http://www.stenz-eis.de)). Zur Oktoberfestzeit liest man diesen Satz außerdem auf zahlreichen Lebkuchenherzen (siehe Abb. 22 im Anhang). Die Jugendausgabe der Süddeutschen Zeitung „jetzt“ veröffentlichte im Artikel „München in Listen“ neben gängigen Formulierungen aus der Münchner Jugendsprache auch die geläufigsten Sprüche aus „Monaco Franze“ und der anderen erfolgreichen Dietl-Serie „Kir Royal“. Darunter auf Platz 6 auch ein eher seltenes Zitat aus Folge 3: „Spatzl, du bist doch mein einziger Augenstern.“ (N.N. (11) 2008) Eines der bekanntesten Zitate, „Spatzl, schau wie i schau“, stammt übrigens nicht wie viele annehmen aus der Serie. Es handelt sich dabei um ein Lied, das passend zu der erfolgreichen Serie von Helmut Fischer unter seinem „Künstlernamen“ Monaco Franze gesungen und 1983 von Ariola produziert wurde. Monaco Franze singt in diesem Song über seine Liebe zu den Frauen und entschuldigt sich im Refrain bei seinem Spatzl mit den Worten: „Spatzl, schau, wie i schau! Noch recht viel treuer schaut kein Schaf! Spatzl, du kannst sicher sein – ab morgen bin i brav! Ich schau dann für immer nur noch auf dich allein, doch heut müsst ich dringend um acht Uhr wo sein.“ (Krafft 2006: 135f.)

## 7.8 Social Media

Am deutlichsten zeigt sich die Bekanntheit und die häufige Verwendung der „Monaco Franze“-Zitate in den sozialen Netzwerken. Man liest sie hin und wieder ganz beiläufig, aber vermehrt dann, wenn es sich um Posts oder Kommentare mit direktem Serienbezug handelt. So z. B. bei der Facebook-Veranstaltung, die jährlich für das Open-Air-Kinoevent am Königsplatz erstellt wird. Liebhaber und bekennende Serienfans posten Fotos von ihrem Kinoabend oder kommentieren das Event mit Zitaten, wie z. B. „am schlimmsten is des Münchner Publikum“ (siehe Abb. 23 im Anhang). Auch Unternehmen nutzen die Veranstaltung für Werbezwecke. Der Lieferservice „Deliveroo“ verteilt unter dem Motto „A bisserl was geht immer“ Gutscheine mit dem Gutscheincode „MONACOFranze“ (siehe Abb. 24 im Anhang). Auch der Monaco Franze selber lebt auf Facebook weiter. Seitdem der Anwalt Daniel Strobel im Jahr 2009 das öffentliche Profil „Monaco Franze“ erstellt hat, postet er darüber Fotos und Kommentare ganz im Stil des echten Monaco. Er bezieht sich dabei nicht nur auf die Serieninhalte, sondern greift auch aktuelle Themen auf, wie z. B. die Affäre um die Panama Papers, stützt sich dabei aber immer auf den Wortlaut der Serientexte.

Beim Lesen der Posts kann man deshalb tatsächlich die Serienfiguren sprechen hören: „Geh Mani, Panama Papers, Geldwäsche, internationaler Offshore-Firmen-Schieberring, Bordellkönige, Immobiliendändler, etc. Jetzt wollen's uns 2,6 Terabyte mim Telex schicken, wer soll denn des alles lesen? Und am Ende war's eh wieder der Tierparktoni ...“ (Post vom 05.04.2016, siehe Abb. 25 im Anhang). Bei diesem Beispiel wird durch die Stichworte „Schieberring“, „Telex“ und „Tierparktoni“ auf Folge 2 Bezug genommen. Der Post wurde 511mal geteilt, erzielte 2653 Likes bzw. Reaktionen und 81 Kommentare. Eine Reaktion darauf lautet z. B.: „... des is z'groß fürn Tierpartoni – vielleicht aber in einer Koop mim FJS“, worauf Monaco Franze antwortete: „Dass der Dr. Schönferber mit drinhängt, wäre natürlich auch noch eine Variante ...“. Dass die Seite insgesamt sehr beliebt ist und viele Follower hat, zeigt sich am deutlichsten an den derzeit knapp 110.000 Likes (Stand 25.10.2016). Wie die Süddeutsche Zeitung am 29.12.2010 berichtete, staunte auch der Urheber der Figur, Helmut Dietl, über die anhaltende Beliebtheit des Monaco Franze: „Dietl muss zwischen den Worten immer wieder lachen. Der Stolz darauf, dass sich seine Serienfigur selbständig gemacht hat, ist trotzdem deutlich herauszuhören.“ (Baumstieger 2010) Für Dietl kommt darin die Liebe zurück, die er einst in Form von echter Emotion in die Figur gesteckt hat. „Wenn man etwas aus Zuneigung oder Liebe zu einer Sache, zu einer Figur, zu einer Welt macht, dann ist das eine Kraft, die irgendwie spürbar wird hinterher. Das erreicht irgendwie die Leute.“ (Interview mit Helmut Dietl 2003) Heutzutage zeigt sich das Ausmaß einer Fangemeinde und ihrer Tätigkeiten vor allem im Internet und in den sozialen Netzwerken. Während bei aktuellen Serienerfolgen die Produktionsfirmen, Vermarktungsagenturen oder Sender für die Verbreitung der Inhalte und den Aufbau einer Fankultur sorgen, geschieht dies bei „Monaco Franze“ 30 Jahre nach der Serienproduktion allein durch die Fans. Was die Fans bei frühen Kultserien, wie beispielsweise „Star Trek“, als Fanfiction auf analogem Weg beigesteuert haben, um damit die Serie nach ihrem Geschmack zu erweitern, findet heute in Form eines Facebook-Profiles von Monaco Franze statt. Das sogenannte Transmediale Erzählen (vgl. Schwaab 2013: 89f.) ist hier insofern gegeben, als dass Fans die Seriencharaktere in den sozialen Netzwerken quasi weiterleben lassen. Die Serie wird nicht mehr ausschließlich über ihr ursprüngliches Medium, das Fernsehen wahrgenommen, sondern wird nun auch über andere Medien erlebbar. Besonders in den sozialen Netzwerken dienen transmediale Elemente nicht nur der Vermittlung von Inhalten, sondern vor allem der Interaktion und Kommunikation. Schwaab bezeichnet dies als Transmediatisierungsprozess, der gemeinschaftskonstituierend wirkt. Er erklärt, dass diese transmedialen Elemente einen Eindruck über die aktuelle Mediennutzung geben. Auch, wenn es sich bei „Monaco Franze“ nicht um eine bewusst von Produzentenseite hervorgerufene Transmedialität handelt, so lässt sich doch eine Verbindung zu Schwaabs Aussagen herstellen. Die Serie wird für Zuschauer lebendig, da sie ihnen in Facebook und Co. immer wieder in den Posts von anderen Fans begegnet. Es geht dabei nicht in erster Linie um die Vermittlung von Informationen, sondern um einen Ausdruck von Zugehörigkeit, aber auch um Aktivitäten, die aus Spaß an der Serie sowie ihren Figuren um ihrer selbst willen ausgeführt werden (vgl. Schwaab 2013: 101). Sucht man bei Instagram nach entsprechenden Hashtags, findet man ebenfalls

zahlreiche Beiträge, die oft in ganz alltäglichen Situationen entstanden sind. Unter den aktuell 1.286 Beiträgen (Stand: 27.10.2016), die mit #monacofranze versehen sind, findet man beispielsweise Personen, die neben der Statue an der Münchner Freiheit posieren, Fotos von Fernsehern, Laptops oder Kinoleinwänden, auf denen gerade die Serie läuft, Aufkleber und Graffitis, die in München entdeckt wurden, aber auch viele T-Shirts, Tätowierungen, Surfboards mit dem bekannten Konterfei und sogar einen Privatparkplatz mit der Aufschrift „Tierpark Toni“ (siehe Abb. 26-31 im Anhang). Seit der Eröffnung der Helmut-Dietl-Ausstellung im Literaturhaus München am 14.10.2016 findet man außerdem viele Beiträge mit den Werbeplakaten, auf denen bekannte Zitate aus der Serie abgedruckt sind (siehe Abb. 32 im Anhang). Soziale Netzwerke wie Instagram bieten heute die Möglichkeit, seine Interessen zu kommunizieren, mit anderen zu teilen und sich dadurch ein eigenes Image aufzubauen. Wer ein Foto von seinem Fernseher postet, auf dem gerade „Monaco Franze“ läuft, gibt zum einen ein klares Statement über seine persönlichen Interessen ab, möchte aber zum anderen auch diese Rezeptionssituation mit Gleichgesinnten teilen und vollzieht dadurch eine kultische Handlung in dem Sinne, als dass theoretisch beliebig viele Personen an dieser Situation teilhaben können. Selbstverständlich befinden sich andere Fans nicht am gleichen Ort und sehen den Post vielleicht erst ein paar Stunden später, trotzdem können sie aber durch Likes oder Kommentare miteinander interagieren und somit auch im Nachhinein noch ihren Teil zur Rezeptionssituation beitragen. Noch mehr Beiträge (aktuell 4.939, Stand: 27.10.2016) findet man unter #spatzl, wobei es sich dabei um ein Kosewort handelt, das in Bayern allgemein sehr geläufig ist und vor allem im Oktoberfestkontext (in Form von Lebkuchenherzen, Anstecknadeln und Kettenanhängern) vermehrt auftaucht. Weitere Hashtags, die sich auf die Serie beziehen sind unter anderem #franzmünchinger (auch #franzmuenchinger, insgesamt 333), #derewigestenz (182) und #abisselwasgehtimmer (33). Auch in der Bloggerszene ist die Serie sehr beliebt. Lifestyle-Blogs wie „Das Münchner Kindl“ oder der Modeblog des Münchner Herrenausstatters Hirmer greifen die Serie und die Hauptfigur unter dem Aspekt eines Münchner Kulturguts und Lebensgefühls auf. Sätze wie „Geflirtet wird in München schon immer gern. Das weiß jeder, der je auf der Wiesn war oder Monaco Franze geschaut hat.“ (N.N. (12) 2014) oder „Achtung an alle Münchner, die im ‚Ausland‘ leben: 100% Heimweh-Alarm!“ (N.N. (13) 2013) zeigen, welche Bedeutung der Serie hier für die Stadt München und ihre Einwohner zugeschrieben wird.

## **7.9 Aktualität der Themen und hohe Qualität der Serie**

Dass die Serie nach über 30 Jahren immer noch gesehen, gekannt und geliebt wird, zeugt letztendlich auch von einer besonderen Qualität, die sich im Laufe der Jahre nicht verändert und im Vergleich zu aktuellen Produktionen weiterhin Bestand hat. In einem Interview mit dem „laVita“-Reporter Tobias Ranzinger spricht Klaus Guth, der in der Serie den Staatssekretär Dr. Manfred Braun spielt, von einem erstklassigen Handwerk.

Das liegt in seinen Augen vor allem an der hohen Präzision, mit der Helmut Dietl und seine Koautoren an der Serie gearbeitet haben. Der Kultstatus ist für Klaus Guth auf den besonderen, zeitlosen Humor und die feine Ironie zurückzuführen, die laut ihm bereits im Drehbuch auf den Punkt ausgearbeitet waren. Dietl hatte daran im Gegensatz zu heutigen Drehbuchautoren über einen langen Zeitraum hinweg gearbeitet. Guth erzählt, dass Dietls Dialoge „wie in Stein gemeißelt“ waren und dass er keine Abweichungen oder Improvisationen zuließ. Er betont aber auch, dass die Produktionsbedingungen in den 1980er-Jahren noch andere waren. Die strenge Genauigkeit, die während der gesamten Dreharbeiten herrschte und die oft viele Wiederholungen erforderte, wäre heutzutage aufgrund finanzieller und zeitlicher Einschränkungen so wahrscheinlich nicht mehr möglich (vgl. laVita, BR, 2013). Dass heute gerade viele junge Leute Fans der Serie sind, die die frühen 1980er-Jahre selber gar nicht mehr (aktiv) erlebt haben, liegt laut Carlos Vogel, dem Besitzer der „Distillers Bar“ und Destillateur des „MONACO Vodkas“, an der Zeitlosigkeit der behandelten Themen (vgl. laVita, BR, 2013). Das Leben in einer Ehe und die Probleme in einer Beziehung sind alltägliche Aspekte, mit denen sich Leute aller Generationen identifizieren können. Annette verkörpert eine emanzipierte Frau, die zwar ihren Mann nicht kontrollieren kann, die sich dafür aber ihre eigenen Freiheiten nimmt und nach ihren Vorstellungen handelt. Monaco ist sowohl finanziell als auch emotional von ihr abhängig. So gesehen entspricht auch die Rollenverteilung in dieser Ehe einem sehr modernen Beispiel. Das allgemeine Krisenbewusstsein ist heute aufgrund der Informationsflut durch Online- und soziale Medien größer denn je, unabhängig davon, ob es sich dabei um wirtschaftliche, politische oder gesellschaftliche Krisen handelt. Während es sich in der Serie um die Wirtschaftskrise und den drohenden Atomkrieg zwischen den USA und Russland handelte, ist es aktuell vor allem die sog. Flüchtlingskrise. Der „Verein zur Pflege der Ideale des Abendlandes“, der in Folge 8 für die Bermudas als Steuerparadies wirbt und Panik angesichts des drohenden Atomkrieges schürt, erinnert mit seiner Benennung sogar an die „Patriotischen Europäer gegen die Islamisierung des Abendlandes“. Tatsächlich wird Monaco Franze von der Münchner Abendzeitung mit einer Protestveranstaltung gegen Pegida in Verbindung gebracht, wobei sich die Boulevardzeitung dabei aber eher auf die Faschingsthematik bezieht, unter der die Gegen-Demo angekündigt wird:

Dem Monaco Franze hätte dieser Aufruf gefallen: Um dem Bagida-Aufmarsch [Anmerkung: Bagida ist das Bayerische Pendant zu Pegida] vor der Matthäus-Kirche (ab 19 Uhr) ein schillerndes Zeichen entgegenzusetzen, laden das Bündnis „Bellevue di Monaco“ und die Organisation „München ist bunt“ am Montag ab 17.30 Uhr zur Kundgebung „Tanz den Pegida – ein Arbeiterfasching“ am Sendlinger Tor. Ein kreatives Motto, locker, lebensfroh, tolerant und weltoffen, ganz wie der ewige Stenz. (Nk 2015)

Dem Aufruf zur Demo wurde in der Printausgabe eine Monaco-Franze-Maske „für Kurzentschlossene“ zum Ausschneiden und Selberbasteln beigelegt, mit dem Hinweis, diese wegen des Vermummungsverbots auf Demos vorsichtshalber auf dem Hinterkopf zu tragen. Die Aktion stieß aber auf wenig Begeisterung, zumindest, wenn man nach den Kommentaren auf der Facebook-Seite der Abendzeitung München urteilt. Dort lautete es z. B.: „Lasst den Fischer in Ruhe! Das hat er nicht verdient!“ oder „Wie geschmacklos!!! Lasst

diesen wunderbaren (viel zu früh verstorbenen) Menschen in Ruhe!!!“ (Post vom 19.01.2015, siehe Abb. 33 im Anhang). Unabhängig davon, was man von dieser Aktion halten mag, zeigt dieses Beispiel aber, wie die fiktive Figur in aktuellen politischen Debatten als Stellvertreter für ein politisches Statement herangezogen wird. Ein weiteres Thema der Serie, das auch 30 Jahre später noch für Gesprächsstoff sorgt, ist der allmähliche Untergang der bayerischen Wirtshauskultur (vgl. Unterstöger 2004; Pritzl 2013; Brauer 2016). So, wie in der Serie der „Donnersberger Hof“ aufgrund des zunehmenden finanziellen Drucks und der ständig strenger werdenden betrieblichen Auflagen kurz vor dem Ruin steht (Episode 5), sind auch heute viele Traditionslokale angesichts des wachsenden Konkurrenzdrucks, unter anderem durch internationale Gastronomieketten, „vom Aussterben“ bedroht. Viele Betreiber können sich aber auch die immer weiter steigenden Mietpreise oder Pachtzinsen nicht mehr leisten. Aktuelle Beispiele, die als Drehorte auch in der Serie vorkommen, sind das Traditionscafé „Tambosi“ am Hofgarten (Folge 2), das Ende 2016 aufgrund neuer Auflagen der Immobilienfirma und einer Mieterhöhung schließen wird (vgl. N.N. (14) 2016), und das „Heiliggeiststüberl“ am Viktualienmarkt (Folge 10), dessen Pachtvertrag nach knapp 40 Jahren im Frühjahr 2015 nicht mehr verlängert wurde (vgl. Mayr 2014). Als die Betreiber des „Tambosi“ die Schließung des Cafés auf ihrer Facebook-Seite („Luigi Tambosi am Hofgarten“) am 22.07.2016 verkündeten, kommentierte ein User: „Schau Spatzl, des is ein Brasserie-Konzept, ein ganz ein modernes ... gut, dass des der Monaco nimmer erleben muss ... Traurig“ und postete dazu ein Foto von der Szene, in der Monaco Franze auf der „Tambosi“-Terrasse die Sonne genießt (siehe Abb. 34 im Anhang). Passend zu den steigenden Immobilienpreisen, wird auch der Münchner Wohnungsmarkt thematisiert, der offenbar schon in den 1980er-Jahren stark umkämpft war. Als Monaco an der Hotelrezeption nur beiläufig bemerkt, dass er seine Wohnung vermieten oder verkaufen möchte, bewirbt sich der Rezeptionist sofort, ohne überhaupt eine Information über die Wohnung zu haben:

REZEPTIONIST: Zu meiner Person: Ich bin festangestellt, vierzehn Monatsgehälter, Nichtraucher, verheiratet, keine Kinder – wir können übrigens keine Kinder bekommen, das kann Ihnen unser Arzt bestätigen – , ich spiele kein Instrument, ich höre keine Musik, wir geben keine Feste, ich rauche nicht, meine Frau ist praktisch immer auf Reisen und äh ... wir sind sehr reinlich miteinander und streiten nie und ... und ich bin selbst praktisch nie zu Hause ... Herr Münchinger – ich bin der ideale Mieter!  
(Folge 9, 23:38-24:15)

Als Irmgard die Wohnungstür für den Besichtigungstermin öffnet, wird sie von den hereinströmenden Menschen wie durch eine Welle an die Wand gedrückt. In Szenen wie diesen zeigt sich auch der zeitlose Humor der Serie, der über die Jahre nicht verloren gegangen ist und heute aufgrund der aktuellen Thematik noch genauso gut ankommt, wie vor 30 Jahren. Dass man die Serie als verstaubt wahrnehmen, sie aber trotzdem als gut befinden kann, beschreibt taz-Journalistin Barbara Schweizerhof:

Die Dietl-Serien [...] wirken heute völlig veraltet, wie aus der Zeit gefallen. [...] Dabei hilft es zu begreifen, dass die Serien auch schon zu ihrer Zeit, den 70er und 80er Jahren, etwas völlig Unzeitgemäßes hatten. Gerade das war ihr Charme, mehr noch, darin lag gerade ihre Subversivität. [...] Die Pointen mögen heute lahm wirken, wenn man sie überhaupt versteht, aber der widerständige Geist der Figuren, die gegen das Glatte und Kommerzielle, gegen das politisch Korrekte und politisch Erwartete stehen, kann immer noch bestechen. (Schweizerhof 2015)

## **8 Auswertung der Onlineumfrage**

Die im vorherigen Teil angeführten Aspekte zeigen, dass die Serie heute über ihren ursprünglichen Kontext des Fernsehens hinaus in vielen Bereichen thematisiert wird. Die häufige Bezeichnung als „Kultserie“ in den Medien, der Umgang mit der Serie im Alltag und die Präsenz der Hauptfigur Monaco Franze sprechen für den Kultstatus der Serie. Trotzdem gilt es zu überprüfen, ob diese Wahrnehmung auch für die Allgemeinheit zutrifft oder ob es dazu auch Gegenmeinungen gibt. Außerdem ist die Berücksichtigung des Publikums notwendig, wenn es um die Untersuchung der Serienwirkung und die Entstehung des Kultstatus geht. Weiterhin wäre es interessant zu erfahren, ob es sich um einen regionalen Kult handelt, der speziell im Raum München gepflegt wird oder ob die Serie im restlichen deutschsprachigen Raum ebenso Kultstatus hat. Zu diesem Zweck wurde eine Onlineumfrage durchgeführt, deren Ergebnisse im Folgenden ausgewertet und analysiert werden. Die Umfrage wurde mit dem Angebot [umfrageonline.com](http://umfrageonline.com) erstellt und war vom 25.09.2016 (ca. ab 13:30 Uhr) bis 07.10.2016 (ca. 10.00 Uhr) aktiv. Insgesamt haben 167 Personen an der Umfrage teilgenommen, davon haben allerdings nur 143 die Umfrage beendet.

Der Link zur Umfrage wurde über Facebook verbreitet, weshalb damit nur ein eingeschränkter Personenkreis erreicht werden konnte. Das zeigt sich vor allem in der geografischen Einschränkung (siehe Abb. 1) und in den Anteilen der Altersgruppen (siehe Abb. 10). Trotzdem lassen sich damit zumindest bestimmte Tendenzen und Verhältnismäßigkeiten hinsichtlich der Bekanntheit und des Kultstatus der Serie „Monaco Franze“ zeigen.

Von den insgesamt 25 Fragen erfordert nur die erste eine Pflichtantwort, da diese ausschlaggebend für den weiteren Weg der einzelnen Teilnehmer ist. Für die weiteren Fragen wird von den Teilnehmern keine Antwort erzwungen, da das, gerade bei Fragen mit offenen Antwortfeldern, die Abbruchquote verringert. Deshalb kann auch die Teilnehmerzahl von Frage zu Frage variieren.

Um der Frage nachzugehen, ob es sich bei „Monaco Franze“ um einen regionalen Kult handelt, der vor allem mit der Stadt München verknüpft ist, wurden bestimmte Fragen nach Wohnorten getrennt ausgewertet. Dabei wurden die einzelnen Antworten jeweils im Verhältnis zu den Gesamtantworten der Münchner bzw. Nicht-Münchner betrachtet, um vergleichbare Prozentsätze zu erhalten.

### **8.1 Bekanntheit und Nutzung der Serie**

Die ersten sieben Fragen drehen sich um den Bekanntheitsgrad der Serie sowie um die Art und Intensität

der Nutzung. 145 Personen (86,8%) gaben an, von der Serie schon einmal gehört zu haben. 20 (12,0%) hatten noch nicht davon gehört und 2 (1,2%) wussten es zumindest nicht mehr. Das Ergebnis zeigt, dass die Serie offensichtlich sehr bekannt ist, jedoch muss angemerkt werden, dass die Umfrage unter dem Titel „Monaco Franze“ in Umlauf war und sich deshalb möglicherweise vermehrt Personen dafür interessiert haben, die die Serie kennen. Die Teilnehmer, die diese erste Frage mit „nein“ oder „weiß ich nicht“ beantwortet haben, wurden direkt ans Ende der Umfrage, zur Angabe der demografischen Daten (Wohnort, Alter und Geschlecht) weitergeleitet und wurden somit bei den folgenden Fragen zur Serie nicht berücksichtigt. Vergleicht man die Antworten der Münchner mit denen der Teilnehmer, die andere Wohnorte angegeben haben, so zeigt sich, dass 97,7% der Münchner, aber nur 75,9% der Personen außerhalb Münchens die Serie kennen. „Monaco Franze“ ist in München also verhältnismäßig bekannter, als in anderen Orten im deutschsprachigen Raum (vgl. Tab. 1).

Haben Sie schon einmal von der Serie gehört?	München	Andere Wohnorte
Ja	97,7%	75,9%
Nein	2,3%	24,1%

Tabelle 1: Antworten auf die Frage „Haben Sie schon einmal von der Serie gehört?“

Das folgende Diagramm (siehe Abb. 1) veranschaulicht die Bekanntheit der Serie nach Wohnorten. Die hohe Teilnehmerzahl aus München kann mit der eingeschränkten Reichweite der Umfrage begründet werden, da diese mithilfe von Facebook veröffentlicht wurde und somit vor allem von Personen aus einem geografisch konzentrierten Bekanntenkreis beantwortet wurde.

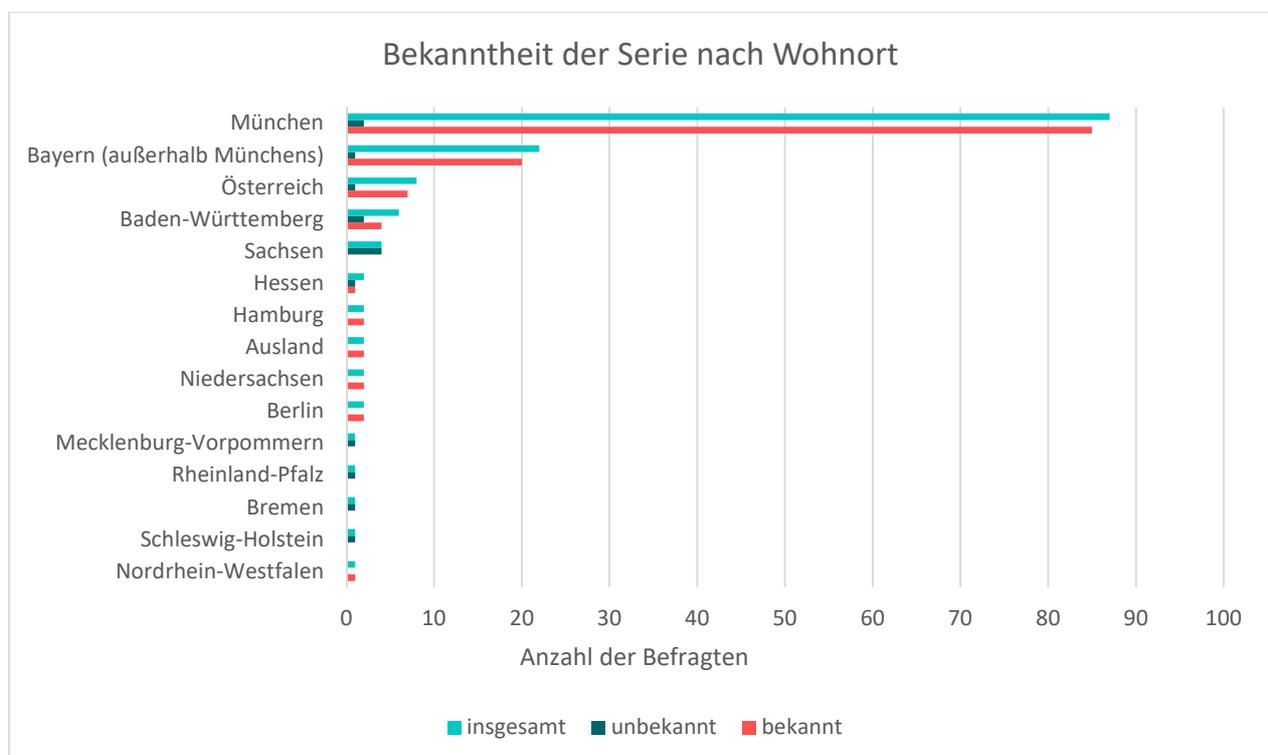


Abbildung 1: Bekanntheit der Serie nach Wohnort

Von den 145 potenziellen Personen nahmen an der zweiten Frage nur noch 143 teil. Es wurde danach gefragt, wie man von der Serie „Monaco Franze“ erfahren hat. Das folgende Diagramm zeigt die Verteilung der Antworten.

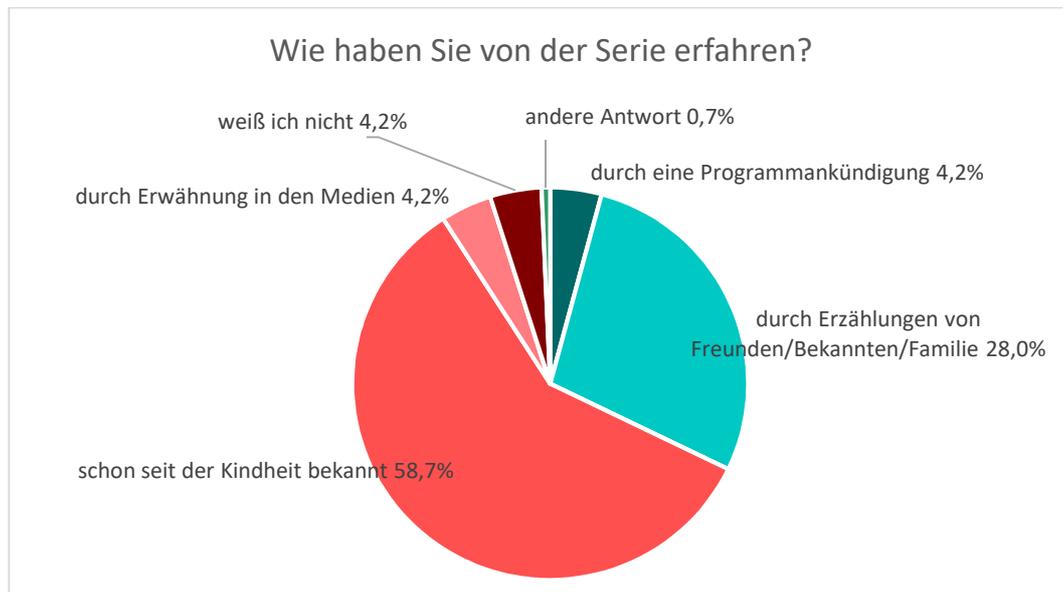


Abbildung 2: Antworten auf die Frage „Wie haben Sie von der Serie erfahren?“

Die Mehrheit der Teilnehmer wurde durch andere Personen auf die Serie aufmerksam, z. B. als Kind durch die Fernsehgewohnheiten der Eltern oder durch Erzählungen von Freunden und Bekannten. Hier zeigt sich die von Fiske beschriebene *oral culture*, die durch das Fernsehen beeinflusst wird (vgl. Fiske 1987: 105). Im Gespräch über das Fernsehen bzw. über eine bestimmte Fernsehsendung zeigt sich die aktive Aneignung des medialen Textes durch die Zuschauer. Dieser mündliche Modus des Fernsehens führt laut Fiske zu einer starken Verankerung des Fernsehens im sozialen und kulturellen Leben der Rezipienten (vgl. Fiske 1987: 107). Die Serie wird dadurch zum Teil der Populärkultur und erfüllt somit die Grundbedingung, um Kultstatus zu erlangen.

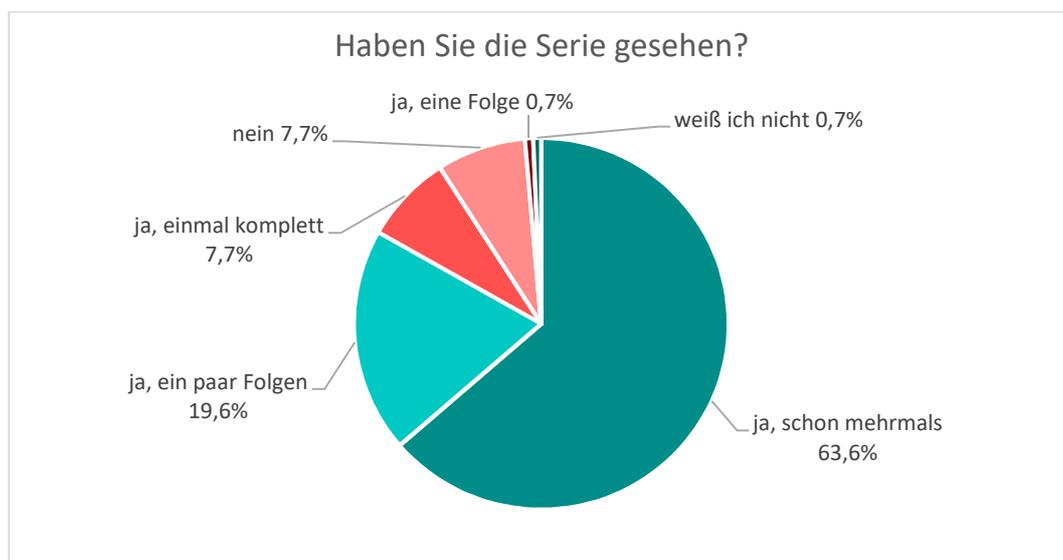


Abbildung 3: Antworten auf die Frage „Haben Sie die Serie gesehen?“

Von den 143 Teilnehmern haben nur 7,7% die Serie nicht gesehen oder wissen es nicht mehr (0,7%) (siehe Abb. 3), sie haben deshalb automatisch die folgenden sechs Fragen übersprungen, weshalb daran nur jeweils 131 Personen teilgenommen haben. Interessant an dieser Antwort ist, dass die Mehrheit der Teilnehmer die Serie bereits mehrfach gesehen hat. In der wiederholten Rezeption zeichnet sich ein weiteres Anzeichen für den Kultstatus ab. Auch hier zeigt ein Blick auf das Verhältnis zwischen München und anderen Wohnorten, dass die Serie von Münchnern häufiger wiederholt angesehen wurde (68,2%), als von Nicht-Münchnern (56,9%). Außerhalb von München kommt es dafür verhältnismäßig öfter vor, dass nur ein paar Folgen gesehen wurden (24,1% außerhalb und 16,5% in München).

„Monaco Franze“ wurde hauptsächlich im Fernsehen gesehen (104 Personen), es folgen DVD oder Video (83), Internet (34) und (Open Air) Kino (11). 37,4% haben die Serie während der Erstaussstrahlung 1983 im Fernsehen gesehen. Beim Großteil der Befragten liegt der Zeitpunkt, zu dem die Serie zuletzt gesehen wurde, schon länger zurück. 83,2% haben „Monaco Franze“ vor ein paar Jahren oder Monaten das letzte Mal gesehen. Die übrigen 16,8% sahen die Serie vor ein paar Tagen oder Wochen oder können sich nicht mehr genau erinnern. Die Mehrheit (61,8%) hat die Serie zuletzt gemeinsam mit anderen Personen zu Hause angesehen, 35,1% waren dabei alleine. Nur 1,5% gaben an, die Serie gemeinsam mit anderen bei einer öffentlichen Veranstaltung gesehen zu haben. Das gemeinsame Rezipieren mit anderen Personen würde zwar für eine kultische Handlung sprechen, allerdings lässt sich hier nicht feststellen, ob das in einem spezifischen Zusammenhang mit der Serie steht oder ob es sich dabei um die ganz normalen Fernsehgewohnheiten der meisten Leute handelt. Um das zu klären, müssten Vergleichsdaten herangezogen werden.

## **8.2 Inhaltliche Aspekte der Serie**

Der nächste Teil der Befragung widmet sich den inhaltlichen Aspekten der Serie und den persönlichen Einschätzungen der Teilnehmer. Zur Frage „Was gefällt Ihnen besonders an der Serie?“ wurden mehrere Antwortoptionen zur Verfügung gestellt, von denen maximal drei gewählt werden konnten. Aus diesem Grund werden die Ergebnisse nicht als Prozentwerte, sondern in absoluten Zahlen angegeben. Die folgende Grafik zeigt die Anzahl der gewählten Antwortoptionen (siehe Abb. 4).

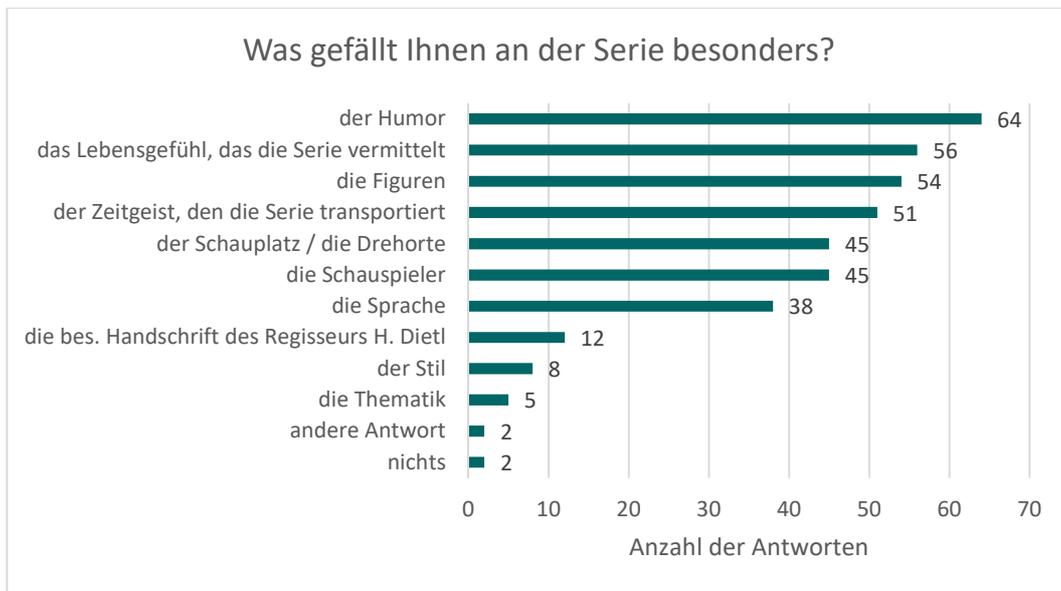


Abbildung 4: Antworten auf die Frage „Was gefällt Ihnen an der Serie besonders?“

Hauptsächlich wurden diejenigen Aspekte gewählt, die auf emotionaler Ebene funktionieren, wie der Humor, das Lebensgefühl und der Zeitgeist. Das emotionale Involvieren des Publikums, das Eschke und Bohne als Ziel des emotionalen Erzählens und als wichtigen Erfolgsfaktor für eine Serie nennen (vgl. Eschke/Bohne 2010: 154f.), wird bei „Monaco Franze“ hinsichtlich dieser Ergebnisse offensichtlich erreicht. Der Blick auf die regionalen Unterschiede zeigt, dass die Ergebnisse in München und außerhalb sehr ähnlich sind. Lediglich die Option „Sprache“ erhält von den Münchnern verhältnismäßig mehr Stimmen (11,6% der Münchner im Vergleich zu 7,5% der Nicht-Münchner). Die Teilnehmer außerhalb Münchens legen dafür mehr Wert auf die Schauplätze und Drehorte (13,2% der Nicht-Münchner im Vergleich zu 10,7% der Münchner). Für die Frage „Was gefällt Ihnen an der Serie nicht?“ wurde ein offenes Antwortfeld gewählt, das 19 Teilnehmer genutzt haben. Kritisiert wurden vor allem die letzten Folgen der Serie („Hintenraus scheinen die kreativen Ideen auszugehen. Wenngleich es auch natürlich ernster wird, fehlt es bei den letzten Folgen etwas an Humor.“, „[...] Der Sprung in der Geschichte ist zu groß und zu wenig nachvollziehbar.“), dass es zu wenige Episoden gibt („zu wenige Folgen, hätten gerne mehr sein können“), dass die Serie sehr langsam erzählt ist („Sie ist für heutige Verhältnisse sehr langsam“, „[...] aus heutiger Sicht ist die ganze Geschichte natürlich sehr langsam mit wenigen Schritten erzählt“) und dass sie altmodisch ist („die Serie wirkte auf mich zu ‚alt‘ [...]“, „old school“). Daneben wurden auch der Humor („teilweise etwas zu albern“) sowie „das Frauenbild“ als Kritikpunkte genannt. Die kritischen Anmerkungen beziehen sich also zum einen auf allgemeine Aspekte, z. B. die Anzahl der Episoden oder die Erzählgeschwindigkeit, was sicherlich mit der heutigen Medienerfahrung zu tun hat. Zum anderen werden bestimmte inhaltsbezogene Erwartungen der Zuschauer am Ende der Serie nicht mehr erfüllt. Dass das Frauenbild kritisiert wird, zeugt von den unterschiedlichen Lesarten der Serie. Während die einen in Annette von Soettingen eine selbstbewusste, emanzipierte Frau sehen, konzentrieren sich die anderen vielleicht

mehr auf das Frauenbild, das von Elli verkörpert wird.

Auf die offene Frage „Was kommt Ihnen als erstes in den Sinn, wenn Sie an die Serie „Monaco Franze“ denken?“ haben 118 Teilnehmer geantwortet. Diese Frage war auch für diejenigen sichtbar, die zuvor angegeben hatten, von der Serie gehört, sie aber nicht gesehen zu haben. Um die Antworten, die hinsichtlich Länge und Formulierungen sehr variieren, sinnvoll auszuwerten und das Ergebnis möglichst einfach darstellen zu können, wurden Items zugeordnet und am Ende gezählt. Anschließend wurden die Items wiederum unter übergreifenden Kategorien zusammengefasst, um kein zu kleinteiliges Ergebnis zu erhalten.<sup>10</sup> Mit einer Summe von 79 fallen die meisten Antworten unter die Kategorie „Zitate“. Die Mehrheit der Teilnehmer assoziiert die Serie mit einem bestimmten Zitat. Am häufigsten wurde darunter „A bissel was geht immer“ (13), „Spatzl, schau wie i schau“ (12) (was eigentlich kein Zitat aus der Serie ist, sondern von dem gleichnamigen Lied von Helmut Fischer alias „Monaco Franze“ stammt) und „Immer des Gschiss mit der Elli“ (10) genannt. Es wurden aber auch ein paar weniger geläufige Zitate genannt, wie z. B. „I als Leichtmatros‘ und du als Herr der sieben Meere – wie allerweil halt“ (Folge 5, 16:45-16:49) oder „Elli! Gib mir die Pistole! – Nein, zuerst gibst mir a Bussi!“ (Folge 2, 34:05-34:09), was zeigt, dass einige Teilnehmer offensichtlich individuelle Lieblingszitate haben. Auch der Kosenamen „Spatzl“ (20) oder die Bezeichnung „Stenz“ (17) werden einzeln oder in der Formulierung „der ewige Stenz“ genannt. Insgesamt lässt sich an diesem Ergebnis ablesen, dass Zitate aus der Serie sehr geläufig sind, dass die Zuschauer sich diese merken und auf Anhieb nennen können. Das spricht dafür, dass sie sich die Serie aktiv aneignen und sich über das bloße Rezipieren hinaus mit dieser beschäftigen, was wiederum als Hinweis für den Kultstatus gedeutet werden kann.

An zweiter Stelle steht bei der Auswertung die Kategorie „regionaler Bezug“ mit 56 Antworten. 29 Personen denken bei „Monaco Franze“ an die Stadt München, 11 nennen das Münchner Lebensgefühl und 9 Personen beziehen sich auf einen bestimmten Ort in München, wie z. B. die Oper oder das Café Münchner Freiheit. 7 Teilnehmer assoziieren die Serie mit Bayern und Heimat. Die Serie wird offensichtlich sehr stark mit der Stadt München und damit zusammenhängenden Werten in Verbindung gebracht. 29 der Befragten denken bei der Serie an bestimmte Personen, wie z. B. an die Schauspieler Helmut Fischer und Ruth-Maria Kubitschek (26), aber auch an den Regisseur Helmut Dietl (3). Des Weiteren beziehen sie sich auf dramaturgische Aspekte (28), wie beispielsweise auf die Figuren oder bestimmte Folgen bzw. Szenen, auf emotionale Gesichtspunkte (19) sowie auf die Thematik (13).

Wertet man die Antworten der Münchner und Nicht-Münchner getrennt aus, so zeigen sich auch hier im

---

<sup>10</sup> Der Antwort „Lebensgefühl München, witzig, Lockerheit“ wurden beispielsweise die Items „Münchner Lebensgefühl“, „Humor“ und „Leichtigkeit/Gemütlichkeit“ zugeordnet, der Antwort „Opernkritik, „Immer des Gschiss mit der Elli“, Kopfeck Manni, Tierparktoni“ die Items „bestimmte Folge/Szene“, „Zitat“ und „Figur(en)“. Die Items „Zitate“, „Spatzl“ und „Stenz“ wurden z. B. anschließend unter der Kategorie „Zitate“, die Items „München“, „Münchner Lebensgefühl“, „bestimmter Ort in München“, „Bayerisch“ und „Heimat“ unter der Kategorie „regionaler Bezug“ zusammengefasst.

Verhältnis deutliche Unterschiede. Die Münchner nennen beispielsweise mehr Aspekte, die unter die Kategorie „regionaler Bezug“ fallen (26,9% im Vergleich zu 21,0%). Außerdem gehen sie verhältnismäßig öfter auf emotionale Gesichtspunkte ein (10,4% im Vergleich zu 4,9%). Bei den Nicht-Münchnern fällt auf, dass diese bei „Monaco Franze“ vor allem an die Thematik denken (11,1% im Vergleich zu 2,8%), z. B. an die Darstellung der Münchner Gesellschaft. Anhand dieser Differenzen lässt sich erkennen, dass Münchner den lokalen Bezug der Serie stärker wahrnehmen, als andere. Sie betrachten „Monaco Franze“ eher auf einer emotionalen Ebene und vernachlässigen dafür inhaltliche Aspekte, wie man an der Kategorie „Thematik“ erkennen kann. Teilnehmer mit anderen Wohnorten geben im Vergleich zu den Münchnern häufiger formale Aspekte an und scheinen damit einen anderen, eher sachlichen Bezug zur Serie zu haben. Bei der nächsten Frage konnten die Teilnehmer beliebig vielen von insgesamt 13 unterschiedlichen Aussagen zustimmen. 135 Personen beantworteten diese Frage. Das Ergebnis kann der folgenden Tabelle entnommen werden (siehe Tab. 2).

<b>Welchen der folgenden Aussagen können Sie zustimmen?</b>	<b>Anzahl der Zustimmungen</b>
1) Als MünchnerIn oder in München lebende Person muss man die Serie kennen.	82
2) Ich kenne Personen, die Fans der Serie sind.	74
3) Ich verbinde die Serie mit Erinnerungen an früher.	69
4) Ich entdecke in der Serie immer wieder etwas Neues.	47
5) Die behandelten Themen und Konflikte der Serie sind zeitlos.	46
6) Das Besondere an der Serie erkennt nicht jeder.	43
7) Die Serie zeichnet sich durch ihre hochwertige Qualität aus.	42
8) Ich beschäftige mich regelmäßig mit der Serie (z. B. indem ich sie ansehe, darüber spreche, mich darüber informiere, etc.).	30
9) Ich mag die Serie, würde mich selber aber nicht als Fan bezeichnen.	19
10) Ich kenne Personen, die die Serie nicht mögen.	11
11) Die Serie interessiert mich nicht.	9
12) Außer mir kennt die Serie heute fast keiner mehr.	6
13) Die Serie ist mir zu altmodisch.	4

*Tabelle 2: Antworten auf die Frage „Welchen der folgenden Aussagen können Sie zustimmen?“*

Auch aus diesen Antworten lässt sich ablesen, dass von den Teilnehmern ein enger Bezug zu München wahrgenommen wird. Viele haben Personen in ihrem Umfeld, die Fans der Serie sind oder beschäftigen sich selber regelmäßig mit der Serie. Die Fankultur, die sich um die Serie gebildet hat, ist den Befragten also durchaus bewusst, auch wenn sie sich selber nicht unbedingt dazuzählen. Die Serie ist für viele mit positiven Aspekten, wie die Erinnerung an früher, Zeitlosigkeit und gute Qualität verbunden. 47 Teilnehmer entdecken in der Serie immer wieder etwas Neues, was ein Grund dafür sein könnte, dass die Serie wiederholt angesehen wird. „Monaco Franze“ steht für einige der Befragten auch für Exklusivität, da das gewisse Etwas in ihren Augen nicht jeder zu schätzen weiß und es Leute gibt, die die Serie nicht kennen oder nicht mögen. Im Vergleich nach Wohnorten zeigt sich wieder, dass vor allem die Münchner den regionalen Bezug schätzen: 20,2% stimmen Aussage 1 zu, während es bei den Nicht-Münchnern nur 11,4%

sind. Auffällig ist auch, dass Personen, die nicht in München wohnen, Aussage 3 verhältnismäßig öfter zustimmen (16,6% im Vergleich zu 13,0%) und demnach die Serie häufiger mit Erinnerungen an früher verbinden.

Bei der Frage nach der Botschaft der Serie wählten die meisten der 122 Teilnehmer die Antwortoption, „dass man das Leben mit Humor nehmen sollte“ (40 bzw. 32,8%). Für 25 (20,5%) vermittelt die Serie die Botschaft, „dass man sein Leben genießen sollte“ und für 16 (13,1%), „dass man eine Person nicht ändern kann“ (siehe Abb. 5).

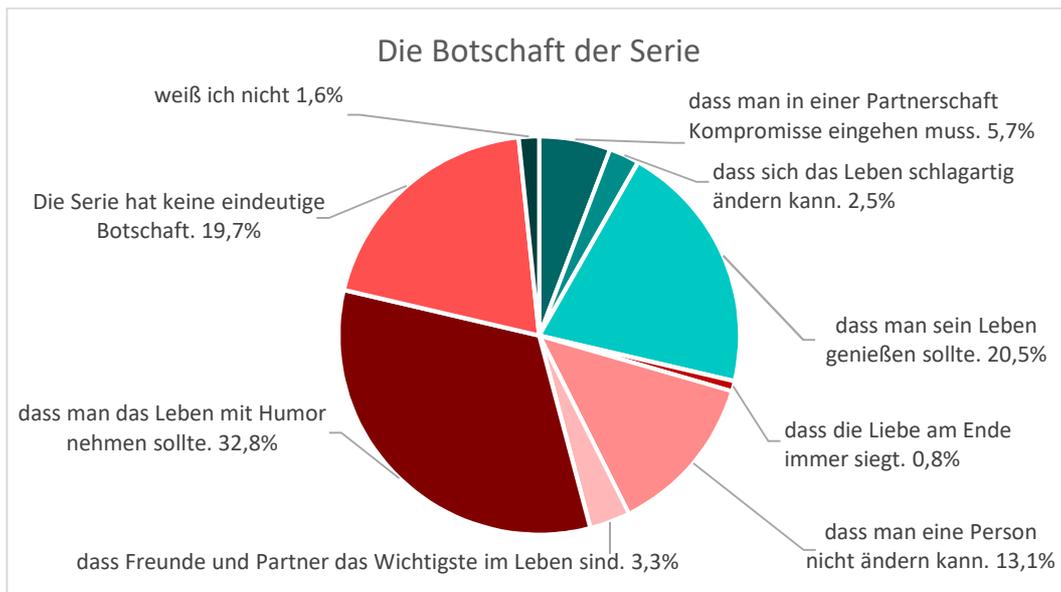


Abbildung 5: Antworten auf die Frage nach der Botschaft der Serie

Das Ergebnis dieser Frage zeigt, dass die Serie je nach Zuschauer ganz unterschiedliche Botschaften vermitteln kann. Es gibt drei Interpretationen, denen viele Personen zustimmen können. Rund 50% der Befragten entnehmen der Serie eine leichte, humorvolle Aussage. Trotzdem gibt es daneben aber noch weitere Perspektiven, die die Grundaussage der Serie auf einer ganz anderen Ebene ansiedeln, z. B. „dass man in einer Partnerschaft Kompromisse eingehen muss“ (5,7%) oder „dass Freunde und Partner das Wichtigste im Leben sind“ (3,3%). Knapp ein Fünftel der Befragten möchte sich gar nicht auf eine eindeutige Bedeutung festlegen. Wie die folgende Tabelle zeigt, gibt es auch bei dieser Frage regionale Differenzen im Ergebnis (siehe Tab. 3).

Die Botschaft der Serie „Monaco Franze“ ist meiner Meinung nach, ...	Zustimmung, Wohnort München	Zustimmung, Andere Wohnorte
Dass man das Leben mit Humor nehmen sollte.	38,2%	23,9%
Dass man sein Leben genießen sollte.	23,7%	15,2%
Die Serie hat keine eindeutige Botschaft.	15,8%	26,1%
Dass man eine Person nicht ändern kann.	11,8%	15,2%
Dass man in einer Partnerschaft Kompromisse eingehen muss.	6,6%	4,4%
Dass die Liebe am Ende immer siegt.	1,3%	0%
Dass sich das Leben schlagartig ändern kann.	1,3%	4,4%
Dass Freunde und Partner das Wichtigste im Leben sind.	0%	8,7%

Tabelle 3: Die Botschaft der Serie – regionale Unterschiede

Während die Münchner vermehrt den „leichten“ Botschaften zustimmen, ist die Botschaft der Serie für den Großteil der Nicht-Münchner nicht eindeutig. Sie scheinen die Serie anders zu interpretieren als Münchner und die Botschaft weniger vom vermittelten Lebensgefühl abhängig zu machen. John Fiskes Konzept der Polysemie kann für „Monaco Franze“ anhand dieser Ergebnisse bestätigt werden.

### 8.3 Der Kultstatus der Serie

Ohne zuvor auf den Kultbegriff einzugehen, wurde den Teilnehmern als nächstes die Frage gestellt, ob sie „Monaco Franze“ als Kultserie bezeichnen würden. Von 137 Teilnehmern antworteten 131 mit „ja“, was 95,6% und somit der eindeutigen Mehrheit entspricht. Jeweils 3 Personen antworteten mit „nein“ oder „weiß ich nicht“ (siehe Abb. 5).

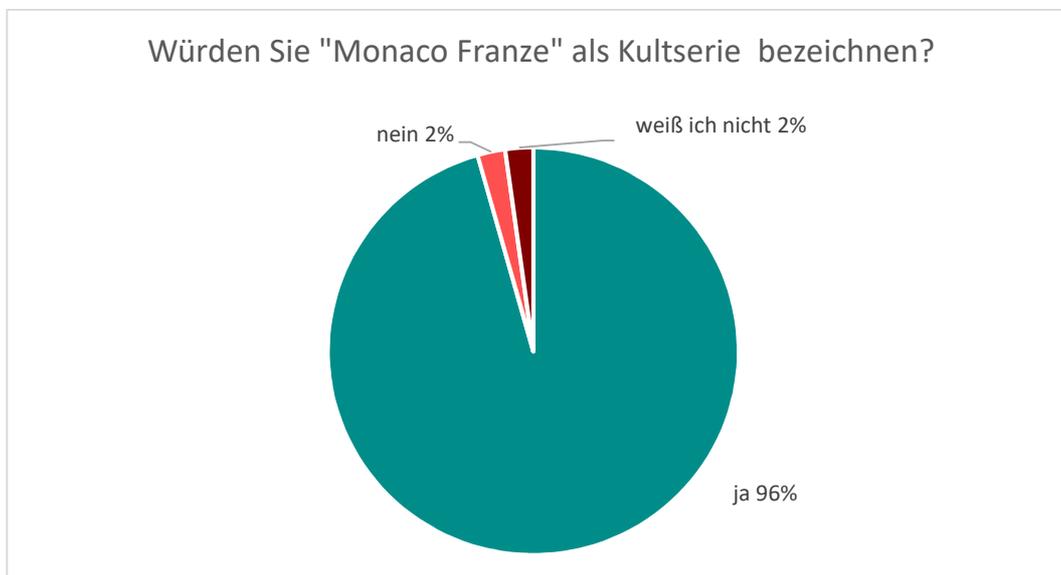


Abbildung 6: Antworten auf die Frage „Würden Sie ‚Monaco Franze‘ als Kultserie bezeichnen?“

Das Ergebnis beweist, dass der Kultstatus der Serie vom Großteil der Serienkenner bestätigt und anerkannt wird. Personen, die in München wohnen, bezeichnen die Serie etwas häufiger als Kult als Nicht-Münchner (96,5% im Vergleich zu 92,9%). Der Unterschied ist hier zwar nicht allzu groß, allerdings lässt sich eine

Tendenz zum regionalen Kult erkennen. Deshalb sollen auch die Gründe, die von den Teilnehmern als entscheidend für den Kultstatus genannt wurden, untersucht werden, um eventuell Aufschluss über regionale Differenzen zu geben.

Im zweiten Teil der Frage wurde darum gebeten, eine Begründung für die zuvor gegebene Antwort zu nennen. Um die 91 Kommentare auswerten zu können, wurde auch hier wieder mit der Zuordnung von Items und Kategorien gearbeitet.

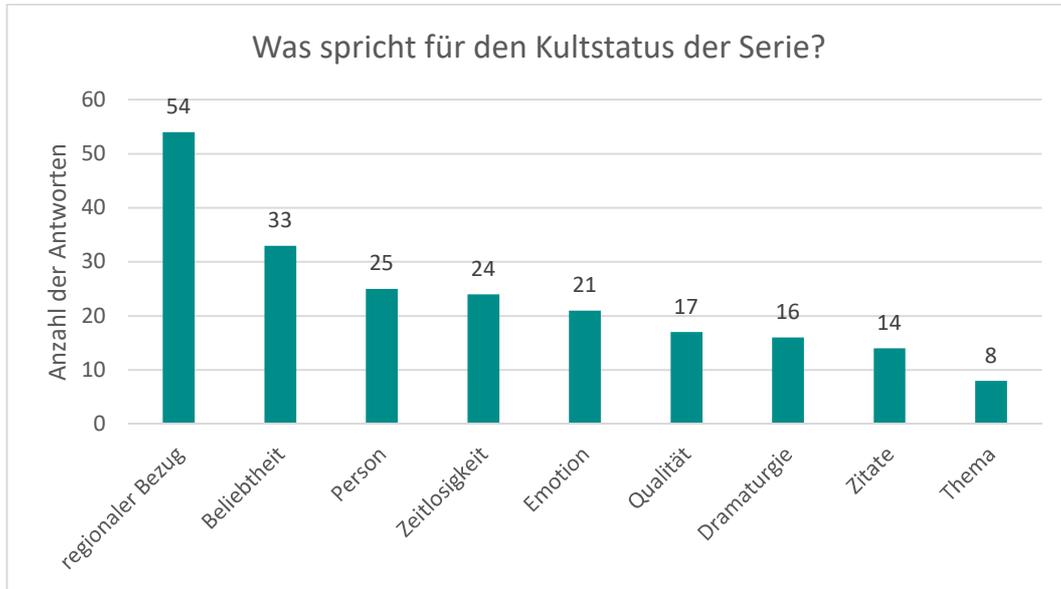


Abbildung 7: Gründe für den Kultstatus der Serie

Bei der häufigsten Kategorie „regionaler Bezug“ (siehe Abb. 7) zählen folgende Items zu den meistgenannten Aspekten:

Item	Zahl der Antworten	Beispiel
Münchner Lebensgefühl	17	„Wiederspiegelung des Münchner Lebensgefühls“, „Transportieren der charakteristischen Münchner Lebensart und Lebenseinstellung“
Das „alte“ München	10	„es zeigt, wie München früher war“, „zeigt den Kern des Münchens der 80er“
Drehorte in München	8	„die Hauptdarsteller vom richtigen Regisseur am perfekten Drehort München eingesetzt“
Referenzen in München	8	„Helmut Fischer Statue“, „zahlreiche Referenzen in der Münchner Szene [...] häufig in Form eines Helmut Fischer Kopfs“

Tabelle 4: Der regionale Bezug als Grund für den Kultstatus

3 Personen beziehen sich außerdem auf die Bekanntheit in Bayern und verstehen die Serie als regionalen Kult, der nicht überall gepflegt wird. Interessant ist auch, dass die Serie zum Teil (3 Antworten) als eine Art Grundwissen für Münchner und/oder Bayern angesehen wird („[...] wer so tun möchte, als sei er echter Münchner, sollte zumindest ein Smalltalk-Grundwissen von ‚Monaco Franze‘ haben“) und sogar als Abgrenzungsmerkmal gegenüber „Auswärtigen“ verstanden wird („Der spezielle Münchnerische Humor,

den Auswärtige noch nach Jahren nicht verstehen“). Daneben sind weitere Kategorien wie Zeitlosigkeit und emotionale Gesichtspunkte vertreten (siehe Abb. 7).

Unter der Kategorie „Beliebtheit“ begründen 25 von 33 Teilnehmern den Kultstatus von „Monaco Franze“ mit der großen Bekanntheit und dem anhaltenden Erfolg der Serie („Über Jahrzehnte hin bekannt und beliebt“, „die Serie ist zwar alt, aber man kommt mit ihr immer noch in Berührung“). Zur Kategorie „Person“ zählen 19 Antworten, die die Schauspieler, insbesondere Helmut Fischer, als Grund nennen („einmalige Schauspieler“), 6 beziehen sich auf den Kultregisseur Helmut Dietl („die Tatsache, dass Helmut Dietl als Münchner Kultfigur der Regisseur war, gibt der Serie einen Kultstatus“).

Im Vergleich nach Wohnorten zeigen sich erneut Differenzen. Folgende Tabelle soll die prozentualen Unterschiede veranschaulichen.

Kategorie (Kultstatus)	Wohnort München	Andere Wohnorte
Regionaler Bezug	26,5%	24,2%
Beliebtheit	15,7%	15,4%
Zeitlosigkeit	12,4%	9,9%
Personen	9,9%	14,3%
Dramaturgie	9,9%	11,0%
Emotionale Gesichtspunkte	7,4%	13,2%
Zitate	9,1%	3,3%
Qualität	4,1%	6,6%
Thematik	5,0%	2,2%

*Tabelle 5: Gründe für den Kultstatus der Serie – regionale Unterschiede*

Der regionale Bezug wird von den Münchnern etwas öfter als Grund für den Kultstatus angegeben. Auch die Zeitlosigkeit, der Übergang von Zitaten in den allgemeinen Sprachgebrauch sowie die Thematik werden von den Teilnehmern aus München häufiger genannt. Für Personen, die nicht in München wohnen, sind dafür mehr die beteiligten Personen, also Schauspieler und Regisseur, dramaturgische Aspekte, z. B. die Figuren der Serie, „in denen man sich immer noch wiederfinden kann“, sowie emotionale Gesichtspunkte relevant, z. B. der Charme der Serie und der Zeitgeist, der transportiert wird. Das Ergebnis zeigt, dass die Gründe, die für den Kultstatus von „Monaco Franze“ angegeben werden, je nach Wohnort bei bestimmten Kategorien unterschiedlich ausfallen. Für die Münchner sind andere Aspekte entscheidend als für die Nicht-Münchner. Es handelt sich bei der Serie tendenziell um einen regionalen Kult, der sich vor allem durch den München-Bezug konstituiert. Trotzdem bietet die Serie für Zuschauer, die nicht in München wohnen bzw. nicht aus München kommen, offensichtlich andere Anknüpfungspunkte, was für Polysemie und somit für den Kultstatus der Serie spricht.

Wer auf die Frage nach dem Kultstatus mit „nein“ geantwortet hat, wurde ebenfalls darum gebeten, den Grund anzugeben, der gegen den Kult spricht. Darauf ist nur einer der drei Teilnehmer eingegangen: Nicht alles, was alt ist, ist automatisch Kult.“, was eine berechnete Antwort ist und zeigt, dass die Wahrnehmung eines Kultes eben auch vom individuellen Empfinden abhängig ist.

## 8.4 Die Serienfiguren

Die nächsten zwei Fragen beschäftigen sich näher mit den Figuren der Serie, zunächst mit der Hauptfigur Monaco Franze. Die Teilnehmer wurden gebeten, die Charaktereigenschaften von Monaco Franze aus 13 möglichen auszuwählen, wobei dabei maximal drei Optionen angekreuzt werden konnten. Von 119 Personen empfinden 69 Monaco Franze alias Franz Münchinger als eine sympathische Figur. Als „einzigartig“ bewerten ihn 42, als „herzlich“ 40 und als „ironisch“ 34. Nur eine Person sieht in als durchschnittliche, zwei Teilnehmer sehen ihn als geheimnisvolle Figur an.

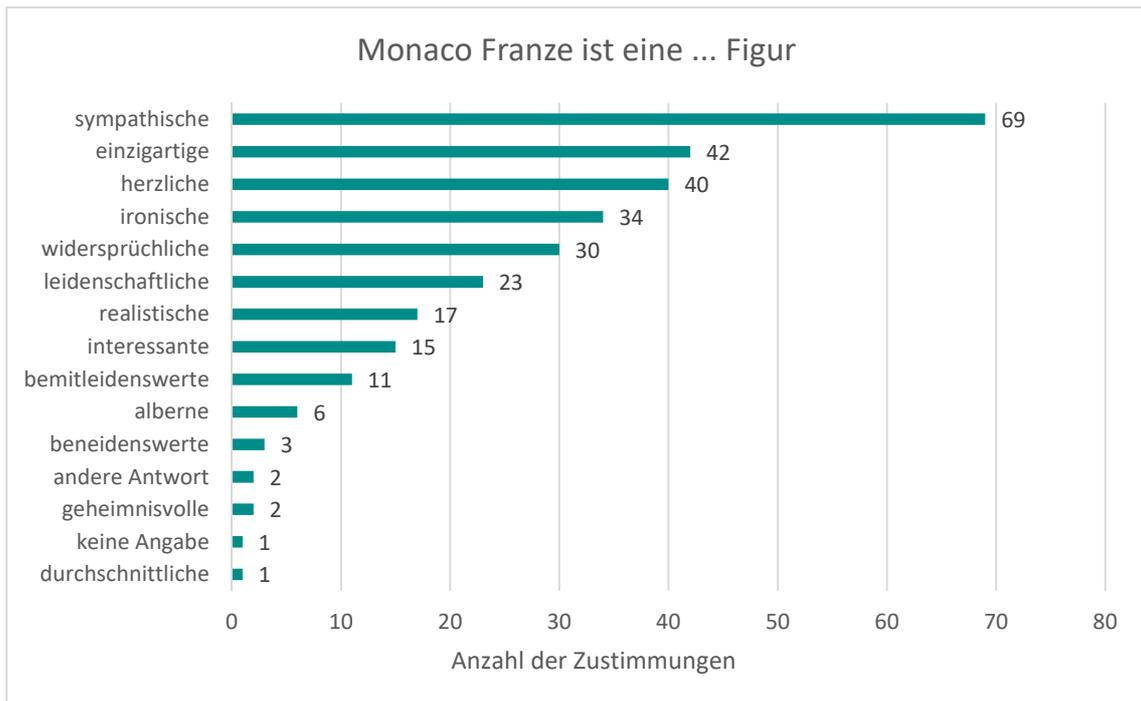


Abbildung 8: Antworten auf die Frage nach den Eigenschaften der Figur Monaco Franze

Den Ergebnissen nach zu urteilen, ist Monaco Franze bei der Mehrheit beliebt und zeichnet sich durch positive Eigenschaften aus. Gleichzeitig erkennen die Befragten Widersprüchlichkeit und Leidenschaftlichkeit in ihm, was ihn als Figur menschlich und einzigartig macht.

Diese Einschätzung spiegelt sich auch im Ergebnis der nächsten Frage wieder, bei der die Teilnehmer ihre Lieblingsfigur aus der Serie angeben sollten. Genau die Hälfte (60 von 120) entschied sich für die Hauptfigur Monaco Franze. Mit 20,0% am zweithäufigsten wurde die Antwort „Ich habe keine Lieblingsfigur“ gewählt – ein Zeichen dafür, dass die Serie insbesondere durch die Figurenkonstellation und durch das gute Zusammenspiel der einzelnen Charaktere funktioniert. Dies wurde auch von zwei Personen im freien Textfeld als Antwort angegeben („Das Zusammenspiel der Figuren“, „alle tragen dazu bei“). An dritter Stelle steht mit 10,8% der Kopfeck Manni, auf Platz vier mit 8,3% Annette von Soettingen, gefolgt von Irmgard und Elli, die sich mit jeweils 3,3% den fünften Platz teilen.

## 8.5 Präsenz der Serie im Alltag

Die letzten vier Fragen haben die Berührungspunkte mit der Serie im Alltag außerhalb des Fernsehkontextes im Fokus. Die Antworten auf die Frage „Begegnet Ihnen die Serie „Monaco Franze“ in irgendeiner Form im Alltag?“ (Mehrfachnennungen möglich) werden in Abbildung 9 visualisiert.

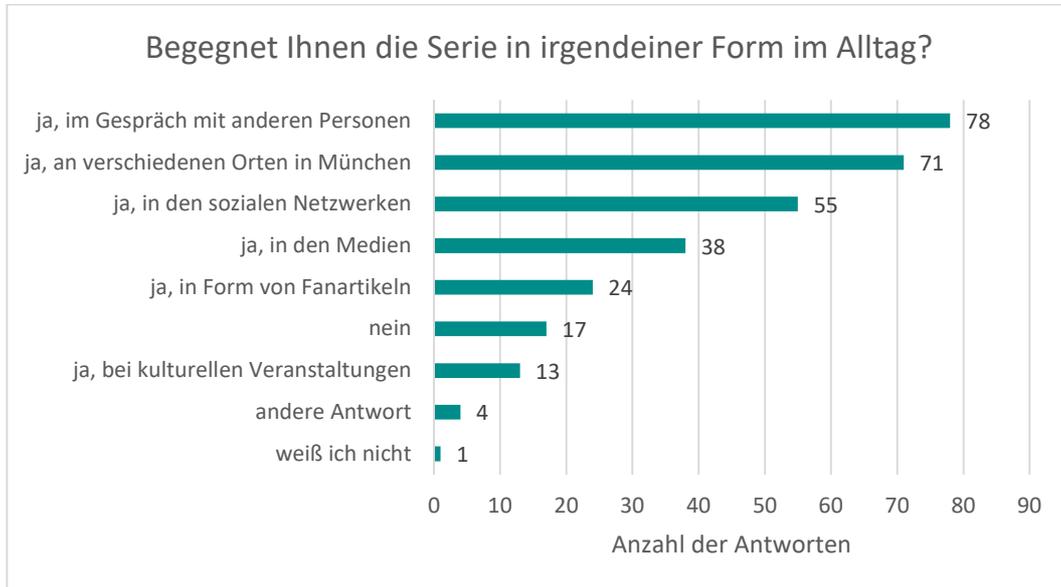


Abbildung 9: Antworten auf die Frage „Begegnet Ihnen die Serie in irgendeiner Form im Alltag?“

Die Antworten zeigen, dass die Befragten vor allem über die Serie sprechen oder sich mit anderen darüber austauschen. Außerdem werden viele Personen aufgrund bestimmter Bezugspunkte in München an „Monaco Franze“ erinnert. Diese Antwortoption wurde von vielen Münchnern genannt (24,5% aller Münchner), aber auch Personen mit anderen Wohnorten wählten diese Antwort mit 22,6% verhältnismäßig oft. Ein größerer regionaler Unterschied lässt sich hier bei der Begegnung mit der Serie in sozialen Netzwerken feststellen. Personen, die nicht in München wohnen, kommen mit „Monaco Franze“ weniger über Social Media in Berührung als Münchner (15,1% im Vergleich zu 20,1%). Das liegt wahrscheinlich daran, dass man bei Facebook und anderen sozialen Netzwerken vor allem mit Personen aus seinem direkten, lokalen Umfeld verknüpft ist und Münchner somit vor allem mit anderen Münchnern verbunden sind, die die Serie tendenziell häufiger kennen und sich dementsprechend öfter in ihren Posts darauf beziehen. Außerdem gaben verhältnismäßig mehr Nicht-Münchner an, im Alltag nicht mit der Serie in Kontakt zu kommen (10,8% der Nicht-Münchner im Vergleich zu 3,4% der Münchner). Diese München-bezogenen Unterschiede können wieder als Hinweis für die starke regionale Ausprägung des „Monaco Franze“-Kultes dienen.

Auch bei dieser Frage wurden die Befragten in einem zweiten Teil um eine Konkretisierung ihrer Antwort gebeten. Bei 26 von den insgesamt 71 Antworten wurden Serienzitate in alltäglichen Konversationen sowie Gespräche über die Serie mit Freunden, Familie und Kollegen genannt: z. B. „wird ständig von Kollegen in der Arbeit zitiert“, „Ich ziehe ihn als Erklärung für meinen Lebenswandel heran ;-). Leicht ironisch, aber

zutreffend“, „Manchmal, wenn wir im Kreis verheirateter Männer von unseren eigenen guten alten Zeiten erzählen, träumen wir alle von Monaco Franze und reden uns ein, dass wir fast genauso waren“. 24 Personen gaben an, regelmäßig auf Facebook z. B. durch Posts von Freunden, durch die „Monaco Franze“-Seite oder von Unternehmen wie „franzmünchinger“ an die Serie erinnert zu werden. 18 Teilnehmer begegnen der Serie in Form der verschiedenen Drehorte in München („Als Münchner, der sich in der Stadt ein wenig auskennt, ist die Serie gegenwärtig“), 16 nennen das Monaco Franze- bzw. Helmut Fischer-Denkmal am Café Münchner Freiheit. Zudem kommen einige mit Fanartikeln (8) in Berührung. Konkret werden z. B. T-Shirts mit Monaco-Konterfei und Sprüchen (9) sowie das Label „franzmünchinger“ (4) genannt. Eine Person kannte sogar den Schauspieler Karl Obermayr persönlich, eine weitere Person hatte indirekt Kontakt zum Regisseur Helmut Dietl („Meine Mutter kannte den Regisseur und den Freundeskreis, so dass oft Gespräche über die Serie aufkamen“). Ein weiterer Teilnehmer hat damals die Dreharbeiten zu Kopfecks Wohnungsbrand in Haidhausen beobachtet („Zuschauen bei Dreharbeiten in der Preysingstraße, wo die Leute zu der brennenden Wohnung in der Wörthstraße rennen“). Außerdem werden Zeitungsartikel, das Open-Air-Kino am Königsplatz, das Ultimate Frisbee Team „Monaco Mix“, Werbung diverser Unternehmen, Aufkleber (z. B. der sog. „Löwen-Ultras“ des Fußballvereins 1860 München), Streetart und eine Drehortführung in München genannt. Die Antworten zeigen, dass es nicht nur Serienbezüge im Alltag gibt, sondern dass diese auch ganz bewusst wahrgenommen oder eingesetzt werden.

In der folgenden Frage (Mehrfachnennungen möglich) wird näher auf die bekanntesten Zitate eingegangen, wobei einige davon bereits unaufgefordert von vielen Teilnehmern bei den offenen Fragen genannt wurden und somit offensichtlich sehr geläufig sind. Dementsprechend haben 118 von 130 Teilnehmern das Zitat „A bisschen was geht immer“ schon außerhalb des Serienkontextes wahrgenommen, gelesen oder gehört. „Des is doch a gmahte Wiesn“ ist 87 vertraut, Formulierungen wie „Ja mei, Spatzl ...“ oder „... gell, Spatzl?“ kennen 79 und „Immer dieses Gschiss mit der Elli“ ist 60 Personen geläufig. Im zusätzlichen Antwortfeld wurden außerdem Zitate aus der berühmten Opernkritik (Folge 1), wie z. B. „allein hätten wir Banausen uns wahrscheinlich an rechten Sauerampfer bestellt“ (36:03) und „Ein rechter Scheißdreck wars. Altmodisch bis provinziell wars, des wars!“ (37:00-37:04), der Satz von Annette „da gibt es nämlich einen Punkt bei mir, da macht es einfach bumm“ (Folge 5, 28:52-28:57) und Monacos Entschuldigung im Englischunterricht „I have an Platten!“ (Folge 8, 09:41) genannt. Außerdem wurde mehrmals „Spatzl, schau wie i schau“ angegeben, was zwar eigentlich kein Serienzitat ist, aber offensichtlich sehr oft damit in Verbindung gebracht wird. Wie bereits die vorherigen Antworten gezeigt haben, lässt auch dieses Ergebnis darauf schließen, dass viele Zitate aus der Serie im allgemeinen Sprachgebrauch angekommen sind. Die Zuschauer haben sich die Serie insofern angeeignet, als dass bestimmte Passagen in alltägliche Gespräche einfließen und in Situationen unabhängig vom Fernsehkontext eine Bedeutung haben. Oft ist mit dem Einsatz von Zitaten eine humorvolle oder ironische Anspielung verbunden, die nur dann verstanden werden kann, wenn das Zitat als solches bekannt ist und zugeordnet werden kann. Die Tatsache, dass viele Personen in der Umfrage von

selber Zitate genannt haben oder in der letzten Frage bestätigt haben, bestimmte Sätze zu kennen, zeugt von einem „lebensweltlichen Wissen“ über die Serie (vgl. Mikos 2001: 158). Die Hälfte von 130 Befragten besitzen selber DVDs oder Videos der Serie. Nur 14 Personen besitzen andere Fanartikel der Bücher. Eine Person besitzt Autogramme der Schauspieler, 60 gaben an, keine Artikel zur Serie zu besitzen.

## 8.6 Demografische Angaben

An der Onlinebefragung haben Personen im Alter von 16 bis 75 Jahren teilgenommen. Den größten Anteil macht mit 37% die Altersgruppe der 31-40-jährigen aus, es folgen die 21-30-jährigen (30,1%) und die 41-50-jährigen (20,3%). Den kleinsten Anteil machen die 16-20-jährigen aus (siehe Abb. 10). Aufgrund der Verbreitung über Facebook konnten mit dieser Umfrage nicht alle Altersgruppen gleichmäßig erreicht werden, weshalb die altersbezogenen Ergebnisse somit nicht als repräsentativ anzusehen sind. Trotzdem lässt sich daraus ein Verhältnis zwischen Altersgruppe und Bekanntheit bzw. Seriennutzung erschließen.

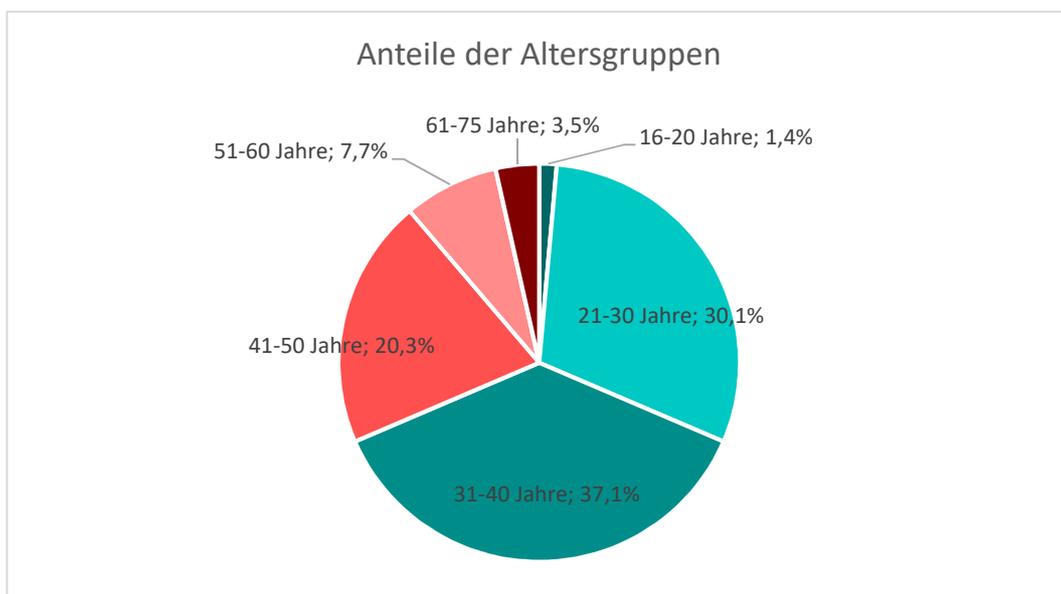


Abbildung 10: Anteile der Altersgruppen

Die Bekanntheit der Serie variiert je nach Altersgruppe. Das folgende Diagramm (siehe Abb. 11) zeigt, dass alle Teilnehmer der Altersgruppen 51-60 und 61-75 Jahre die Serie kennen. In der Altersgruppe 41-50 Jahre gibt es nur eine Person, die die Serie nicht kennt, in der Gruppe der 31-40-jährigen sind es 2 und bei den 21-30-jährigen 10 Personen. Die Altersgruppe der 16-20-jährigen ist bei der Umfrage unterrepräsentiert, außerdem kennt keiner der beiden Teilnehmer die Serie.

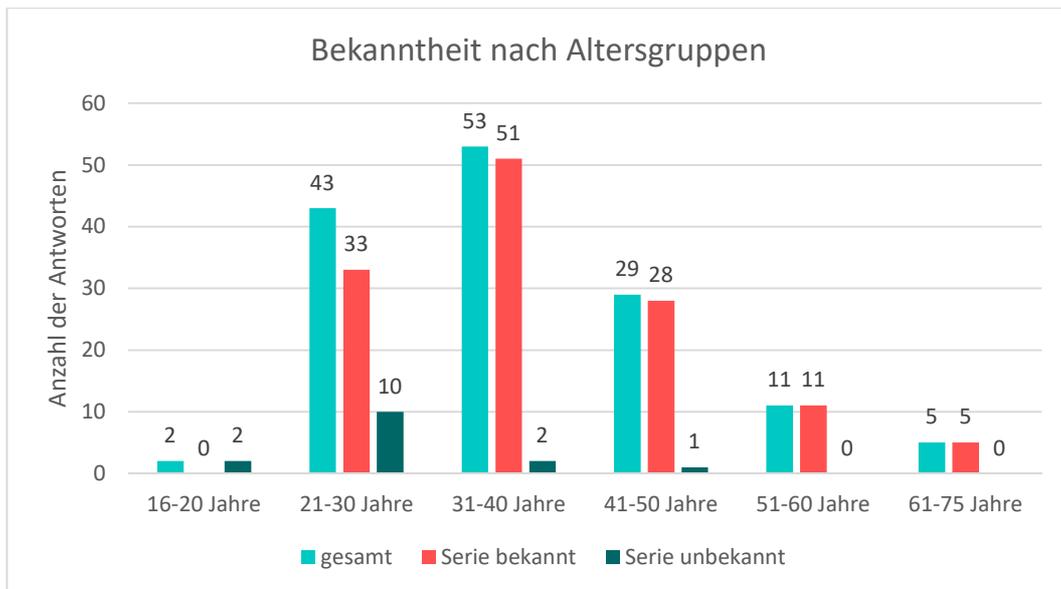


Abbildung 11: Bekanntheit nach Altersgruppen

Das Ergebnis zeigt, dass die Serie verhältnismäßig umso bekannter ist, desto älter die befragten Personen sind, was wahrscheinlich auf das Alter der Serie zurückzuführen ist. Ein ähnliches Verhältnis zeigt sich bei dem Anteil der Personen, die die Serie gesehen bzw. nicht gesehen haben (siehe Abb. 12).

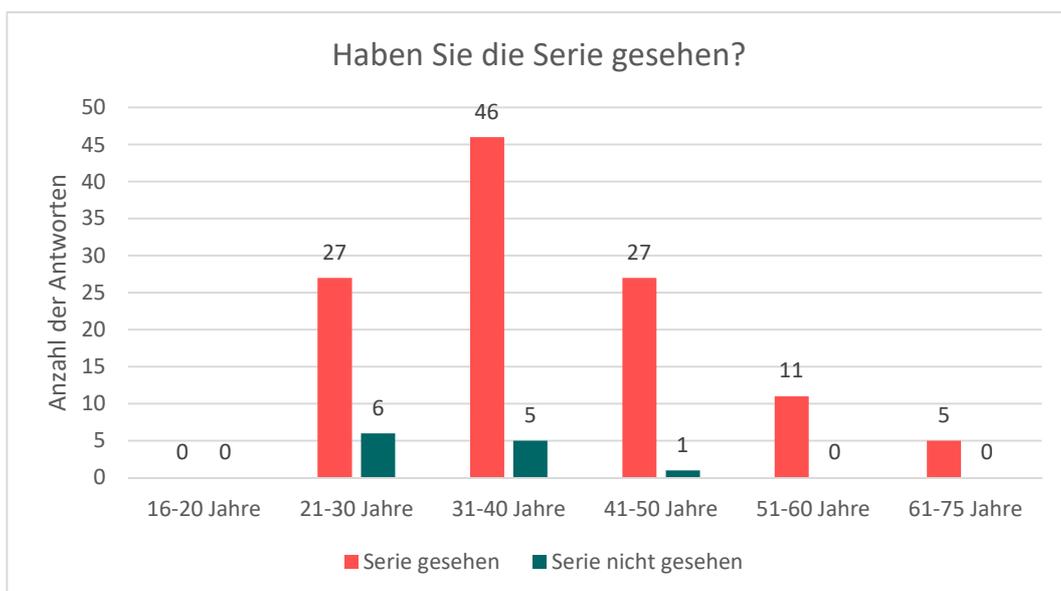


Abbildung 12: Seriennutzung nach Altersgruppen

Was die Geschlechterverteilung trifft, so haben mit 45% mehr weibliche als männliche Personen (39%) an der Befragung teilgenommen; 16% wollten zu ihrem Geschlecht keine Angabe machen.

Mit den Ergebnissen der Umfrage kann der Kultstatus der Serie „Monaco Franze“ belegt werden. Dieser ergibt sich nicht nur aus der eindeutigen Einschätzung der Teilnehmer (siehe Abb. 6), sondern auch aus den spezifischen Antworten, die sich mit den Thesen des theoretischen Teils decken. Der Kultstatus der Serie hat sich über einen längeren Zeitraum hinweg entwickelt. Viele Teilnehmer kennen „Monaco Franze“

bereits seit ihrer Kindheit und haben die Serie seitdem schon mehrmals gesehen. Die Serie wird aus ganz unterschiedlichen Gründen von den Befragten geschätzt, was auf Polysemie und auf die individuelle Aneignung hindeutet. Die Serienaneignung zeigt sich bei „Monaco Franze“ in erster Linie in den vielen Zitaten, die sowohl auf Fanartikeln als auch in alltäglichen Konversationen zum Einsatz kommen. Die unterschiedlichen Bedeutungen, die die Serie angesichts der Umfrageergebnisse transportiert, sprechen für eine Vielzahl an möglichen Lesarten. Außerdem ist man sich der Fankultur, die sich um die Serie entwickelt hat, und ihrer Verankerung im Alltag außerhalb des Fernsehens bewusst. Die Serie wird sowohl aufgrund des München-Bezugs, als auch wegen ihrer Besonderheiten und der hohen Qualität vom Publikum geschätzt und stellt so gesehen auch ein Mittel zur Distinktion dar. Obwohl die Onlineumfrage aufgrund der geografischen Einschränkung und der beschränkten Teilnehmerzahl nicht als repräsentativ eingestuft werden kann, lassen sich damit zumindest bestimmte Tendenzen hinsichtlich der Bekanntheit und des Kultstatus der Serie „Monaco Franze“ zeigen.

## **9 Fazit**

Auf Basis der Cultural Studies wurden in dieser Arbeit die Faktoren behandelt, die für das Fernsehen als Populärmedium sowie für die damit vermittelten medialen Texte von Bedeutung sind. In der Auseinandersetzung mit dem Kultbegriff konnten wesentliche Faktoren erarbeitet werden, die zum Kultstatus von Serien beitragen. Es wurde gezeigt, dass das Entstehen eines Kultes auf dem Zusammenspiel aus inhaltlichen Kriterien und der Aktivität des Publikums beruht. Ausgehend von dieser Feststellung wurde die Serie „Monaco Franze“ zunächst hinsichtlich ihrer inhaltlichen Kultfaktoren analysiert. Dafür wurden Begrifflichkeiten der Serienforschung sowie dramaturgische Konzepte herangezogen, um die Umsetzung von Kultmerkmalen im Serientext zu präzisieren. An der Serie „Monaco Franze“ lassen sich zahlreiche inhaltliche Aspekte feststellen, auf die ihr Kultstatus zurückgeführt werden kann. Dazu gehören der serielle Charakter, ein ausgefallenes Konzept, die Mischung von Genres, Stilmittel für die Erzeugung von Polysemie, wie z. B. Widersprüche, Überzeichnungen und Ironie, das Vorhandensein weiterer Sinnebenen, Intertextualität, die Qualität der Drehbücher und Inszenierungen, schauspielerische Leistungen, eine besondere Erzählperspektive, textuelle Alleinstellungsmerkmale, inhaltliche Leerstellen, mehrdimensionale, widersprüchliche Figuren, die vielfältige Anknüpfungsmöglichkeiten für das Publikum bieten, das Hinterfragen von traditionellen Werten und Normen, außergewöhnliche Serienwelten, das Thematisieren von Tabus, das Aufgreifen eines bestimmten Zeitgeistes sowie das Transportieren von universellen, zeitlosen Aussagen.

Gleichzeitig wurde davon ausgegangen, dass ein Kult nicht allein aufgrund eines bestimmten Serieninhalts entsteht, sondern durch die Rezeption, durch die Interaktion des Publikums sowie durch weitere äußere Einflüsse, wie z. B. durch den kulturellen und gesellschaftlichen Kontext oder durch die Medien,

hervorgerufen wird. Im zweiten Teil der Analyse konnte dies für die Serie „Monaco Franze“ belegt werden. Die Serie hat eine aktive Aneignung durch das Publikum erfahren und kann somit hinsichtlich der rezeptionsbedingten Faktoren als Kultserie gelten. Sowohl in den „traditionellen“ Medien wie Fernsehen, Radio und Printmedien, als auch in den sozialen Netzwerken zeichnet sich die starke Präsenz der Serie ab. Zuschaueraktivitäten lassen sich in ganz unterschiedlichen Bereichen feststellen. Die Verehrung der Serie vollzieht sich auf sichtbare Weise, wird oft wiederholt und findet auch als soziales Ereignis statt. Im Gegensatz zu manchen „fanatischen“ Kulturen, vollzieht sich die Verehrung von „Monaco Franze“ eher in einem gemäßigten Rahmen. Statt einer Distanzierung vom Alltag, wird die Serie z. B. durch Zitate, T-Shirts, usw. in den Alltag mit eingebunden. Wie man an den vielen Zitaten sieht, die im alltäglichen Sprachgebrauch und in den Medien im Umlauf sind, hat eine kommunikative Aneignung stattgefunden. Die Zuschauer werden zu Akteuren, die z. B. ganze Passagen mitsprechen. Nur wenn man die Serie kennt, kann man die Bedeutung verstehen und angemessen auf die Zitate reagieren, sodass diese auch als Distinktionsmittel fungieren.

Zur Berücksichtigung des Publikums wurde eine Onlineumfrage hinzugezogen, durch die die bis dahin genannten Feststellungen bestätigt werden konnten. Zudem konnten damit relevante Gründe für den Kultstatus der Serie, wie z. B. die hohe Bedeutung des regionalen Aspekts, in Erfahrung gebracht werden. Viele Zuschauer können durch ihren Wohnort München einen direkten Bezug zur Lebenswelt der Serie herstellen. Sie leben in einem kulturellen und sozialen Kontext, der die Interaktion mit der Serie erleichtert. Die eingangs formulierte Forschungsfrage „Welche Faktoren machen die TV-Serie ‚Monaco Franze‘ zur Kultserie und wodurch zeichnet sich dieser Kult aus?“ konnte somit beantwortet werden.

Als Monaco Franze am Anfang von Folge 7 seine Privatdetektei auflöst, sagt er, während er das Türschild abnimmt: „Aus is und gar is und schad is, dass wahr is.“ (00:58-01:01) Das würde als abschließendes Zitat an dieser Stelle zwar Sinn machen, entspricht aber mit dem Ausdruck von Endgültigkeit nicht der hier beabsichtigten Aussage. Schließlich kann man angesichts der gewonnenen Ergebnisse davon ausgehen, dass es mit der Serie „Monaco Franze“ noch lange nicht „aus is“. Wie lange sich die Serie noch im Bewusstsein des Publikums und in den Medien halten wird, kann man natürlich nicht vorhersehen. Das Angebot an neuen Serien wird schließlich immer größer, die Medienlandschaft immer unübersichtlicher. Aber immerhin hat ja schon Manni Kopfeck in Folge 1 festgestellt: „Des Altmodische is heut des Neumodische. So gsehen san wir wahnsinnig in.“ (Folge 1, 15:27-15:31) Die Aussicht, dass „Monaco Franze“ auch in Zukunft als Kultserie gefeiert werden und so schnell nicht in Vergessenheit geraten wird, lässt sich aber noch viel besser durch das vielzitierte Lebensmotto des ewigen Stenzes ausdrücken: „A bissel was geht immer!“

## Quellenverzeichnis

### Literatur

- Bolz, Norbert u. Bosshart, David (1995): Kult-Marketing. Die neuen Götter des Marktes, Düsseldorf: ECON.
- Compart, Martin (1997): Von Alf bis U.N.C.L.E. Anglo-amerikanisches Kult-TV, Essen: Klartext.
- Diekmann, Andreas (2004): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen, Reinbek: Rowohlt.
- Dietl, Helmut u. Süskind, Patrick (1983): Monaco Franze – Der ewige Stenz. In der Originalfassung von Helmut Dietl und Patrick Süskind, München: Heyne.
- Dietl, Helmut (1983): „Monaco Franze – Der ewige Stenz“, in: Dietl, Helmut u. Süskind, Patrick, Monaco Franze – Der ewige Stenz. In der Originalfassung von Helmut Dietl und Patrick Süskind, München: Heyne, S. 7-12.
- Durzak, Manfred (1979): „Kojak, Columbo und deutsche Kollegen. Überlegungen zum *Fernseh-Serial*“, in: Kreuzer, Helmut u. Prümm, Karl (Hrsg.), Fernsehsendungen und ihre Formen. Typologie, Geschichte und Kritik des Programms in der Bundesrepublik Deutschland, S. 71-93.
- Eco, Umberto (1987): „Casablanca: Cult Movies and Intertextual Collage“, in: Umberto Eco, Travels in Hyperreality, London: Picador 1987, 198.
- Eichner, Susanne, Mikos, Lothar u. Winter, Rainer (Hrsg.) (2013): Transnationale Serienkultur. Theorie, Ästhetik, Narration und Rezeption neuer Fernsehserien, Wiesbaden: Springer VS.
- Eichner, Susanne (2013): „Blockbuster Television. Neue Serien im Kontext von Produktion, Institution und Ästhetik“, in: Eichner, Susanne et al. (Hrsg.), Transnationale Serienkultur. Theorie, Ästhetik, Narration und Rezeption neuer Fernsehserien, Wiesbaden: Springer VS, S. 45-65.
- Ernst, Christoph u. Paul, Heike (2015): „Eine neue Ära? Quality TV und neuere Serie“, in: Ernst, Christoph u. Paul, Heike (Hrsg.), Amerikanische Fernsehserien der Gegenwart. Perspektiven der American Studies und der Media Studies, Bielefeld: transcript, S. 9-34.
- Ertl, Christian (2010): Macht's den Krach leiser! Popkultur in München von 1945 bis heute, München: Allitera Verlag.
- Eschke, Gunther u. Bohne, Rudolf (2010): Bleiben Sie dran! Dramaturgie von TV-Serien, Konstanz: UVK.
- Evermann, Jovan (1999): Der Serien-Guide. Das Lexikon aller Serien im deutschen Fernsehen von 1978 bis heute, Band 3: M-S, Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf.
- Fiske, John (1987): Television Culture, London: Methuen & Co.
- Förster, Jochen (2014): „Wir Serienmuffel“, in: brand eins, 03/2014, S. 18-26.
- Furno-Lamude, Diane u. Anderson, James (1992): „The Uses and Gratifications of Rerun Viewing“, in: Journalism Quarterly, Vol. 2, No. 2, S. 362-372.

- Geisenfeld, Günter u. Prugger, Prisca (1994): „Serien im Vorabend- und im Hauptprogramm“, in: Schanze, Helmut u. Zimmermann, Bernhard, *Das Fernsehen und die Künste*, München: Wilhelm Fink, S. 349-412.
- Goldbeck, Kerstin (2004): *Gute Unterhaltung, schlechte Unterhaltung. Die Fernsehkritik und das Populäre*, Bielefeld: transcript.
- Grasberger, Thomas (2013): *Stenz. Die Lust des Südens*, München: Diederichs.
- Hepp, Andreas (2010): *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*, Wiesbaden: Springer VS.
- Hepp, Andreas u. Winter, Rainer (Hrsg.) (2008): *Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*, Wiesbaden: Springer VS.
- Hickethier, Knut (2012): *Film- und Fernsehanalyse*, Stuttgart: Metzler.
- Hickethier, Knut (1998): *Geschichte des deutschen Fernsehens*, Stuttgart: Metzler.
- Hickethier, Knut (1991): *Die Fernsehserie und das Serielle des Fernsehens*, Lüneburg: Kultur-Medien-Kommunikation.
- Holdsworth, Amy (2011): *Television, Memory and Nostalgia*, Hampshire u.a.: Palgrave Macmillan.
- Gwenllian-Jones, Sara u. Pearson, Roberta E. (Hrsg.) (2004): *Cult Television*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Hallenberger, Gerd (2015): „Medienlexikon: Kultmedien“, in: *tv diskurs* 74, 4/2015, Jg. 19, S. 68-69.
- Krafft, Sybille (2006) (Hrsg.): *Helmut Fischer. Der unsterbliche Stenz*, München: LangenMüller.
- Klien, Anne (2001): *Kult-Switching. Beobachtungstheoretische Erklärungen der unterschiedlichen Rezeption der TV-Serie „Ally McBeal“ in Deutschland und den USA*, München: Herbert Utz Verlag.
- Kumpf, Sarah (2013): „„Ich bin aber nicht so ein Freak“ – Distinktion durch Serienaneignung“, in: Eichner, Susanne et al. (Hrsg.), *Transnationale Serienkultur. Theorie, Ästhetik, Narration und Rezeption neuer Fernsehserien*, Wiesbaden: Springer VS, S. 347-366.
- Losch, Saskia u. Schmidt, Holger J. (2012): „Eigenschaften von Kultmarken aus Sicht von Konsumentinnen und Konsumenten“, in: *transfer. Werbeforschung und Praxis*, Jg. 58, 03/2012, S. 33-44.
- Le Guern, Philippe (2004): „Toward a Constructivist Approach to Media Cults“, in: Gwenllian-Jones, Sara u. Pearson, Roberta E. (Hrsg.), *Cult Television*, Minneapolis: University of Minnesota Press, S. 3-25.
- Mikos, Lothar (2004): „Fernsehen, Kult und junge Zuschauer“, in: *TelevIZion* 17/2004/2, S. 38-41.
- Mikos, Lothar (2001): *Fern-Sehen. Bausteine zu einer Rezeptionsästhetik des Fernsehens*, Berlin: Vistas.
- N.N. (1) (1983): *Münchener Marlowe*, in: *Der Spiegel*, 17/1983, S. 228-229.
- N.N. (2) (1987): *Diese Woche im Fernsehen*, in: *Der Spiegel*, 26/1987, S. 190.
- N.N. (17) (1997): *Gestorben: Helmut Fischer*, in: *Der Spiegel*, 26/1997, S. 210.

- Nelson, Robin (2013): „Entwicklung der Geschichte: vom Fernsehspiel zur Hypermedia TV Narrative“, in: Eichner, Susanne u. a. (Hrsg.), *Transnationale Serienkultur. Theorie, Ästhetik, Narration und Rezeption neuer Fernsehserien*, Wiesbaden: Springer VS, S. 21-43.
- Newcomb, Horace (2004): „Narrative and genre“, in: Downing, John D. H. u. a. (Hrsg.), *The Sage Handbook of Media Studies*, Thousand Oaks: Sage, S. 413-428.
- Otto, Isabell (2013): „Die Fernsehserie jenseits des Fernsehens. ARTE und die Web-Serie *Addicts*“, in: *Navigationen. Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften*, Jg. 13 „Der Medienwandel der Serie“, S. 127-141.
- Ponkie (2006): „Über Helmut Fischer“, in: Krafft, Sybille (Hrsg.), *Helmut Fischer. Der unsterbliche Stenz*, München: LangenMüller, S. 68-75.
- Saur, Karl-Otto (2009): „Ein bisserl was geht immer“. *Die Geschichte des Bayerischen Rundfunks*, München: dtv.
- Schröter, Jens (2012): „Die Fernsehserie, ihre Form und ihr Wissen. Ein kurzer Überblick“, in: *tv diskurs* 62, 4/2012, Jg. 16, S. 28-31.
- Schwaab, Herbert (2013): „Transmedialität und Mediatisierung. Formen und Motive der Expansion serieller Welten und neuer Medienobjekte“, in: *Navigationen. Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften*, Jg. 13 „Der Medienwandel der Serie“, S. 85-103.
- Ude, Christian (2006): „Geliebter Monaco“, in: Krafft, Sybille (Hrsg.), *Helmut Fischer. Der unsterbliche Stenz*, München: LangenMüller, S. 156-171.
- Weber, Tanja u. Junklewitz, Christian (2008): „Das Gesetz der Serie – Ansätze zur Definition und Analyse“, in: *MEDIENwissenschaft* 1/2008, S. 13-31.
- Weiß, Ralph (2001): *Fern-sehen im Alltag. Zur Sozialpsychologie der Medienrezeption*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Winter, Rainer (2013): „Fernsehserien als Kult. Vom klassischen Medienkult zu den Strategien der globalen Kulturindustrie“, in: Eichner, Susanne et al. (Hrsg.), *Transnationale Serienkultur. Theorie, Ästhetik, Narration und Rezeption neuer Fernsehserien*, Wiesbaden: Springer VS, S. 67-83.
- Winter, Rainer (2010): *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess*, Köln: Herbert von Halem.
- Winter, Rainer (2005): „Cultural Studies“, in: Mikos, Lothar u. Wegener, Claudia (Hrsg.), *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*, Konstanz: UVA/UTB, S. 50-58.
- Winter, Rainer (2003): „Filmanalyse in der Perspektive der Cultural Studies“, in: Ehrenspeck, Yvonne/Schäffer, Burkhard (Hrsg.), *Film- und Fotoanalyse in der Erziehungswissenschaft. Ein Handbuch*, Opladen: Leske u. Budrich, S. 151-164.
- Winter, Rainer u. Mikos, Lothar (Hrsg.) (2001): *Die Fabrikation des Populären. Der John Fiske-Reader*, Bielefeld: transcript.
- Winter, Rainer (1993): „Die Produktivität der Aneignung – zur Soziologie medialer Fankulturen“, in: Holly, Werner u. Püschel, Ulrich (Hrsg.), *Medienrezeption als Aneignung*, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 67-80.

Wolling, Jens (2004): „Qualitätserwartungen, Qualitätswahrnehmungen und die Nutzung von Fernsehserien. Ein Beitrag zur Theorie und Empirie der subjektiven Qualitätsauswahl von Medienangeboten“, in: Publizistik, 2/2014, Jg. 49, S. 171-193.

## Videomaterial

laVita, BR (2013): „A bissel was geht immer noch. 30 Jahre Monaco Franze“, Mitschnitt der Sendung vom 26.08.2013, Info zur Sendung auf: [www.br.de](http://www.br.de). Abgerufen unter URL: <http://www.br.de/br-fernsehen/programmkalender/ausstrahlung-184894.html> [18.10.2016].

Monaco Franze – Der ewige Stenz, 3 DVDs inkl. Exklusiv-Interview mit Helmut Dietl (Best.Nr: 289 293), Copyright: EuroVideo Medien GmbH u. Bayerischer Rundfunk, 2013.

Interview mit Helmut Dietl (2003), in: Monaco Franze – Der ewige Stenz, 3 DVDs inkl. Exklusiv-Interview mit Helmut Dietl (Best.Nr: 289 293), Copyright: EuroVideo Medien GmbH u. Bayerischer Rundfunk, 2013.

YouTube.de: Münchens ewiger Stenz – eine Reise in die 80er, auf [www.youtube.de](http://www.youtube.de), veröffentlicht am 13.03.2015. Abgerufen unter URL: <https://www.youtube.com/watch?v=klsujt7NLEk> [18.10.2016].

YouTube.de: Patros Werbung Helmut Fischer 1995, auf [www.youtube.de](http://www.youtube.de), veröffentlicht am 27.10.2014. Abgerufen unter URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZaW6m3LOz-M> [18.10.2016].

YouTube.de: Toyota Werbung Helmut Fischer 1988, auf [www.youtube.de](http://www.youtube.de), veröffentlicht am 25.05.2015. Abgerufen unter URL: [https://www.youtube.com/watch?v=IWlvxrNj\\_CY](https://www.youtube.com/watch?v=IWlvxrNj_CY) [18.10.2016].

## Onlinequellen

AFP (2013): „BR wiederholt alle Folgen von „Monaco Franze““, auf: [www.berliner-zeitung.de](http://www.berliner-zeitung.de) am 15.07.2013. Abgerufen unter URL: <http://www.berliner-zeitung.de/br-wiederholt-alle-folgen-von-monaco-franze--6434748> [18.10.2016].

Albaum, Lars (2009): „Die Rettung des Fernsehens. Zielloser Stress“, auf: [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de) am 22.07.2009. Abgerufen unter URL: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/die-rettung-des-fernsehens-zielloser-stress-1.158067> [18.10.2016].

Baumstieger, Moritz (2010): „Münchner Originale auf Facebook: Freunde für die Ewigkeit“, auf: [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de) am 29.12.2010. Abgerufen unter URL: <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/landkreismuenchen/muenchner-originale-auf-facebook-freunde-fuer-die-ewigkeit-1.1040900> [18.10.2016].

Brauer, Markus (2016): „Kneipensterben in Deutschland: „Am Stammtisch werden soziale Brücken geschlagen““, auf: [www.stuttgarter-nachrichten.de](http://www.stuttgarter-nachrichten.de) am 15.03.2016. Abgerufen unter URL: <http://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.kneipensterben-in-deutschland-am-stammtisch-werden-soziale-bruecken-geschlagen.094a196d-d63e-45ba-9f8b-3ee03cf1bef3.html> [18.10.2016].

Bruns, Dominik (2016): „Warum „Morgen hör ich auf“ gar nicht das deutsche „Breaking Bad“ sein kann“, auf: [www.bento.de](http://www.bento.de) am 16.01.2016. Abgerufen unter URL: <http://www.bento.de/tv/kritik-ist-zdf-sendung-morgen-hoer-ich-auf-wie-breaking-bad-251014/> [18.10.2016].

- David, Andrea (2015): „Monaco Franze – Der ewige Stenz“, auf: [www.filmtourismus.de](http://www.filmtourismus.de). Abgerufen unter URL: <http://www.filmtourismus.de/monaco-franze-der-ewige-stenz/> [22.10.2016].
- E. S. (2013): „Das liegt dem 8. Stadtbezirk am Herzen. Bürgerversammlung im Westend“, auf: [www.wochenanzeiger-muenchen.de](http://www.wochenanzeiger-muenchen.de) am 25.06.2013. Abgerufen unter URL: <https://www.wochenanzeiger-muenchen.de/mc3bcnchen/das-liegt-dem-8-stadtbezirk-am-herzen,56513.html> [18.10.2016].
- Emmerich, Alexander (2015): „„Alf“ oder „Dallas“ – erinnern Sie sich? Das sind die zehn besten Serien der 80er“, auf: [www.focus.de](http://www.focus.de) am 01.05.2015. Abgerufen unter URL: [http://www.focus.de/kultur/kino\\_tv/serie-tv-programme-der-letzten-jahrzehnte-alf-dallas-traumschiff-erinnern-sie-sich-das-sind-die-zehn-besten-serien-der-achtziger\\_id\\_4644092.html](http://www.focus.de/kultur/kino_tv/serie-tv-programme-der-letzten-jahrzehnte-alf-dallas-traumschiff-erinnern-sie-sich-das-sind-die-zehn-besten-serien-der-achtziger_id_4644092.html) [18.10.2016].
- Freitag, Jan (2016): „„Morgen hör ich auf“. Falsche Fünfziger“, in: Zeit Online vom 01.01.2016. Abgerufen unter URL: <http://www.zeit.de/kultur/film/2015-12/morgen-hoer-ich-auf-pastewka-zdf> [18.10.2016].
- Fried, Nico (1997): „Der Schauspieler Helmut Fischer erlag mit 70 Jahren einem Krebsleiden: „Monaco Franze“ ist tot“, in: Berliner Zeitung vom 16.06.1997. Abgerufen unter URL: <http://www.berliner-zeitung.de/16497542> [18.10.2016].
- Fuchs, Florian (2013): „Distillers Bar in Schwabing: Auf einen Wodka mit dem Stenz“, auf: [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de) am 08.02.2013. Abgerufen unter URL: <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/distillers-bar-in-schwabing-auf-einen-wodka-mit-franz-muenchinger-1.1594109> [18.10.2016].
- Goldberg, Lee (2007): „Why No One is Watching German TV“, in: [www.leegoldberg.com](http://www.leegoldberg.com) vom 30.09.2007. Abgerufen unter URL: <http://www.leegoldberg.com/why-no-one-is-w/> [18.10.2016].
- Grütters, Monika (2015): „Zum Tod von Helmut Dietl“, auf: [www.bundesregierung.de](http://www.bundesregierung.de) am 30.03.2015, Abgerufen unter URL: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2015/03/2015-03-30-kondolenz-dietl.html> [18.10.2016].
- Hacke, Axel (2012): „Das Beste aus aller Welt“, in: Süddeutsche Zeitung Magazin, Heft 25/2012. Abgerufen unter URL: <http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/37709> [19.10.2016].
- Handel, Stephan (2013): „Monaco Franze im BR. A bisserl was geht immer noch“, auf [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de) am 22.07.2013. Abgerufen unter URL: <http://www.sueddeutsche.de/medien/monaco-franze-im-br-a-bisserl-was-geht-immer-noch-1.1727313> [18.10.2016].
- Husmann, Wenke (2013): „Konstantin Wecker: „Ich halte Helmut Dietl für ein Genie““, auf [www.zeit.de](http://www.zeit.de) am 14.12.2013. Abgerufen unter URL: <http://www.zeit.de/kultur/film/2013-12/konstantin-wecker-helmut-dietl> [18.10.2016].
- Kainz, Diana (2014): „Fernsehserien“, in: Historisches Lexikon Bayerns vom 03.02.2014. Abgerufen unter URL: <https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Fernsehserien> [18.10.2016].
- Klode, Ulrike (2016): „Seriendialoge (13): „Kir Royal“? Prickelt immer noch“, Podcast auf: [www.dwdl.de](http://www.dwdl.de) am 27.05.2016. Abgerufen unter URL: [http://www.dwdl.de/seriendialoge/55328/seriendialoge\\_13\\_kir\\_royal\\_prickelt\\_immer\\_noch/](http://www.dwdl.de/seriendialoge/55328/seriendialoge_13_kir_royal_prickelt_immer_noch/) [18.10.2016].

- Krügel, Christian (2016): „Was der Konzertsaal-Streit über München verrät“, auf: [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de) am 04.02.2016. Abgerufen unter URL: <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/klassik-und-macht-was-der-konzertsaal-streit-ueber-muenchen-verraet-1.2847226> [18.10.2016].
- Leder, Dietrich (2015): „Als wäre es ein Weltwunder. Zur deutschen Begeisterung über die gegenwärtige Serienproduktion in den USA“, auf: [www.medienkorrespondenz.de](http://www.medienkorrespondenz.de) am 30.11.2015. Abgerufen unter URL: <http://www.medienkorrespondenz.de/leitartikel/artikel/als-waere-es-ein-weltwunder.html> [18.10.2016].
- Lie/DPA (2015): „Kultserie: „Mad Men“ kommt ins Museum“, auf: [www.stern.de](http://www.stern.de) am 30.03.2015. Abgerufen unter URL: <http://www.stern.de/kultur/tv/mad-men--kultserie-kommt-ins-smithsonian-museum-5930768.html> [18.10.2016].
- Lutz-Temsch, Birgit (2004): „Monaco Franze. Ein Stenz kehrt wieder“, auf: [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de) am 20.08.2004. Abgerufen unter URL: <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/monaco-franze-ein-stenz-kehrt-wieder-1.757112> [18.10.2016].
- Mayer, Christian (2013): „Wer in München unsterblich ist“, auf: [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de) am 27.01.2013. Abgerufen unter URL: <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/mythen-in-film-und-theater-wer-in-muenchen-unsterblich-ist-1.1584071> [18.10.2016].
- Mayr, Gesa (2014): „Kneipensterben in München. Zum Städtele hinaus“, auf: [www.spiegel.de](http://www.spiegel.de) am 08.09.2014. Abgerufen unter URL: <http://www.spiegel.de/panorama/heiliggeiststueberl-in-muenchen-kultkneipe-muss-schliessen-a-990108.html> [18.10.2016].
- Nk (2015): „Aufmarsch der Bagida. Demo in München: Fasching gegen Pegida“, auf: [www.abendzeitung-muenchen.de](http://www.abendzeitung-muenchen.de) am 19.01.2015. Abgerufen unter URL: <http://www.abendzeitung-muenchen.de/inhalt.aufmarsch-der-bagida-demo-in-muenchen-fasching-gegen-pegida.5ebf9e28-8a0f-44c4-97cf-f137f6b86da6.html> [18.10.2016].
- N.N. (3) (2014): „Begriffserklärung: Was ist ein Stenz?“, auf: [www.br.de](http://www.br.de) am 22.07.2014. Abgerufen unter URL: <http://www.br.de/br-fernsehen/sendungen/monaco-franze/monaco-franze-stenz100.html> [18.10.2016].
- N.N. (4) (2014): „Monaco Franze. Was die Serie so erfolgreich macht“, auf: [www.br.de](http://www.br.de) am 22.07.2014. Abgerufen unter URL: <http://www.br.de/br-fernsehen/sendungen/monaco-franze/monaco-franze110.html> [18.10.2016].
- N.N. (5) (2013): „Der Tag und seine Geschichte. Geburtstag Helmut Fischer“, Podcast auf: [www.br.de](http://www.br.de) vom 15.11.2013. Abgerufen unter URL: <http://www.br-online.de/podcast/mp3-download/bayern1/mp3-download-podcast-neun-vor-neun.shtml> [18.10.2016].
- N.N. (6) (2013): „Ein unsterblicher Spärentdecker“, auf: [www.br.de](http://www.br.de) am 20.08.2013. Abgerufen unter URL: <http://www.br.de/br-fernsehen/sendungen/lavita/lavita-monaco-franze-helmut-fischer-158.html> [18.10.2016].
- N.N. (7) (2010): „Flirten wie ein Stenz. Immer cool und lässig“, auf: [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de) am 30.03.2010. Abgerufen unter URL: <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/flirten-wie-ein-stenz-immer-cool-und-laessig-1.2467> [18.10.2016].
- N.N. (8) (2011): „Kopfeck RIP – Interview mit Michl“, auf: [www.muenchen-punk.de](http://www.muenchen-punk.de) am 13.05.2011. Abgerufen unter URL: <https://muenchen-punk.de/news/artikel/190-kopfeck-rip-interview-mit-michl.html> [18.10.2016].

- N.N. (9) (2016): „Filmtipp des Tages: Spatzl, schau wia i schau“, auf: [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de) am 24.07.2016. Abgerufen unter URL: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/filmtipp-des-tages-spatzl-schau-wia-i-schau-1.3092464> [18.10.2016].
- N.N. (10) (2007): „„Monaco Franze“ im Grünen Jäger“, auf: [www.abendblatt.de](http://www.abendblatt.de) am 07.08.2007. Abgerufen unter URL: <http://www.abendblatt.de/kultur-live/kino/article108962776/Monaco-Franze-im-Gruenen-Jaeger.html> [18.10.2016].
- N.N. (11) (2008): „München in Listen“, auf: [www.jetzt.de](http://www.jetzt.de) am 11.02.2008. Abgerufen unter URL: <http://www.jetzt.de/jetztgedruckt/muenchen-in-listen-420398> [18.10.2016].
- N.N. (12) (2014): „Tinder – Nope vs. Liked – Flirten im Web 2.0“, auf: [www.das-muenchner-kindl.de](http://www.das-muenchner-kindl.de) am 05.02.2014. Abgerufen unter URL: <http://das-muenchner-kindl.de/tinder-nope-vs-liked-flirten-im-web-2-0/> [18.10.2016].
- N.N. (13) (2013): „A bisserl was geht immer ... der ewige Stenz wird 30“, auf: [www.hirmer.de](http://www.hirmer.de) am 22.07.2013. Abgerufen unter URL: <http://www.hirmer.de/menstyle-blog/a-bisserl-was-geht-immer-der-ewige-stenz-wird-30/> [18.10.2016].
- N.N. (14) (2016): „Tambosi am Odeonsplatz: eine Münchner Institution vor dem Aus“, auf: [www.br.de](http://www.br.de) am 22.07.2016. Abgerufen unter URL: <http://www.br.de/nachrichten/oberbayern/inhalt/tambosi-muenchen-schliessung-100.html> [18.10.2016].
- N.N. (15) (2013): „Bilanz Bayerisches Fernsehen 2013: Regionalität und Qualität als Erfolgsfaktoren“, auf: [www.br.de](http://www.br.de) am 30.12.2013. Abgerufen unter URL: <http://www.br.de/presse/inhalt/pressemitteilungen/bayerisches-fernsehen-bilanz-102.html> [18.10.2016].
- N.N. (16) (2016): „Schwermut und Leichtigkeit. Dietls Reise“ (Programmkalender), auf: [www.br.de](http://www.br.de). Abgerufen unter URL: <http://www.br.de/br-fernsehen/programmkalender/ausstrahlung-845218.html> [19.10.2016].
- N.N. (18) (2013): „Monaco Franze Platz im Vodka Rausch“, auf: [www.monacofranzeplatz.de](http://www.monacofranzeplatz.de) am 19.02.2013. Abgerufen unter URL: <http://www.monacofranzeplatz.de/monaco-franze-platz-im-vodka-rausch/> [18.10.2016].
- OTS (2015): „ORF-2-Programmänderung in Memoriam Helmut Dietl“, auf: [www.ots.at](http://www.ots.at) am 30.03.2015. Abgerufen unter URL: [http://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20150330\\_OTSO162/orf-2-programmaenderung-in-memoriam-helmut-dietl](http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20150330_OTSO162/orf-2-programmaenderung-in-memoriam-helmut-dietl) [18.10.2016].
- Pilarczyk, Hannah (2015): „Zum Finale von „Mad Men“. Breaking Mad“, in: Spiegel Online vom 17.05.2015. Abgerufen unter URL: <http://www.spiegel.de/kultur/tv/mad-men-finale-us-amerikanische-serien-am-ende-a-1033575.html> [18.10.2016].
- Pilarczyk, Hannah (2013): „Neue Kultserien: „Wir leben mit Soziopathen““, in: Spiegel Online vom 26.06.2013. Abgerufen unter URL: <http://www.spiegel.de/kultur/tv/medienwissenschaftler-rainer-winter-zu-neuen-kultserien-a-907597.html> [18.10.2016].
- Pohlig, Marcel (2016): „Trotz „Club der roten Bänder“ und Co.: Kromschröder: Noch kein goldenes Serienzeitalter“, auf: [www.dwdl.de](http://www.dwdl.de) am 15.10.2016. Abgerufen unter URL: <http://www.dwdl.de/features/druckansicht/index.php?id=58214> [18.10.2016].
- Poschardt, Ulf (2015): „Warum unsere Politiker „House of Cards“ so lieben“, auf: [www.welt.de](http://www.welt.de) am

26.02.2015. Abgerufen unter URL:

<https://www.welt.de/politik/deutschland/article137848007/Warum-unsere-Politiker-House-of-Cards-so-lieben.html> [18.10.2016].

Poschardt, Ulf (2005): „Wie Serien süchtig machen. Schlauser, lustiger, subtiler: Fernsehserien haben das Kino als Leitmedium abgelöst“, auf: [www.welt.de](http://www.welt.de) am 30.01.2005. Abgerufen unter URL: <https://www.welt.de/print-wams/article121425/Wie-Serien-suechtig-machen.html> [18.10.2016].

Pritzl, Tassilo (2013): „Wirtshaussterben geht weiter. Ist das Rauchverbot schuld?“ auf: [www.merkur.de](http://www.merkur.de) am 22.03.2013. Abgerufen unter URL: <http://www.merkur.de/bayern/studie-kneipensterben-bayern-haelt-2813360.html> [18.10.2016].

radioReisen, Bayern 2 (2015): „Im Kino sah das aber anders aus!“ Sendung vom 13.12.2015, Podcast auf: [www.br.de](http://www.br.de). Abgerufen unter URL: <http://www.br.de/radio/bayern2/programmkalender/ausstrahlung-524948.html> [18.10.2016].

Rest, Tanja (2004): „„Monaco Franze“-Witwe. „... und mein Mann schaut von den Litfaßsäulen““, auf: [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de) am 10.03.2004. Abgerufen unter URL: <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/monaco-franze-witwe-und-mein-mann-schaut-von-den-litfassaeulen-1.739093> [18.10.2016].

Rosenberger, Werner (2015): „Helmut Dietl: Seine Figuren sind Bayerns inoffizielles Weltkulturerbe“, auf: [www.kurier.at](http://www.kurier.at) am 30.03.2015. Abgerufen unter URL: <https://kurier.at/kultur/helmut-dietl-seine-figuren-sind-bayerns-inoffizielles-weltkulturerbe/122.324.274> [18.10.2016].

Rüther, Tobias (2015): „Die Soßen- und Straßenphilosophie“, auf: [www.faz.net](http://www.faz.net) am 05.04.2015. Abgerufen unter URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/helmut-dietl-und-das-regionalfernsehen-13519949.html> [18.10.2016].

Sc. (2009): „Helmut Fischer (1926-1997) – Schauspieler und „Ewiger Stenz““, auf: [www.merkur.de](http://www.merkur.de) am 23.06.2009. Abgerufen unter URL: <http://www.merkur.de/lokales/muenchen/helmut-fischer-1926-1997-schauspieler-ewiger-stenz-86041.html> [18.10.2016].

Schödel, Helmut (1983): „Der ewige Stenz. „Monaco Franze“ – die schon legendäre Fernsehserie jetzt auch als Buch“, in: *Die Zeit* vom 09.09.1983. Abgerufen unter URL: <http://www.zeit.de/1983/37/der-ewige-stenz> [18.10.2016].

Schweizerhof, Barbara (2015): „Der Charme des völlig Unzeitgemäßen“, in: *taz. die tageszeitung* vom 01.04.2015, S. 13. Abgerufen unter URL: <http://www.taz.de/!203426/> [18.10.2016].

Steinmetz, Vanessa (2016): „ZDF-Miniserie „Morgen hör ich auf“: Bloß kein Mitleid“, in: *Spiegel Online* vom 02.01.2016. Abgerufen unter URL: <http://www.spiegel.de/kultur/tv/bastian-pastewka-in-morgen-hoer-ich-auf-neue-zdf-miniserie-a-1069936.html> [18.10.2016].

Striegl, Sonja (2013): „Kult in Serie. Der Medienwissenschaftler Rainer Winter über die quasi religiöse Funktion von TV-Serien“, in: *SWR2 Kulturgespräch* vom 12.07.2013. Abgerufen unter URL: <http://www.swr.de/swr2/kultur-info/religioese-funktion-von-tv-serien/-/id=9597116/did=11737642/nid=9597116/5z3w5w/index.html> [18.10.2016].

- Taylor, Lydia Maria (2012): „Der Kultbegriff: Ein anthropologischer und soziohistorischer Definitionsversuch“, in: Schau ins Blau. Zeitschrift für Literatur, Kunst und Wissenschaft, Ausgabe 4 vom 16.03.2012. Abgerufen unter URL: <http://www.schauinsblau.de/4-kult-und-mythos/wissenschaftliches/forschung/der-kultbegriff-ein-anthropologischer-und-soziohistorischer-definitionversuch/> [18.10.2016].
- Trauner, Martin (2016): „Erstausstrahlung der Monaco Franze Folge „Macht’s nur so weiter!““, auf: [www.br.de](http://www.br.de) am 27.04.2016. Abgerufen unter URL: <http://www.br.de/radio/bayern2/service/manuskripte/manuskripte-kalenderblatt-1614.html> [18.10.2016].
- Unterstöger, Hermann (2004): „Bayerische Wirtshaus-Kultur. Das Leben ist wie eine Lawine“, auf: [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de) am 04.04.2004. Abgerufen unter URL: <http://www.sueddeutsche.de/panorama/bayerische-wirtshaus-kultur-das-leben-ist-wie-eine-lawine-1.684024> [18.10.2016].
- Wenzel, Christoph (2011): „Das Comeback des Monaco Franze“, auf: [www.welt.de](http://www.welt.de) am 15.11.2011. Abgerufen unter URL: <https://www.welt.de/print-wams/article140812/Das-Comeback-des-Monaco-Franze.html> [18.10.2016].
- Wessel, Claudia (2007): „„Spatzl schau, wie i schau“. Helmut Fischer zum 10. Todestag“, in: Süddeutsche Zeitung vom 15.06.2007. Abgerufen unter URL: <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/helmut-fischer-zum-todestag-spatzl-schau-wie-i-schau-1.756731> [18.10.2016].
- Wick, Klaudia (2012): „Servus „Monaco Franze““, auf: [www.fr-online.de](http://www.fr-online.de) am 23.10.2012. Abgerufen unter URL: <http://www.fr-online.de/-der-snob-und-der-cop---sat-1-servus--monaco-franze-,1473344,20685256.html> [19.10.2016].
- Wirnshofer, Josef (2013): „Breaking Brezn“, auf: [www.jetzt.de](http://www.jetzt.de) am 27.03.2013. Abgerufen unter URL: <http://www.jetzt.de/jetzt-muenchen/breaking-brezn-568788> [18.10.2016].
- Zilm, Kerstin (2016): „Content Bubble. Werden zu viele Serien produziert?“, in: Deutschlandradio Kultur – Zeitfragen vom 09.02.2016. Abgerufen unter URL: [http://www.deutschlandradiokultur.de/content-bubble-werden-zu-viele-serien-produziert.976.de.html?dram:article\\_id=345113](http://www.deutschlandradiokultur.de/content-bubble-werden-zu-viele-serien-produziert.976.de.html?dram:article_id=345113) [18.10.2016].
- Zirnstein, Michael (2008): „Clubs in München – Viel Lärm im Nichts: 089 Bar“, auf: [www.seuddeutsche.de](http://www.seuddeutsche.de) am 31.01.2008. Abgerufen unter URL: <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/clubs-in-muenchen-viel-laerm-im-nichts-1.594683-4> [18.10.2016].

## **Anhang**

### **Episodenüberblick**

Die folgende Inhaltszusammenfassung soll einen Eindruck über die Grundthematik der Serie vermitteln sowie über die Plots der einzelnen Episoden informieren. Zwei der insgesamt zehn Episoden wurden von dem mit Helmut Dietl und Helmut Fischer befreundeten Regisseur Franz Geiger geschrieben und unter seiner Regie gedreht. Sie fallen deshalb durch einen eigenen Charakter auf, der sich sowohl im Stil als auch im Plot bemerkbar macht, gehören aber dennoch zum Gesamtkonstrukt der Serie und werden deshalb in dieser Arbeit gleichwertig wie die anderen Folgen behandelt und mit einbezogen.

#### **Episode 1: „A bisschen was geht immer“**

Franz Münchinger, in seiner Heimatstadt München bekannt als Monaco Franze, liebt das Abenteuer. Da ihm sein Beruf als Kriminalkommissar „wahnsinnig fad“ ist, nutzt er seine kombinatorischen Fähigkeiten lieber, um den Wohnort und das Lieblingslokal seiner letzten weiblichen Bekanntschaft zu ermitteln. Nach Feierabend zieht er deshalb mit seinem Kollegen und Freund Manni Kopfeck durch die Münchner Diskos und schwindelt dafür sogar seine Frau Annette an, die es im Gegensatz zu ihm „mit den schönen Dingen“ hat und ihn eigentlich in der Oper erwartet hatte. Sie lässt aber nicht locker und schafft es schließlich, auch mit Hilfe der resoluten Haushälterin Irmgard, ihren Franz zu Wagners „Walküre“ zu zwingen. Monaco nutzt diese Gelegenheit, um Annettes arroganten Freunden endlich zu beweisen, dass er nicht „der Depp“ ist. Er trägt die Opernkritik eines namhaften Kritikers als seine eigene vor und kann den Opernabend damit am Ende sogar triumphierend verlassen.

#### **Episode 2: „Die italienische Angelegenheit“**

Monaco nutzt seinen Auftrag, die italienische Mafia in München aufzufindig zu machen, um die Abende und Nächte mit seinen weiblichen Bekanntschaften in sämtlichen italienischen Lokalen in München zu verbringen. Annette von Soettingen macht sich Sorgen um ihren Mann, der jeden Morgen erschöpft von seinen anstrengenden „Nachtschichten“ nach Hause kommt. Sie spielt Schicksal und beauftragt einen befreundeten Arzt, den nächsten Gesundheitscheck von Monaco etwas „genauer“ durchzuführen. Die beunruhigenden Ergebnisse führen schließlich zu seiner frühzeitigen Entlassung aus dem Amt als Kommissar – was er letztendlich gar nicht so schlimm findet.

#### **Episode 3: „Kalt erwischt“**

Franz Münchinger genießt sein Leben als Frührentner in vollen Zügen. Statt mehr Zeit mit seiner Frau zu verbringen und „häuslicher“ zu werden, wie sie es sich erhofft hatte, ärgert er lieber den Beamten bei der Rentenbehörde und geht in den Waschsalon – aber nicht nur, um seine Wäsche zu waschen, sondern vor

allem, um dort mit den Damen zu flirten. Er ahnt nicht, dass der Tierparktoni inzwischen aus dem Gefängnis entlassen wurde – ein Münchner Ganove, den er damals hinter Gitter gebracht hatte. Dieser plant jetzt seine Rache an Monaco und beauftragt dazu eine Bekannte, die vor Annette die verstoßene Geliebte mimen soll. Monaco kann seine Frau zwar wieder besänftigen, muss aber künftig den Waschsalon für eine „anständige Arbeit“ aufgeben: er macht sich als Privatdetektiv selbstständig.

#### **Episode 4: „Der Friedensengel“ (Autor und Regisseur dieser Episode ist Franz Geiger)**

Monaco bekommt unerwarteten Besuch von der Schweizerin Carola, der er vor fünf Jahren den Friedensengel in München gezeigt hatte. Er kann sich zunächst nicht an sie erinnern und offensichtlich auch nicht mehr daran, dass sie sich damals geschworen hatten, ein gemeinsames Leben zu führen, sobald auch nur einer von beiden „frei“ ist. Carola hat es nach fünf Jahren endlich geschafft, sich von ihrem Ehemann Hubert zu befreien – jetzt muss sie diesen nur noch davon überzeugen, dass Franz Münchinger ein angemessener Nachfolger ist. Bei einem persönlichen Treffen soll sich Hubert selbst einen Eindruck machen. Monaco fühlt sich in dieser Situation gar nicht wohl und ist außerdem nicht daran interessiert, sein „Spatz!“ für Carola aufzugeben. Carola und Hubert verfolgen ihn bis in den Antiquitätenladen Soettingen, sodass auch Annette von dem Seitensprung erfährt und Monaco erst einmal vor die Tür setzt. Sehr konsequent ist sie allerdings nicht und so ist Monaco, der sich ein Bein bricht, als er bei ihrem Anruf zum Telefon eilt, bald wieder als Pflegefall zu Hause.

#### **Episode 5: „Der Herr der sieben Meere“**

Als Privatdetektiv hat Monaco im Fasching viel zu tun. Immer wieder werden Partner und Familienangehörige als vermisst gemeldet. Für Monaco zumindest eine gute Ausrede, um sich nächtelang auf diversen Münchner Faschingsbällen amüsieren zu können. Als er jedoch mit Annette auf den jährlichen Hausball von Herrn Dr. Braun gehen soll, erwischt ihn zu seinem Glück die Faschingsgrippe. Diese hält ihn aber nicht davon ab, am gleichen Abend – er als „Herr der sieben Meere“, sein Freund Manni als Leichtmatrose verkleidet, wie jedes Jahr – auf den Ball im Donnersberger Hof zu gehen. Nachdem die Veranstaltung zu ihrem großen Bedauern nicht stattfindet, Monaco aber seine Schlüssel in der Wohnung vergessen hat, suchen sie auf einer anderen Faschingsfeier nach einem Bekannten, der in Besitz eines Dietrichs ist. Dabei läuft Monaco zufällig die Lilli über den Weg, die ihn schon seit Jahren immer wieder abblitzen lässt – nur an diesem Abend nicht. Die Freude hält bei Monaco aber nicht lange an: Lilli ist inzwischen alleinerziehende Mutter und wird von ihrem schreienden Baby erwartet. Auf dem Heimweg sucht Monaco verzweifelt nach einer Erklärung für Annette – dabei müsste er gar kein schlechtes Gewissen haben, denn auch diese ist mittlerweile spurlos im Faschingstreiben verschwunden.

### **Episode 6: „Mehr seelisch, versteh'n's?“ (Autor und Regisseur dieser Episode ist Franz Geiger)**

Annette hat ihren Mann wegen seinen Frauengeschichten vor die Tür gesetzt und genießt ihren neuen Lebensabschnitt als Single. Monaco haust in seinem Detektivbüro und ist nach all den Strapazen dringend urlaubsreif. Er überredet Manni zu ein paar „stillen Tagen“ im Kloster, um seelisch wieder zu sich zu finden. Währenddessen treibt der Tierparktoni erneut sein Unwesen und verkauft Annette vermeintlich originale Heiligenfiguren für ihren Antiquitätenladen. Bald wird die Kriminalpolizei auf den Betrug aufmerksam und Monaco bricht seinen Aufenthalt im Kloster ab, um seinem Spatzl zu Hilfe zu eilen. Es kommt zur Klärung des Falls und zur Versöhnung des Paares.

### **Episode 7: „Ein ernsthafter älterer Herr“**

Monaco hat seine Detektei wieder aufgegeben und befindet sich mitten in seiner Midlife-Crisis. Auf der Suche nach der ewigen Jugend verliebt er sich im Friseursalon in die (angeblich) 19-jährige Jacqueline. Diese stellt jedoch bald fest, dass Monaco ihr finanziell nicht so viel bieten kann, wie er ihr versprochen hatte und so endet die Beziehung bald wieder. Um ihr und sich selbst seine Stärke zu beweisen, tritt Monaco nach ein paar Trainingseinheiten gegen den berühmten Boxer „King Ludwig“ an. Der Kampf endet damit, dass Monaco bewusstlos zu Boden geht. Als er nach einem dreitägigen Koma im Krankenhaus aufwacht, kann er sich an nichts mehr erinnern.

### **Episode 8: „Macht's nur so weiter!“**

Die finanzielle Lage im Hause von Soettingen sieht nicht gut aus. Die Lebensmittel werden immer teurer und der Antiquitätenladen macht immer weniger Umsatz. Annette befürchtet eine große Krise. Monaco sieht das eher gelassen. Er studiert inzwischen für sein Englischdiplom, um beruflich bessere Perspektiven zu haben, interessiert sich aber hauptsächlich für seine jungen Kommilitoninnen. Während Annette das Gehalt ihrer Angestellten Olga kürzt und in der Mittagspause nur noch eine sparsame Brotzeit spendiert, veranstaltet Monaco mit seinen Mitstudentinnen ein Luxus-Picknick im Englischen Garten. Als ihm klar wird, wie viel Hoffnung Annette auf sein Diplom setzt, bekommt er Panik – denn im Grunde spricht er kein Wort Englisch. Als er seine Dozentin mit einem angeblichen Liebesgeständnis um den Finger wickeln möchte, stellt sich heraus, dass diese nur mit finanziellen Mitteln bestechlich ist und so „kauft“ er sich kurzerhand sein Englischdiplom.

### **Episode 9: „Wo ist das Leben noch lebenswert?“**

Für Annette wird die Krise immer bedrohlicher. Auch um die politische Situation und einen möglichen Atomkrieg macht sie sich Sorgen. Nach einem Informationsabend des „Vereins zur Pflege der Ideale des Abendlandes“ beschließt sie, auf die Bermudas ins Steuerparadies auszuwandern. Monaco hält davon gar nichts, sieht aber bald ein, dass er sich zwischen seinen beiden großen Lieben, seinem Spatzl und der Stadt

München bzw. den dort lebenden „wunderbaren Frauen“ entscheiden muss. Er bereitet alles für seine Auswanderung vor, verabschiedet sich sogar noch von 105 seiner wichtigsten Frauen, darunter auch Elli, beschließt dann aber in letzter Minute, doch alleine in München zurückzubleiben.

### **Episode 10: „Abgestürzt“**

Monaco ist bei seinem Freund Manni untergekommen. Dieser ist sehr besorgt um Monaco, der sich über den Verlust seines Spatzls mit Alkohol und anderen Frauen hinwegtröstet. Bei dem Versuch, für Manni zu kochen, löst Monaco schließlich einen Brand aus und zerstört dadurch die komplette Wohnung. Als er die Schuld von sich weist, rastet Manni aus und schmeißt ihn raus. Kurze Zeit später alarmiert er Annette, die sofort heimkehrt, um ihren Mann zu suchen. Gemeinsam mit Olga fragt sie in sämtlichen Münchner Lokalitäten nach Monaco und erfährt dabei nach und nach, wie schlecht es tatsächlich, finanziell und gesundheitlich, um ihren Mann steht. Schließlich findet sie ihn ausgerechnet an ihrem 20. Hochzeitstag zwischen abgerissenen Gestalten in einem düsteren Lokal. Er fällt ihr erleichtert in die Arme. Die letzte Episode endet mit dem Satz von Monaco: „Jetzt wird wahrscheinlich alles ganz wunderbar ...“

## Abbildungen

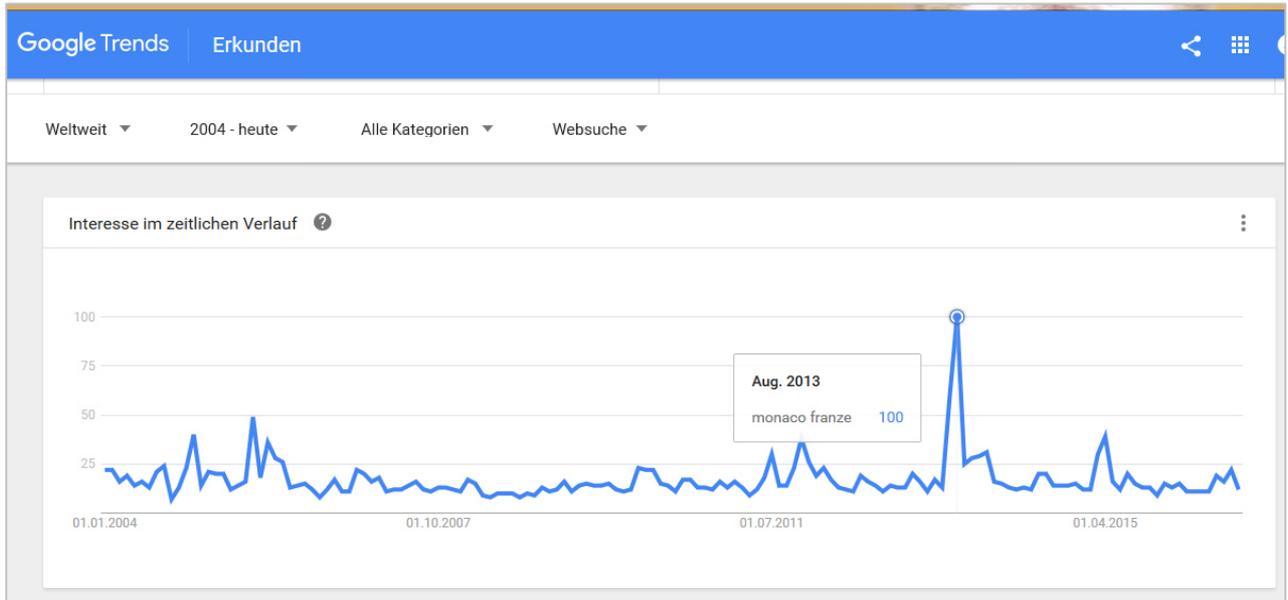


Abbildung 13: Google Trends, Abgerufen unter URL: <https://www.google.de/trends/explore?date=all&q=monaco%20franze> [24.10.2016]



Abbildung 14: Instagram, Screenshots vom 22./24.10.2016



Abbildung 15: Facebook, Screenshots vom 04.10.2016

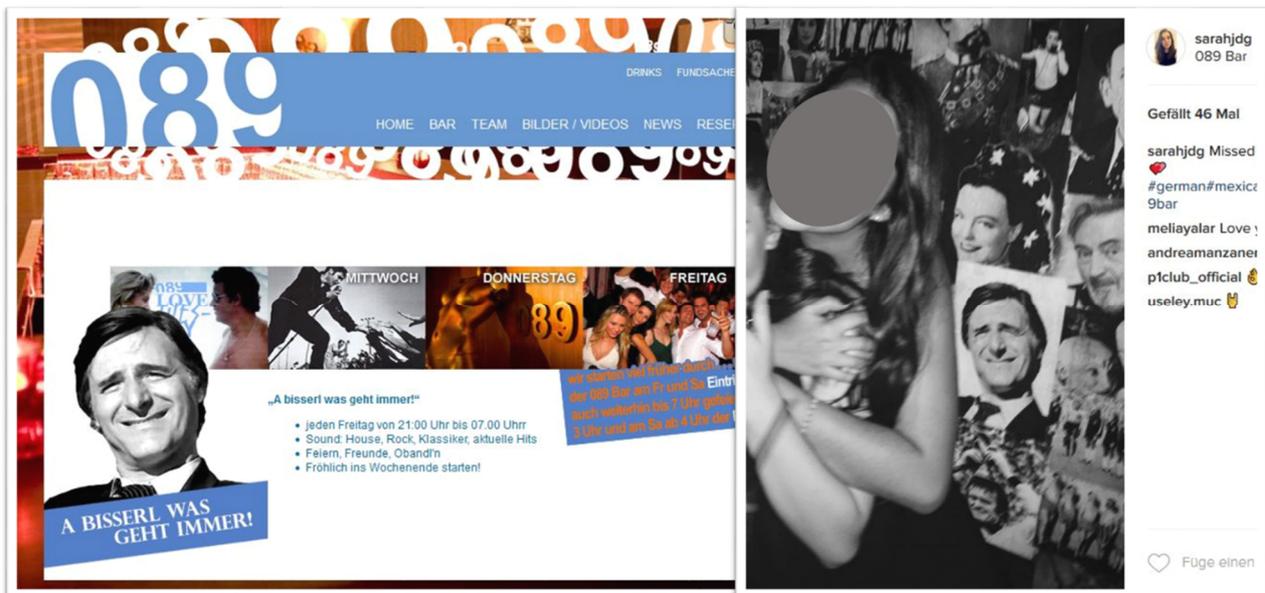


Abbildung 16: www.089-bar.de/freitag.html und Instagram, Screenshots vom 04.10.2016

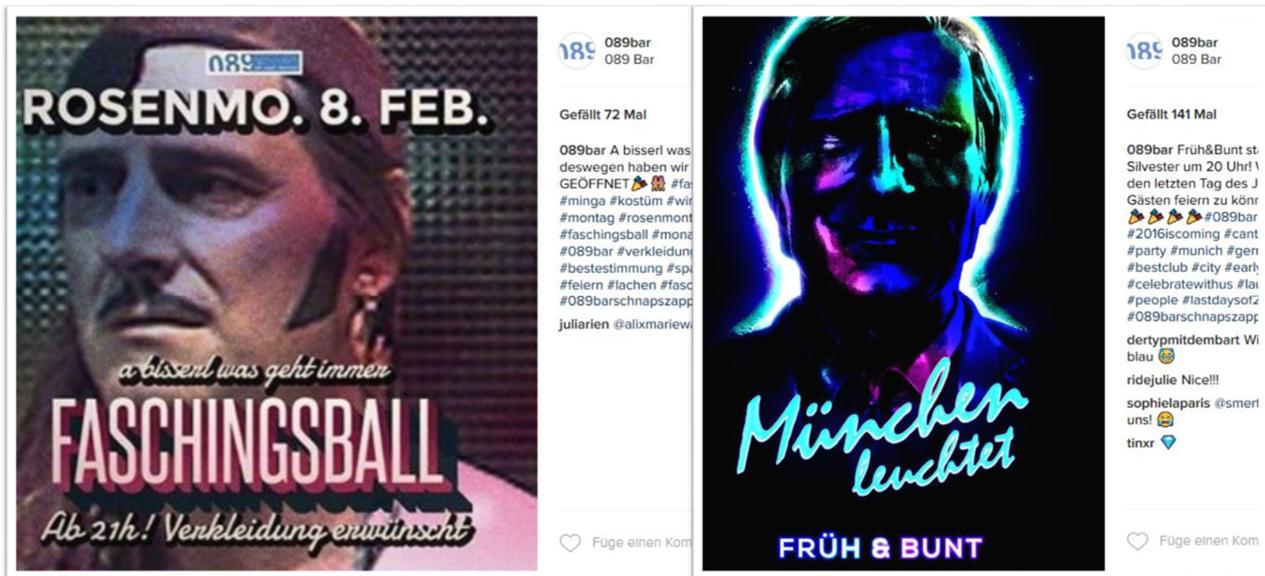


Abbildung 17: Instagram, Screenshots vom 04.10.2016



Abbildung 18: Facebook, Screenshot vom 04.10.2016



Abbildung 19: Facebook, Screenshot vom 24.10.2016



Abbildung 20: Privatfoto, 14.08.2016



Abbildung 21: Instagram, Screenshots vom 24.10.2016



Abbildung 22: Facebook, Screenshot vom 03.10.2016



Abbildung 23: Facebook, Screenshot vom 25.10.2016



Abbildung 24: Facebook, Screenshot vom 03.10.2016



Abbildung 25: Facebook, Screenshot vom 03.10.2016



Abbildung 26: Instagram, Screenshots vom 24.10.2016



Abbildung 27: Instagram, Screenshots vom 24.10.2016



Abbildung 28: Instagram, Screenshots vom 04.10.2016

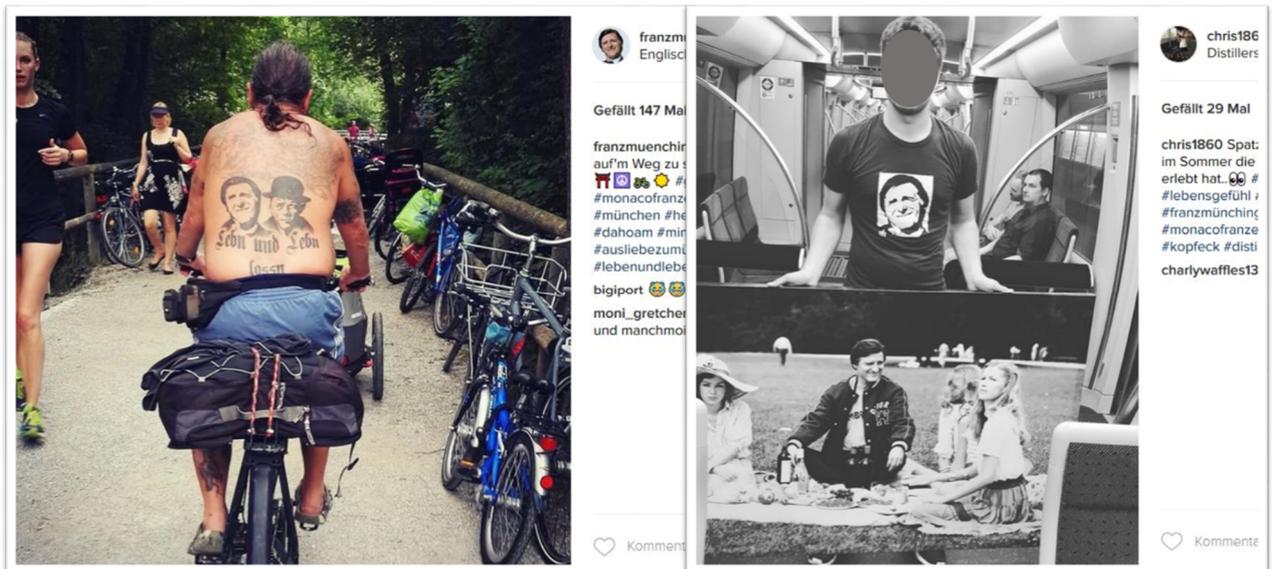


Abbildung 29: Instagram, Screenshot vom 24.10.2016



kruhochzwei

Folgen

Gefällt 51 Mal

17Wo.

kruhochzwei A bissal was geht immer  
 #kruhochzwei #monacodibaviera  
 #monacofranze #kartenspiel #surfboard  
 #isarsurfing #riversurfing #trinkspiel  
 #abissalwasgehtimma #sommer #sonne  
 #sonnenschein #diequalderwahl  
 #supportyourlocals #buylocal  
 #supportthelocals #startup  
 #playingcards #eisbach #eisbachwelle  
 #tgif #weekend #munich #freitag  
 #wochenende #münchen #sprayart  
 #isar

skmst 🙌 yeah 🙌

📄 Kommentar hinzufügen ...

Abbildung 30: Instagram, Screenshot vom 24.10.2016



maxvorstadt  
Königinstraße

Folgen

franzmuenchinger, carinaboen und kei778 gefällt das

140Wo.

maxvorstadt "Der Tierpark-Toni ist es nicht, es ist ein Ring, ein internationaler Haustierschieberring."  
 #münchen #monacofranze #stenz

kei778 Hallo maxvorstadt. Wo ist denn dieses Bild aufgenommen?

maxvorstadt In der Kaulbachstraße, relativ Nahe an der Schönfeldstraße, @kei778.

kei778 Super. Vielen Dank

📄 Kommentar hinzufügen ...

Abbildung 31: Instagram, Screenshot vom 25.10.2016



Abbildung 32: Instagram, Screenshots vom 22.10.2016



Abbildung 33: Facebook, Screenshot vom 11.10.2016



Abbildung 34: Facebook, Screenshot vom 11.10.2016



Abbildung 35: Instagram, Screenshots vom 04.10.2016