

# **FRIENDS- Untersuchung zu einer populären Sitcom und ihre medienübergreifenden Vermarktung**

## **Diplomarbeit**

im Fach Medienwissenschaften

Studiengang Wissenschaftliches Bibliothekswesen

der

Fachhochschule Stuttgart –

Hochschule der Medien

**Melanie Mack**

Erstprüfer: Prof. Dr. Heidtmann

Zweitprüfer: Prof. Dr. Nagl

Bearbeitungszeitraum: 15. Juli 2002 bis 15. Oktober 2002

Stuttgart, Oktober 2002

## Kurzfassung

Der Inhalt dieser Diplomarbeit untersucht unter vier Gesichtspunkten die amerikanische Sitcom *FRIENDS*. Zunächst soll ein Einblick in das Genre Situationskomödie gegeben werden. Anhand von *FRIENDS* soll anschließend das Konzept von Sitcoms erarbeitet werden. Das Angebot der serienbegleitenden Produkte im Medienverbund und die sich daraus ergebenden Möglichkeiten für die Fans wird unter nächstem Punkt abgehandelt. Abschließend wird auf das Rezeptionsverhalten der Fans und ihr Fan-Sein eingegangen.

**Schlagwörter:** Situationskomödie, Sitcom, Komik, Friends, Fan, Begleitprodukt, Medienrezeption

## Abstract

This thesis discusses the American sitcom *FRIENDS* from four different points of view. At first it shows the insight of the genre situation comedy. For the next the concept of situation comedies is going to be worked out on the basis of *FRIENDS*. The next point deals with the offer of the site products. And the subsequent possibilities for the fans. Finally it deals with the behavior of reception concerning the fans and their fandom.

**Keywords:** situation comedy, sitcom, friends, humour, site products, reception of media

# Inhaltsverzeichnis

<b>Kurzfassung</b> .....	<b>2</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>2</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>3</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>5</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>5</b>
<b>Einleitung</b> .....	<b>6</b>
<b>1 Was ist eine Sitcom</b> .....	<b>9</b>
1.1 Definition .....	9
1.2 Struktur.....	10
<b>2 FRIENDS</b> .....	<b>12</b>
2.1 Produktion .....	12
2.2 Charaktere der Serie .....	13
2.2.1 Monica Geller .....	14
2.2.2 Rachel Green .....	15
2.2.3 Phoebe Buffay.....	16
2.2.4 Ross Geller .....	17
2.2.5 Chandler Bing.....	18
2.2.6 Joey Tribbiani.....	19
2.3 Inhalt und Konzeption.....	20
2.4 Schauplätze, Set .....	24
2.4.1 Monicas Appartement.....	24
2.4.2 Joeys Appartement .....	25
2.4.3 Das Central Perk .....	26
2.5 Titelsong.....	27
2.6 Komik - warum ist <i>FRIENDS</i> komisch?.....	28
2.7 Filmographische Daten.....	31
<b>3 FRIENDS im Medienverbund</b> .....	<b>33</b>
3.1 Funktion des Medienverbundes.....	33
3.2 Die <i>FRIENDS</i> - Lizenz.....	35
3.3 <i>FRIENDS</i> im Buch.....	37
3.4 <i>FRIENDS</i> auf VHS und DVD .....	38
3.5 Die Musik- CDs .....	39
3.6 Die offizielle <i>FRIENDS</i> - Page .....	40
<b>4 Medienrezeption und Fanverhalten</b> .....	<b>42</b>

---

4.1	Fan-Site „always-friends.de“ .....	45
<b>5</b>	<b>Resümee .....</b>	<b>48</b>
	<b>Anhang A: Die Umfrage .....</b>	<b>50</b>
A.1	Fragebogen- Vorlage .....	50
A.2	Auswertung .....	52
A.3	Antworten.....	62
	<b>Anhang B: Phobes Songs.....</b>	<b>71</b>
	<b>Anhang C: Amazon- Kundenrezensionen .....</b>	<b>72</b>
	<b>Anhang D: Pro7 Pressemappe .....</b>	<b>75</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>78</b>
	<b>Erklärung .....</b>	<b>82</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Monica .....	14
Abbildung 2: Rachel .....	15
Abbildung 3: Phoebe .....	16
Abbildung 4: Ross .....	17
Abbildung 5: Chandler .....	18
Abbildung 6: Joey .....	19
Abbildung 7: Monicas Küche .....	25
Abbildung 8: Joeys Appartement .....	26
Abbildung 9: Das „Central Perk“ .....	27
Abbildung 10: <i>FRIENDS</i> - Cover .....	37
Abbildung 11: <i>FRIENDS</i> - Container .....	40

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Credits .....	31
--------------------------	----

## Einleitung

Der Ursprung des Genre „Situation Comedy“ geht bis ins Jahre 1922 zurück. BBC unterhielt erstmals ein überregionales Radioprogramm. Großbritannien wurde zum allgemeinen Vorreiter auf dem europäischen Markt. In Großbritannien setzte auf Bildungs- und Informationsunterhaltung und Amerika wurde die Publikumsbindung von der kommerziellen Seite angegangen. Die amerikanischen Radiosender wollten durch Unterhaltungssendungen eine breite Masse für sich gewinnen und damit ihren Sponsoren das Publikum als Werbekonsumenten verkaufen. Die Sender orientierten sich am Vaudeville- Theater und den Varietéshows und wollten ihren Zuhören eine witzige Unterhaltungsserie im Radio bieten. Die „Stand- up Comedians“ wurden von den Shows abgeworben, um als Komiker für das Radiopublikum zu agieren. Um ihnen die Arbeit zu erleichtern und das Vorgetragene akustisch zu untermalen, wurden Zuschauer in Studio eingeladen. Die Radiositcom war geboren. Das Format dieser neuen Unterhaltungsform wurde an die Bedürfnisse der Zuhörer angepaßt. Durch die Konzeption von Figuren konnten sich das Publikum ein Bild von den Charakteren und ihren Handlungen machen. Die Komik entstand nun aus der Situation und nicht mehr durch erzählt Witze. Viele der Radiositcoms wurden vom Fernsehen übernommen und adaptiert, so wurde aus „The Jell- o Program“ die „Jack Benny Show“. Ende der 30er Jahre änderte BBC seine Philosophie und entwickelte, durch den Trend bedingt, eigene Sitcoms fürs Radio. In den 60er Jahren erfolgte für eine kurze Zeit eine umgekehrte Adaption, vom Fernsehen ins Radio.<sup>1</sup>

Als die „Mutter“ aller Sitcoms“ wird die amerikanische Serie „I love Lucy“ aus den 50er Jahren bezeichnet.<sup>2</sup> Sie handelt von einer Frau, Lucy, und ihrem Gatten, der sich stets gegen ihr Emanzipationsversuche wehrt.<sup>3</sup> Neben den „Domcoms“<sup>4</sup> entstanden im Laufe der Zeit immer mehr Situationskomödien, bei deren Inhalt andere Basisthemen dominierten.

In Deutschland halten die überwiegend amerikanischen Sitcom- Importe noch nicht all zu lange Einzug. Erst seit den 90er Jahren boomt das Geschäft mit dem etwas anderen Unterhaltungsformat.<sup>5</sup> Die ersten Erfolge beim deutschen Publikum erzielten „The

---

<sup>1</sup> Vgl. Daniela Holzer: Die deutsche Sitcom. Bergisch Gladbach, 1999. S.40- 43

<sup>2</sup> Vgl. Mach mir mal 'ne Rita. In Spiegel 4/2000. S.106

<sup>3</sup> Vgl. Jürgen Wolff: Sitcom: ein Handbuch für Autoren ; Tricks, Tips und Techniken des Comedy-Genres. Köln, 1997. S.16

<sup>4</sup> Holzer, S.30

<sup>5</sup> Vgl. Schumacher, Gerlinde/ Hammer, Daniela: Humorsendungen im Fernsehen: Angebot, Nutzung, Anforderungen. In: Mediaperspektiven 12/ 2000 S. 562

Bill Cosby Show“ und „Alf“.<sup>6</sup> Bei den Kindern im Alter von 6- 9 Jahren erreichte Bill Cosby mit seiner Familienbande im Sommer 1993 die höchsten Einschaltquoten.<sup>7</sup> „Alf“ verließ 1991 seinen Sendeplatz und „die Simpsons“ waren an seiner Stelle zu sehen. Josef Göhlen hatte sich für das ZDF mit den „Simpsons“ einen noch größeren Erfolg als mit „Alf“ versprochen. Die Zuschauer erfüllten diese Erwartungshaltung damals jedoch nicht.<sup>8</sup> Heute liegen die Einschaltquoten für die „Simpsons“ weit über denen von „Alf“.<sup>9</sup> Das breite Angebot an „Situation Comedys“ versucht mit der Hilfe von aktuellen Themen den Bedürfnisse der unterschiedlichsten Zielgruppen zu entsprechen. Die Produzenten und Autoren von Sitcoms müssen sich an den aktuellen Trends orientieren, da die Themen nicht auf Dauer von allgemeinem Interesse sind. Nach J. Wolff sollten die Autoren die „Baby- Boom- Generation“ genauer beobachten, da in ihren Bedürfnissen ein nahezu sicherer Indikator für kommende Trends liegen soll. Anfang der 90er Jahre ist ein neuer Sitcom- Trend entstanden: Singles. Gleich in drei neuen Sitcoms, „Seinfeld“, „Ellen“ und *FRIENDS* sind Singles und ihr Leben bis heute ein riesiger Erfolg.<sup>10</sup>

Viele deutsche kommerzielle Sender bauen ihr Comedy- Angebot durch Sitcom- Importe immer weiter aus. Pro7 hat sein Angebot im Jahr 2000 um 30 Minuten verlängert, mit dem Ziel den Audience Flow zu verbessern und die Publikumsbindung erhöhen.<sup>11</sup> Serien wie *FRIENDS* und „Sabrina“ sind die wichtigsten Bestandteile bei des Programmangebotes Pro7. Ungefähr 22 Prozent der werberelevanten Zielgruppe (14 bis 49-Jährigen) hält Pro7 für den Sender mit den wohl besten Vorabendserien hält.<sup>12</sup> Zum ersten Mal waren die *FRIENDS* im August 1996 auf SAT.1 zu sehen. Gegen alle Erwartungen kam es zu keinem Erfolg. Auf Pro7 wird diese Serie seit Januar 2000 ausgestrahlt. Zusammen mit der RTL- Sitcom „Die Nanny“ bewegen sich die *FRIENDS* im Mittelfeld des Gefallens der Zuschauer.<sup>13</sup> Die *FRIENDS* sind an sechs Tagen jeder Woche in der deutschen TV- Landschaft vertreten. Ihre häufige Präsenz ermöglicht ihnen einen hohen Bekanntheitsgrad. In der Gruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind Serienformate, wie die *FRIENDS* sehr beliebt.

---

<sup>6</sup> Vgl. Holzer, S.91

<sup>7</sup> Heidtmann, Horst: Neue Formen seriellen Erzählens für junge Zuschauer: Gute Zeiten für schlechte Seifenopern. In Beiträge Jugendliteratur und Medien 1/1995. S.43

<sup>8</sup> Vgl. Holzer S.91

<sup>9</sup> Vgl. Schumacher/ Hammer, S.570

<sup>10</sup> Vgl. Wolff, S.17- 19

<sup>11</sup> Vgl. Schumacher/ Hammer, S. 562- 564

<sup>12</sup> TV- Images 2002: Wie Sender ihre Sender sehen. – Unterföhring, 2002. S.16

<sup>13</sup> Vgl. Schumacher/ Hammer, S. 572

In der vorliegenden Arbeit wird die Sitcom *FRIENDS* auf vier Gesichtspunkte untersucht. Dabei werden gelegentlich Parallelen zu ähnlichen Serienformaten gezogen. Die Informationsgrundlage für die den Inhalt betreffende Aspekte basieren auf der ersten und zweiten Staffel *FRIENDS*. In die Diskussionen der vier Gesichtspunkte fließen die Ergebnisse einer Umfrage ein, die eine vorsichtige Einschätzung in die Bedeutung der Serie für Jugendliche und junge Erwachsene gibt. Die Fans beziehen bei der Beantwortung des Fragebogens auf alle Staffeln, die sie bisher gesehen haben. Die Auswertung der Umfrage ist dem Anhang zu entnehmen.

Der erste Gesichtspunkt soll einen allgemeinen Einblick in das Genre Sitcom geben. Auf die Definition folgt eine Beschreibung der dramatischen und technischen Struktur, die das Gerüst für eine Episode liefert.

Im zweiten Gesichtspunkt liegt der Schwerpunkt auf der Konzeption der Sitcom *FRIENDS*. Das Konzept, welches hinter der Sitcom *FRIENDS* steht, soll ermittelt werden. Dieser Punkt beinhaltet die Beschreibung der Charakteren, die entscheidend für die Beliebtheit der Serie sind. Der Inhalt wird auf Themenschwerpunkte und die Darstellung der Inhalte hin untersucht. Da der Gegenstand dieser Arbeit eine Situationskomödie ist, soll am Ende dieses Punktes ein Versuch gewagt werden, die Komik in Sitcoms zu erklären.

Der dritte Gesichtspunkt befaßt sich mit den *FRIENDS* und ihrer Präsenz im kommerziellen Medienverbund. Nach Behandlung des Lizenzmarktes wird zu den die Serien begleitenden Produkten, die auf dem deutschen Markt erhältlich sind, übergeleitet. Abschließend wird ein Blick auf die offizielle *FRIENDS*- Site geworfen.

Der vierte und letzte Gesichtspunkt thematisiert das Verhalten der Rezipienten gegenüber *FRIENDS*. Im Leben der Jugendlichen ist die Beziehung zwischen Mensch und Medien von großer Bedeutung. In welchem Bezug die Fans zu dieser Serie mit ihren Charakteren und Stars stehen und wieviel Bedeutung für ihr eigenes Leben sie den *FRIENDS* zukommen lassen, möchte ich hier analysieren.

Ziel dieser Arbeit ist es, Erklärungen für die Popularität der Sitcom *FRIENDS* aufzuzeigen und die Vermarktung außerhalb des Mediums Fernsehen darzustellen.



# 1 Was ist eine Sitcom

## 1.1 Definition

Die Sitcom ist das Genre des Fernsehens und findet in kurzen Sätzen ihre Definition:

1. *„Sitcom... von Situationskomik bestimmter Programmtyp zunächst im Radio, dann im Fernsehen, mit einzelnen abgeschlossenen (wöchentlich gesendeten) Episoden und gleich bleibender Rollenbesetzung, meist einer Familie“<sup>14</sup>*
2. *„Situationskomödie, die: Komödie deren komische Wirkung bes. durch Verwechslungen, Verkettung überraschender Umstände, Intrigen o. Ä. entsteht“<sup>15</sup>*
3. *„Der Begriff Sitcom steht für >>Situation Comedy<<, also Situationskomödie, und bezeichnet damit eine halbstündige Fernsehsendung, deren Protagonisten sich in vergleichsweise witzigen Situationen wiederfinden“<sup>16</sup>*

Jede dieser Definitionen enthält neben der Übersetzung von „Sitcom“ in „Situationskomik“ ein weiteres Merkmal. Die Situationskomödie ist eine Fernsehunterhaltung, in der meistens das Leben von Familien auf komische Art und Weise wiedergegeben wird und den Zuschauer z.B. mit Verwechslungen amüsiert. Die Episoden sind in sich abgeschlossen, ca. eine halbe Stunde lang und werden in regelmäßigen Abständen ausgestrahlt. Die Besetzung der Hauptdarsteller verändert sich von der ersten bis zur letzten Episode nicht.

Situationskomödien werden nach ihrem Handlungsort typisiert. Rick Mitz hat sieben ihren geläufigsten Gattungen kategorisiert. Diese Kategorien werden um eine achte erweitert:

- *Domcoms: befassen sich mit dem Familienleben*
- *Kidcoms: befassen sich hauptsächlich mit den Kindern der Familien*
- *Couplecoms: befassen sich mit der Beziehung des Protagonistenpaares*
- *SciFicomS: werden auch Magicoms genannt, enthalten magische und phantastische Elemente*

---

<sup>14</sup> Brockhaus - die Enzyklopädie: in vierundzwanzig Bänden, Bd. 20. Leipzig [u.a.], 1993. S.271

<sup>15</sup> <http://xpolis.net> [Stand: 2002-08-20]

<sup>16</sup> Wolff, S.15

- *Corncoms: befassen sich mit den Leuten auf dem Land*
- *Ethnicoms: eine ethnische Volksgruppe steht im Vordergrund*
- *Careercoms: das Berufsleben der Protagonisten ist das Hauptthema*
- *Singlesitcoms: befassen sich mit dem Leben von Singles<sup>17</sup>*

Die *FRIENDS* finden sich in der achten Kategorie wieder.

## 1.2 Struktur

Dem Format Sitcom liegt eine bestimmte Struktur zugrunde, die dramatische und die technische Struktur.

Die dramatische Struktur eines Plots besteht aus drei Teilen: Anfang, Hauptteil und Schluß. Das Ende ist vorhersehbar und überrascht den Zuschauer nicht. Vor der eigentlichen Einleitung geht oft ein sogenannter „teaser“ (ca. 1-2 Minuten lang) voraus, eine kleine Kostprobe auf diese Episode der Sitcom, dann folgt meist ein für die Serie eigens geschriebener Titelsong. In der Einleitung erfährt das Publikum: welche Probleme, Entscheidungen müssen dieses Mal bewältigt oder gelöst werden. Im Hauptteil werden kleiner Probleme durch größere Hindernisse dramatischer gestaltet. Am Ende findet sich für die Beteiligten eine entsprechende Lösung. Die Ausgangsposition wird wiederhergestellt, der einzige Unterschied besteht darin, dass das Problem, bzw. die Entscheidung getroffen ist. Nach dem Abspann folgt ein „tag“ (ca. 1 Minute lang), die quasi Schlußszene nach der Schlußszene.

Die technische Struktur gliedert eine Episode in zwei Akte. In der Mitte eines Plots kommt in den meisten Fällen ein Werbeblock. Deshalb muß der erste Teil so beendet werden, dass der Zuschauer nach der Werbung auf jeden Fall wieder zurückschaltet, um zu erfahren welchen weiteren Verlauf die Handlungen nehmen.

Die Haupthandlung wird als A- Plot bezeichnet. Parallel zur Hauptgeschichte beinhalten Sitcoms Nebengeschichten in einer Folge, Diese sogenannten Sub- Plots, B- und C- Plots, machen das Hauptthema etwas leichtverdaulicher oder auch flüssiger. Jeder Plot besteht aus dramatischen und technischen Strukturen und ist in sich selbst abgeschlossen.

Im Durchschnitt dauert eine Sitcom 25- 30 Minuten, je nach dem wieviel Werbeblöcke vorgesehen sind. Die Nettosendelänge beträgt ungefähr 22- 30 Minuten.<sup>18</sup> Eingeteilt

---

<sup>17</sup> Holzer, S.28- S.32

<sup>18</sup> Vgl. a.a.O., S.13

wird die dramatische Struktur in drei Akte, durch die Werbeunterbrechungen bedingt reduziert die technische Struktur die Sitcom auf zwei Akte. Jeder Akt wird in ungefähr drei bis vier Szenen eingeteilt, bei Filmaufzeichnungen könne es auch mehr Szenen pro Akt sein.<sup>19</sup> Jede einzelne Episode ist um die „Beständigkeit ihrer Grundkonstellation bemüht“ und kann deshalb ohne Vorkenntnisse gesehen werden.<sup>20</sup>

Für den Erfolg einer Sitcom ist nicht der Handlungsort entscheidend, sondern die Sympathie des Publikums für die Charakteren. Die Hauptfiguren sollten für jeden leicht zugänglich sein. Insbesondere für gelegentliche oder ganz neue Zuschauer. Die Verhältnisse zwischen den einzelnen Serienfiguren sollten klar dargestellt werden. Durch die klaren Verhältnisse auf der Seite der Rezipienten, können der Humor und die jeweiligen Konfliktsituationen als solche wahrgenommen werden.<sup>21</sup> Im Unterschied zu anderen Serienformaten, z.B. Stundenserien sind Sitcoms in ihrer Action eingeschränkt. Die heiße Verfolgungsjagd, Schlägereien und der gleichen sind nicht im Rahmen des Möglichen. Situationskomödien sind reich an Dialogen, diese verleihen den Figuren den erforderlichen Witz und die Geschichten lassen sich interessant gestalten.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> Vgl. Wolff, S.32- 40

<sup>20</sup> Vgl. Holzer, S.18

<sup>21</sup> Vgl. a.a.O., S.23- 25

<sup>22</sup> Vgl. Wolff, S.84f.

## 2 FRIENDS

### 2.1 Produktion

*FRIENDS* ist eine der erfolgreichsten Sitcoms unserer Zeit über die „Generation X“.<sup>23</sup> Hinter der Idee eine Serie über Mitzwanziger zu produzieren stehen Marta Kauffmann, David Crane und Kevin S. Bright, in Zusammenarbeit mit Warner Bros. Television. *FRIENDS* wird in den Warner-Studios in Burbank/ Kalifornien produziert. Die Produzenten wollten sich anfänglich auf Mitzwanziger konzentrieren, doch die Tatsache, dass es in den USA bei weitem keine 30 Millionen „Twens“ gibt, spricht für die Sitcom und für eine große Zielgruppe, die über die „Twens“ hinausgeht.

NBC ist für die Ausstrahlung in den USA und Großbritannien zuständig. Zum ersten Mal ausgestrahlt wurde *FRIENDS* am 22. September 1994 zur Primetime<sup>24</sup> und erzielt seitdem durchschnittlich 25 Millionen Zuschauer.<sup>25</sup>

Für die Handlungen der *FRIENDS* stehen fünf beständige Sets in den Studios zur Verfügung. Auf die Sets wird zu einem späteren Zeitpunkt noch eingegangen werden. Die Außenaufnahmen „Outtakes“ werden auf dem Studiogelände gedreht, abgesehen von den Szenen in New York. Der Anteil der Innenaufnahmen überwiegt.

Die Produktionskosten betragen für die momentan zu drehende, neunte und letzte Staffel ca. 150 Millionen US-Dollar. Alleine jeder Schauspieler erhält 1. Million US-Dollar pro Staffel, für die 8. Staffel erhielten diese noch 750.000. US-Dollar.<sup>26</sup> Die Produktionszeit für Sitcoms beträgt ca. 40 Wochen. Die begrenzte Zeit fordert von den Mitarbeitern enorme Leistungen ab. Die Produktion von Sitcoms wird der Fließbandarbeit immer ähnlicher.<sup>27</sup>

Die Dreharbeiten für die neunte Staffel starteten im August 2002. Die erste Folge „TOW 901 The One Where No One Proposes“ ist am 26. September 2002 zur Primetime ausgestrahlt worden.<sup>28</sup> Die Drehwoche beginnt montags und endet freitags mit den Aufnahmen vor Live-Publikum. Die Zuschauer erwerben ihre Eintrittskarte für Sitcoms über die entsprechenden Anbieter, sie müssen das Mindestalter von 18 Jahren erreicht haben. Für die neunte Staffel *FRIENDS* erhalten die „normalen“ Bürger keine

---

<sup>23</sup> Holzer, S.69

<sup>24</sup> <http://www.nbc.com/Friends/credits/index.html> [Stand: 2002-09-09]

<sup>25</sup> Vgl. Pro7 Pressemappe, Anhang D.

<sup>26</sup> <http://www.centralperk-online.de/Pro7> [Stand: 2002-09-09]

<sup>27</sup> Vgl. Wolff; S.20

<sup>28</sup> <http://nbcmv.com/> [Stand: 2002-09-12]

Tickets mehr.<sup>29</sup> Die Anwesenheit von „echtem“ Publikum an Stelle der Lachkonserven verleiht der Sitcom mehr Lebendigkeit.<sup>30</sup> Bis zu 80% der realen Lacher werden übernommen. Die restlichen Lacher werden während des Schneide- Vorgangs, für die Ausstrahlung im Fernsehen hinzugefügt.<sup>31</sup>

Die Probleme, die bei der Synchronisation von Sitcoms entstehen, sind einfach zu erklären. Die Lacher und die Dialoge der Schauspieler befinden sich auf der selben Spur und dadurch entsteht der Eindruck, der Akteur hätte seinen Text vergessen. In Wirklichkeit wartet er in der Originalfassung die Reaktion des Publikums ab. Das zweite Problem ist die zum Teil schlechte Übersetzung durch ARENA- Synchron Berlin, die Komik hat darunter zu leiden und kann dadurch manchmal nicht zum Ausdruck gebracht werden.<sup>32</sup>

Die Produzenten erfreuen mit diversen Gastauftritten berühmter Leinwandstars wie Helen Hunt, Leila Kenzle, Julia Roberts, George Cloony, Ralph Lauren, Brad Pitt und vielen mehr ihre Fans und für die Stars ist es eine Ehre sich die Klinke bei *FRIENDS* und anderen Sitcoms in die Hand zu drücken.<sup>33</sup>

*FRIENDS* hat im Laufe der vergangen acht Jahren einige Nominierungen und Auszeichnungen erhalten. Der ASCAP Film and Television Music Awards ging schon vier Mal an Michael Skloff<sup>34</sup>; People's Choice Awards, USA ging ebenfalls schon vier Mal an die Sitcom<sup>35</sup> und ihrer Darsteller und erst kürzlich erhielt *FRIENDS* zwei Emmys: einen für die beste Comedy- Serie und Jennifer Aniston für die beste Hauptdarstellerin.<sup>36</sup>

## 2.2 Charaktere der Serie

*„Great sitcoms are characterdriven.“<sup>37</sup>*

Die Charakteren sind die entscheidenden Faktoren für den Ruhm einer Sitcom. Die stereotypen Figuren aus Daily Soaps sind in der Sitcom wiederzufinden.<sup>38</sup> Durch die Transparenz ihrer Charakteren sind die Hauptfiguren leicht zu erschließen. Das äußer-

<sup>29</sup> <http://www.tvtickets.com/> [Stand: 2002-09-08]

<sup>30</sup> Vgl. Holzer, S.14f.

<sup>31</sup> <http://www.always-friends.de/serie-dreharbeiten.html> [Stand: 2002-09-11]

<sup>32</sup> Vgl. Holzer, S.16

<sup>33</sup> Vgl. a.a.O., S.73f.

<sup>34</sup> <http://www.ascap.com/filmtv/2002/filmtvawards2002.html> [Stand: 2002-09-30]

<sup>35</sup> <http://www.always-friends.de/special-06.html> [Stand: 2002-09-11]

<sup>36</sup> [http://www.prosieben.de/serie/news/0923\\_01/](http://www.prosieben.de/serie/news/0923_01/) [Stand: 2002-09-30]

<sup>37</sup> Holzer, S.23

<sup>38</sup> Alles Seifenblasen?: die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen/ hrsg. von Maya Götz. Köln, 2000. S.44- 64

liche Auftreten wirkt für die Erschließung unterstützend. Das Publikum kann in bestimmten Situationen die Handlungen der Charakteren vorhersehen.<sup>39</sup>

Die *FRIENDS* sind Personen, die der Erwartungshaltung der Zuschauer entsprechen: „ganz normale(n) Menschen die Lustiges oder Peinliches erleben.“<sup>40</sup> Für Jugendliche sind die Figuren attraktiv, die von Vorstellungen der Eltern abweichen.<sup>41</sup> Alle sechs *FRIENDS* bieten ihrem Publikum, die Möglichkeit sich mit ihnen zu identifizieren. Die Not in die die Charakteren gestellt werden, ermöglicht „eine versöhnliche Perspektive auf vertraute Unzulänglichkeiten.“<sup>42</sup> Die familiären und sozialen Umstände, der im folgenden beschriebenen *FRIENDS*- Charakteren, sind nachvollziehbar. Die *FRIENDS* setzen sich zusammen aus Scheidungskindern, Einzelkindern, Geschwistern und Halbweisen. Sie sind fürsorglich, naiv, verrückt, intelligent, cool und begriffsstutzig. Die sechs Hauptfiguren: Monica, Rachel, Phoebe, Ross, Chandler und Joey werden mit viel Witz und Übertreibung dargestellt.

### 2.2.1 Monica Geller



*„Liegt es an mir? Sende ich vielleicht irgendwelche Signale aus, die nur Hunde und Männer mit massiven psychischen Problemen wahrnehmen können?“<sup>43</sup>*

Abbildung 1: Monica

Quelle: [http://www.nbc.com/Friends/bios/Monica\\_Geller\\_Bing.html](http://www.nbc.com/Friends/bios/Monica_Geller_Bing.html) [Stand: 2002-08-30]

*Monica Geller* (Darstellerin: Courteney Cox) die „Mutter für eine Gruppe lebenswerter Neurotiker.“<sup>44</sup> Ross Geller ist ihr großer Bruder. Sie ist eine selbstbewußte junge Frau, die immer für ihre Freunde da ist und sich nie darüber beschwert, wenn sich alle in ihrer Küche oder im Wohnzimmer niederlassen. Monica stört sich auch nicht daran, dass sich ihre Nachbarn und Freunde Joey und Chandler gerne an ihrem Kühlschrank bedienen. Ihr Wunsch ist es, Chefköchin in einem Restaurant zu werden. Trotz ihrer

<sup>39</sup> Vgl. Holzer, S.23- 27

<sup>40</sup> Schumacher/ Hammer, S. 570

<sup>41</sup> Koukoulli, Anastasia: Jugendkonzepte in Vorabendserien: lebensweltliche Inszenierung in den Daily Soaps „Unter uns“ und „Verbotene Liebe“. Berlin, 1998. S.74

<sup>42</sup> Holzer, S.35

<sup>43</sup> Folge 101 „Liebe? Nein, doch nicht!“, (17:40 Min.)

<sup>44</sup> Stallings, Penny: *FRIENDS*. Köln, 2000. S.50

Fettleibigkeit als Teenager hat sie sich zu einer schlanken und selbstbewußten Köchin entwickelt. Steht eine Party an, organisiert sie das Büfett. Mit ihrem Sauberkeitsfimmel und ihrem Drang nach Ordnung geht Monica ihren fünf Freunden von Zeit zu Zeit auf die Nerven. Selbst in den Wohnung ihrer Freunde sorgt sie gelegentlich für Reinheit „*Ich habe Deinen Duschvorhang geglättet, dass sich kein Schimmel bilden kann*“.<sup>45</sup> Monica möchte nur einmal in ihrem Leben ihren Freunden einen Mann vorstellen, an dem sie nichts auszusetzen haben „*Ich möchte einmal einen Mann nach Hause bringen, der ihnen gefällt*“<sup>46</sup>. Der Glaube an den Traumprinzen tröstet über ihre unglücklichen Beziehungen hinweg. Im Gegensatz zu Ross, fürchtet sie die Besuche ihrer Eltern: „*Dazu hat mein Bruder auch gar keinen Grund. Bei meinen Eltern kann er gar nichts falsch machen. Er ist nämlich der Prinz. Während ich eher das Modell Aschenputtel bin*“<sup>47</sup>.

### 2.2.2 Rachel Green



„*Mein ganzes Leben lang hat mir jeder eingebleut, dass ich ein Schuh bin. Du bist ein Schuh, du bist ein Schuh, du bist ein Schuh. Doch heute stell ich mir plötzlich die Frage, was ist, wenn ich kein Schuh sein will? Was ist, wenn ich lieber ein Mantel wäre? Oder, oder vielleicht auch eine Tasche?*“<sup>48</sup>

Abbildung 2: Rachel

Quelle: [http://www.nbc.com/Friends/bios/Rachel\\_Green.html](http://www.nbc.com/Friends/bios/Rachel_Green.html) [Stand: 2002-08-30]

*Rachel Green* (Darstellerin: Jennifer Aniston) ist die junge naive und hübsche Vorstadt-Prinzessin. Sie ist eine von drei Töchtern des Ehepaares Green. Ihr Vater, ein angesehener Arzt und ihr Mutter eine High- Society- Lady. Bis zum Tag ihrer Hochzeit mit einem Zahnarzt, muß sie nie selbst für ihren Lebensunterhalt aufkommen. An diesem Tag entscheidet sich gegen die hübschen Hochzeitsgeschenke und für ihre Unabhängigkeit. Bei ihrer Freundin Monica und deren Freunden will Rachel einen Neuanfang starten. Sie ist sehr erstaunt, dass alle einen Job haben „*Wie jetzt, ihr habt alle einen Job*“<sup>49</sup> und macht sich ebenfalls auf die Suche nach einer Arbeit. Ihre finanzielle Unabhängigkeit beginnt mit der Anstellung als Kellnerin im „Central Perk“ und der Trennung

<sup>45</sup> Folge 218 „Fahrstuhl in den Tod“, (19:40 Min.)

<sup>46</sup> Folge 103 „Getrennt von Bett und Daumen“, (7:23 Min.)

<sup>47</sup> Folge 102 „Famielienfreuden“, (4:57 Min)

<sup>48</sup> Folge 101 „Liebe nein doch nicht!“, (5:65 Min.)

<sup>49</sup> Folge 101 „Liebe? Nein, doch nicht“, (15:26 Min.)



von Daddys Kreditkarten. Rachel ist sehr chaotisch und bringt den Gästen nie das richtige Getränk. In Haushaltsangelegenheiten ist sie ebenfalls sehr unbeholfen. Als sie das erste Mal in ihrem Leben einen Waschsalon betritt, um selbst die Wäsche zu waschen, kommt sie sich deswegen Ross gegenüber sehr dumm vor *„Ohje, oh. Du hältst mich bestimmt für einen Waschgrünschnabel“*<sup>50</sup>. Sie geht davon aus, dass wenn sie erst einmal Wäsche waschen kann, sie dann mit allem andren im Leben zurecht kommen wird. Die Scheidung ihrer Eltern stellt dann doch ein Problem für sie dar, auch wenn sie jetzt Wäsche waschen kann. Ihr berufliches Wunschziel ist auch gleichzeitig ihre Leidenschaft: die Modebranche. Ihre größte Angst ist es, die von ihr erträumte Unabhängigkeit und Selbständigkeit nicht zu erreichen. Über ihr Leben will nur noch sie selbst bestimmen. Rachel läßt auch nicht in ihren Beziehung zu, dass jemand ihre Zukunft verplanen kann. Das gibt sie Ross zu verstehen: *„Ich will die Zukunft nicht verplanen“*<sup>51</sup>, als dieser Rachel ihre gemeinsame Zukunft bis ins Detail schildert.

### 2.2.3 Phoebe Buffay



*„Ich hätte einfach nie meine Freude daran. Mein Karma würde eine unglaubliche Schuld auf sich laden“*<sup>52</sup>

Abbildung 3: Phoebe

Quelle: [http://www.nbc.com/Friends/bios/Phoebe\\_Buffay.html](http://www.nbc.com/Friends/bios/Phoebe_Buffay.html) [Stand:2002-08-30]

*Phoebe Buffay* (Darstellerin: Lisa Kudrow) ist die verrückte Blondine mit dem Hang zum Spirituellen. Im Alter von 14 Jahren kam sie nach New York, nachdem sich ihre Mutter an Weihnachten suizidiert hatte, ihr Vater zu dieser Zeit im Gefängnis saß. Regelmäßigen Kontakt hat sie zu ihrer Großmutter, von der sie sich gelegentlich das Taxi leiht. Mit ihrer Zwillingsschwester Ursula tauscht sie sich kaum aus. Sie arbeitet ab der Folge 123 in einer Massagepraxis. Phoebe ist New Age- Anhängerin und Vegetarierin: *„Nein, ich esse nichts was ein Gesicht hat.“*<sup>53</sup> Gelegentlich tritt sie im „Central Perk“ als Sängerin auf. Ihre Songs sind bezeichnend für Phoebes Charakter.<sup>54</sup> Ihr Sinn für so-

<sup>50</sup> Folge 105 „Im Schonwaschgang“, (12:29 Min.)

<sup>51</sup> Folge 220 „Ist das Leben nicht schlecht“, (15:17 Min.)

<sup>52</sup> Folge 103 „Getrennt von Bett und Daumen“, (5:41 Min.)

<sup>53</sup> Folge 117 „Der Zweiteiler, Teil 2“, (16:36 Min.)

<sup>54</sup> Phoebes Songs, Anhang B.



ziale Gerechtigkeit und ihr Umweltbewußtsein sind sehr ausgeprägt. Auf Streitigkeiten reagiert Phoebe sehr sensible und zieht ihre Schlußfolgerungen daraus:

*„...und Dein Kind das heute zur Welt kommt, hat gleich zwei Menschen die sich darum streiten wer von ihnen das Recht hat in seinem dasein die wichtigste Rolle zu spielen- das ist das glücklichste Baby der Welt.“<sup>55</sup>*

Phoebe lebt in einer eigenen Welt, sie glaubt an die Verbindung zu Toden. Phoebe findet für die Ereignisse des Lebens ihre persönlichen Erklärungen, die nicht der gesellschaftlichen Norm entsprechen. Sie ist eine sehr direkte, ehrliche und eigenartige Person. Gelegentlich stören sich die *FRIENDS* an ihrer langsamen Art etwas zu begreifen. Bei Phoebe kommen und gehen die Männer, wie es ihr gerade paßt. Mit Leichtigkeit beendet sie ihre Beziehungen, die sie meist mit schrägen Vögeln eingeht.

#### 2.2.4 Ross Geller



*„Also ich finde es förderlich, dass man erst nachdenkt, bevor man etwas sagt“<sup>56</sup>*

Abbildung 4: Ross

Quelle: [http://www.nbc.com/Friends/bios/Ross\\_Geller.html](http://www.nbc.com/Friends/bios/Ross_Geller.html) [Stand: 2002-08-30]

*Ross Geller* (Darsteller: David Schwimmer) ist der Intellektuellere *FRIENDS*. Von seinen Eltern wird er bevorzugt, er ist der perfekte Sohn, dem all ihr Stolz gilt. Sein Vater, weis dies zum Ausdruck zu bringen *„Es gibt, Leute, Leute wie Ross, die im Leben vorankommen wollen. Er hat sein Museum und veröffentlicht Artikel“*.<sup>57</sup> Das sensible *„Muttersöhnchen“*<sup>58</sup> wohnt alleine und geht mit Leidenschaft seinem Beruf als Paläontologe in einem New Yorker Museum nach.

Mit seinen Vorträgen über ausgestorbene Dinosaurier oder auch mit Belehrungen wie z.B.: *„Ich kann Dich verstehen, die Monogamie ist ein zweischneidiges Modell...“*<sup>59</sup> geht Ross seinen Freunden gelegentlich auf die Nerven. Er ist stets auf die Wahl seiner

<sup>55</sup> Folge 123 „Wehe, wenn die Wehe kommt“, (15:13 Min.)

<sup>56</sup> Folge 103 „Getrennt von Bett und Daumen“, (15:26 Min.)

<sup>57</sup> Folge 102 „Familien Freuden“, (10:13 Min.)

<sup>58</sup> Folge 109 „Aufgeblasen!“, (2:32 Min.)

<sup>59</sup> Folge 106 „Dusch Dich!“, (7:15 Min.)

Worte bedacht Ross ist teilweise eine arrogante und wetteifernde Person. Seine schwangere Ex- Frau Carol hat ihn wegen einer Frau verlassen, mit der sie eine lesbische Beziehung einging. Er trauert den Erlebnissen mit Carol nach, jede Kleinigkeit erinnert an die schöne Zeit die sie miteinander verbracht hatten. Ein paar Stiefel im Schaufenster erinnern ihn an ihre erste gemeinsame Nacht. Ross ist eine pflichtbewußte Person und möchte seinem Kind ein guter Vater werden. Jedoch zweifelt er an seiner Fähigkeit ein guter Vater zu werden, weil er noch nicht einmal seinen Affen Marcel, davon abhalten kann Unfug anzustellen. Dieser neuen Aufgabe sieht er mit Angst entgegen. Nach seiner gescheiterten Ehe versucht Ross einen Neuanfang mit Frauen. Er wünscht sich eine Beziehung mit Rachel, in die er seit der Schulzeit verliebt ist. Immer wieder startet er einen Versuch, ihr seine Zuneigung zu gestehen, aber erfolglos. Obwohl das er dieses Anliegen etwas unbeholfen angeht, kommt er am Anfang der zweiten Staffel, mit Hilfe seiner Freunde, mit Rachel zusammen.

### 2.2.5 Chandler Bing



*„Hörn sie, es handelt sich um einen Notfall, aber das können sie sich ja denken, sonst wärs ja keine Notaufnahme. Ähö“<sup>60</sup>*

Abbildung 5: Chandler

Quelle: [http://www.nbc.com/Friends/bios/Chandler\\_Bing.html](http://www.nbc.com/Friends/bios/Chandler_Bing.html) [Stand: 2002-08-30]

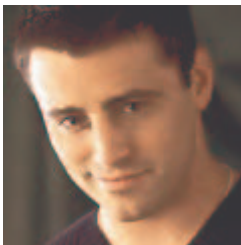
*Chandler Bing* (Darsteller: Matthew Perry) ist der coole Typ mit den passenden/ lockeren Sprüchen für jede Situation. Er ist als Einzelkind aufgewachsen. Sein Vater liebt Männer und seine Mutter ist eine erfolgreiche Autorin schlüpfriger Liebesromane. An einem Thanksgiving, als er noch ein kleiner Junge war, teilten ihm seine Eltern mit, dass sie sich scheiden lassen werden. Dieses Erlebnis hat er nie überwunden und boykottiert seither dieses Familienfest. Mit seinen sarkastischen und zynischen Antworten leistet er seinen Beitrag zu jeder Unterhaltung *„Ich wußte gar nicht, dass Du eine andere Ebene hast.“<sup>61</sup>* Erfordert es eine Situation von ihm einfühlsam zu sein, dann können sich die *FRIENDS* auf ihn verlassen. Chandler arbeitet als Datentypist in einer EDV- Abteilung. Diese Arbeit verfolgt er mit wenig Interesse, er geht arbeiten, weil es jeder macht. Als er zum Supervisor mit eigenem Büro und Vorzimmersekretärin

<sup>60</sup> Folge 104 „Pizza und Erotik“, (12:55 Min.)

<sup>61</sup> Folge 124 „Der Liebesspender“, (16:45 Min.)

befördert werden soll, kündigt Chandler zunächst, aus Angst er könne dadurch seinem Image schaden „Ja, aber wenn ich diese Beförderung annehmen, dann denkt jeder, das ich daraufhin gearbeitet habe.“<sup>62</sup> Da er aber nicht den Mut besitzt sich beruflich neu zu orientieren, nimmt er die neue Position am Ende doch an. Chandler hält die Frauen auf Distanz. Immer wieder kommt er mit der schrillen aufdringlichen Janice zusammen um sich dann umgehend wieder von ihr zu trennen. Begegnet er einer Frau, die er umwerfend findet, verhält er sich äußerst ungeschickt. Die größte Sorge stellt für ihn die Tatsache dar, dass er von seinen Kollegen und Frauenbekanntschaften für schwul gehalten wird. Seine Freunde bestätigen ihm auch das sie zumindest anfangs den Eindruck von ihm hatten „Ähm ja, als ich Dich das erste Mal sah, dacht ich auch, das Du möglicher Weise, unter Umständen.“<sup>63</sup>

### 2.2.6 Joey Tribbiani



*„Ich will mirs bequem machen. Ich kann nicht in Unterwäsche schlafen“<sup>64</sup>*

Abbildung 6: Joey

Quelle: [http://www.nbc.com/Friends/bios/Joey\\_Tribbiani.html](http://www.nbc.com/Friends/bios/Joey_Tribbiani.html) [Stand: 2002-08-30]

Joey Tribbiani (Darsteller: Mat LeBlanc) ist derjenige der sechs Freunde, der den geringsten Bildungsstand hat. Joey stammt aus einer italienischen Großfamilie und hat insgesamt sieben Schwestern. Als arbeitsloser Schauspieler fühlt er sich sehr wohl, denn das ist, was er immer hatte sein wollen. Seine größte schauspielerische Herausforderung lag in dem Auftrag, Al Pacinos Gesäß zu doubeln, leider versagt er in dieser Rolle. Als Chefarzt in einer amerikanischen Daily Soap kann er sich für kurze Zeit eine eigene Wohnung leisten und zieht aus der Wohngemeinschaft mit Chandler aus. Wenn Joey sich nicht als arbeitsloser Schauspieler die Zeit vertreibt, modelt er oder geht zur Samenspende. Drei Dinge sind ihm in seinem Leben wichtig: die Freunde, die Familie und die Frauen. Mit seinem Standardsprüchen, ist er sehr erfolgreich beim weiblichen Geschlecht. Fast in jeder Folge berichtet er von seinen Frauengeschichten, meisten hat er mehrere zugleich. Für ihn steht fest, dass er mehr Freundinnen haben darf, als

<sup>62</sup> Folge 115 „Aus der Traum“, (2:23)

<sup>63</sup> Folge 108 „Wenn die Oma zweimal stirbt“, (1:42 Min.)

<sup>64</sup> Folge 113 „Der Superbusen- Express“, (13:04 Min.)

seine Partnerin „Wenn ich mit einer zusammen bin, muß ich mir sicher sein, dass ich mehr Eisen im Feuer habe als sie.“<sup>65</sup> Joey ist nicht der Intelligenteste unter den Freunden und versteht, wie auch Phoebe, nicht alle Sachverhalte oder er interpretiert sie falsch. Er ist sehr erstaunt darüber, dass Ross nach China „zu den Chinesen“ fährt.<sup>66</sup> Auf die Frage, was er machen würde, wenn er omnipotent wäre, antwortet er „Ähm, mich wahrscheinlich umbringen.“<sup>67</sup> Die *FRIENDS* können es immer wieder nicht fassen, wie dumm er eigentlich ist. Ihn stört das nicht. Joey ist der männliche Gegenpart zu Phoebe. Beide haben schon für Chandler, nach dessen Beförderung, gearbeitet. Joey agiert, ohne ernsthaft über die Konsequenzen seiner Handlung nachzudenken.

### 2.3 Inhalt und Konzeption

Rachel läßt ihren Verlobten vorm Traualtar stehen, Ross wird von seiner Frau wegen einer anderen Frau verlassen und Monica hat ein Date mit einem extrem schleimigen Typen... so beginnt die erste Folge der ersten *FRIENDS* Staffel.<sup>68</sup> *FRIENDS* ist eine Single- Sitcom über drei Frauen und drei Männer in den Mittzwanzigern. Monica und Ross sind Geschwister und leben zusammen mit ihren Freunden im New Yorker Stadtteil Manhattan. Phoebe ist die ehemalige Mitbewohnerin von Monica. Chandler und Joey sind die besten Freunde von Ross. Sie wohnen als Wohngemeinschaft im selben Haus wie Monica, direkt in der Wohnung gegenüber. Rachel ist die neue Mitbewohnerin von Monica, die beiden kennen sich von der High School. Ross wohnt gleich um die Ecke und ist seit der Schulzeit heimlich in Rachel verliebt. Täglich treffen sich die sechs Freunde in ihrem Lieblings- Café „Central Perk“ auf der Couch oder in Monicas Appartement um Neuigkeiten auszutauschen. Es dreht sich immer wieder um dieselben Themen: Liebe, Karriere, Beziehungskisten, finanzielle Nöte, Sex und um ihre Freundschaft.

So leben und erleben die *FRIENDS* täglich für etwa 30 Minuten Alltagsprobleme inklusive Lösungen vor den Augen der Zuschauer. Der Fernseher wird plötzlich zu einem Fenster durch das man scheinbar direkt am Geschehen teilhaben kann. Eine „realistische Illusion“ wird erzeugt, die sich auf die formale Struktur, die Produktion, die hinter der Serie steht, zurückführen läßt. Trotz der billigen Studiokulissen, die keine Luxuswohnungen zeigen, sondern „normale“ Wohnumgebungen, die so auch tatsächlich im wirklichen Leben eines Mittzwanziger existieren könnten, vermittelt man dem Zuschauer mit den Schauspielern in Monicas Wohnung, im „Central Perk“ oder an irgendeinem

---

<sup>65</sup> Folge106 „Dusch Dich!“, (7:09 Min)

<sup>66</sup> Folge 124 „Der Liebesspender“, (5:24 Min.)

<sup>67</sup> Folge 104 „Pizza und Erotik“, (00:36 Min.)

<sup>68</sup> Warner Home Video GmbH: *FRIENDS*: Staffel 1, Episoden 1- 4. – 2000. –Videokassette

anderen Ort des Geschehens, direkt dabei zu sein. Um eine wirkliche Illusion schaffen zu können, müssen die Handlungen der einzelnen Charakteren nachvollziehbar und logisch erscheinen. Stets müssen die Figuren motiviert auf den Zuschauer wirken, selbst in äußerst schwierigen Situationen entscheiden sie sich, auf ihre typische Art, richtig zu handeln. Die Serienfiguren müssen wiedererkennbar bleiben, so dass Verständnis für den Einzelnen und sein Handeln und vor allem für seinen Gefühlszustand aufgebracht werden kann. Neben den Charakteren, die immer gleich bleiben müssen und keine Persönlichkeitsveränderungen durchleben dürfen, müssen auch die Probleme wiedererkennbar bleiben und wiederholen sich immer wieder aufs Neue. Die Alltagsprobleme sind aus den sozialen Lebensbereichen der jungen Erwachsenen gegriffen und tangieren zum Teil die Bereiche der Jugendlichen:

1. Berufsleben (Karriere, Neufindung) und finanzielle Lage
2. Ablösung von Familie und Partnerschaft
3. Freundschaft, Freizeit und Konsum
4. Wertewandel und politische Partizipation bzw. Lebensphilosophie<sup>69</sup>

In jeder Folge geht es hauptsächlich um aktuelle Beziehungen, eventuelle Beziehungen, ehemalige Beziehungen, Beziehungen zu den Eltern oder um Probleme und Erfolge im Berufsleben. Dies sind keine außergewöhnlichen Probleme, jedoch bilden diese die Konfliktgrundlage dieser Sitcom. Der junge Erwachsene kennt diese aus dem eigenen Leben und kann die Situationen nachempfinden. Wenn der Betrachter zu sich selbst sagen kann „so hätte ich an ihrer/ seiner Stelle auch reagiert, ich kann sie/ ihn gut verstehen“ oder „genau das ist mir auch schon passiert“, dann haben die Produzenten ihr Ziel erreicht. Auch das viel diskutierte Thema „typisch Mann“ und „typisch Frau“ wird bei *FRIENDS* nicht ausgelassen. Jeder der *FRIENDS* durchlebt die für ihn spezifischen Probleme. Joey wartet immer auf seine Karriere als Schauspieler, Rachel versucht immer selbständig zu werden, Monica hat immer Angst vor ihrem nächsten Date, Chandler kämpft damit, nicht für schwul gehalten zu werden, Ross verfällt stets seinem Selbstmitleid und die verrückte Phoebe hält die Stellung als Verrückte. Das Freizeitverhalten unterscheidet sich nicht von dem der Mitzwanziger. Sie gehen auf Partys, schauen zusammen Fernsehen, haben Dates, machen Spielabende und faulenzen gemeinsam. Nichts, was auch der Zuschauer selbst nicht machen würde, machen die *FRIENDS*.

Durch diese „normalen“ Menschen mit ihren „normalen“ Problemen und ihren „normalen“ Gefühlen kann der Zuschauer eine emotionale Beziehung zu den jeweiligen Seri-

enfiguren aufbauen. Dies ergibt die Basis für den „emotionale(n) Realismus“.<sup>70</sup> Die emotionale Ebene spielt eine große Rolle für den Erfolg einer Serie. Das Publikum identifiziert sich entweder mit einzelnen Charaktereigenschaften oder mit einer kompletten Charaktere. Jugendliche haben dieses Bedürfnis, sich mit jemandem identifizieren zu können, jedoch nicht mehr mit ihren Eltern, von diesen wollen sie sich nach und nach lösen.

Das Serienformat versetzt den Zuschauer in die „Gottesperspektive“, man weiß schon vor den anderen *FRIENDS*, was die anderen gerade fühlen und was ihnen passiert ist. Man kann zwar mit überlegen, eine gewisse Erwartungshaltung einnehmen, ob z.B. Ross seinen Freunden erzählen wird, dass er Vater werden wird.<sup>71</sup> In einer Sitcom ist alles vorhersehbar und somit ist auch anzunehmen, dass Ross die anderen darüber informieren wird.<sup>72</sup> Die Charakteren fordern sich gegenseitig dazu auf, die Wahrheit zu sagen und ehrlich zu sein, dies spiegelt sich logischer Weise auch in den Handlungen wieder. Abgesehen von einem Zweiteiler pro Staffel, existieren die von Daily Soaps bekannten Cliffhanger nicht. Jede Episode kann für sich angesehen werden, da sich die Probleme nicht über mehrere Folgen ausdehnen. Somit sind auch keine Vorkenntnisse oder ein Hintergrundwissen erforderlich. In diesem Punkt unterscheidet sich die Konzeption einer Sitcom ebenfalls von Daily Soaps. Die täglichen Seifenopern erfordern Hintergrundwissen und das tägliche Einschalten der Fortsetzungsfolge, um den Handlungssträngen und den Figuren folgen zu können.

Die Konflikte vor die die Charakteren am Anfang jeder Episode gestellt werden, sind bis zum Ende gelöst. Ein Hauptproblem und meistens zwei kleinere bestimmen den Inhalt. Dadurch werden die Episoden weniger einseitig gestaltet und alle Charakteren sind integriert. Verdeutlicht wird dies an der Folge 103: „Getrennt von Bett und Daumen“. Problem Nr. 1: Chandler fängt wieder an zu Rauchen, Nr. 2: Phoebe erhält versehentlich US \$ 500, Nr.3: Monica hat einen neuen Freund und Angst, ihre Freunde würden ihn nicht mögen. Im Verlauf der Folge versuchen Ross und Joey Chandler klar zu machen, wie schädlich Rauchen für die Gesundheit ist. Allan, Monicas neuer Freund, rät ihm zu Nikotinplastern und die Jungs unterstützen weiterhin Chandler beim Nichtrauchen. Phoebe meldet der Bank den Fehler und erhält dafür noch einmal US \$ 500. Das Geld schenkt sie dann einer alten Freundin von der Straße. Als Dankeschön, kauft diese Phoebe eine Limonade. In der Dose befindet sich ein abgeschnittener Daumen. Von der Getränkefirma erhält sie dann als Entschädigung US \$ 7000. Gegen

---

<sup>69</sup>Vgl. Koukoulli, S.23

<sup>70</sup> Vgl. a.a.O., S.72

<sup>71</sup> Vgl. ebd.

Monicas Erwartung finden ihre Freunde Allan ganz wunderbar und sind vernarrt in ihn. Rachel möchte Allan sogar ihren Eltern vorstellen und glaubt an eine gemeinsame Zukunft des neuen Liebespaares. Allerdings scheint Monica „das gewisse Etwas“ nicht an ihm entdeckt zu haben und beendet deshalb die Beziehung. Am Ende der Folge sind die *FRIENDS*, vor allem Rachel, traurig über Monicas Trennung, aber sie verstehen sie. Chandler beschließt, das Rauchen doch nicht aufzugeben. Daraufhin schenkt ihm Phoebe die US \$ 7000 mit der Bitte, das Rauchen einzustellen, was Chandler dann schließlich tut. Ende gut, alles gut. Das „Heile Welt“- Konzept liefert dem Zuschauer Handlungsmuster für den Alltag, allerdings sind diese Muster in der Realität nur schwer umzusetzen.<sup>73</sup>

*„It's just that watching sitcoms is so much easier. It's easier than living, than planning, than preparing. In sitcoms, everybody always say the right thing and they say it cleverly.“<sup>74</sup>*

Was im realen Leben nicht möglich ist, machen Serien möglich, so erhält man Einblicke in das Privatleben von Fremden und in die Intimsphäre der einzelnen *FRIENDS*. Der Zuschauer ist überall und immer dabei. In der Folge 124 „Der Liebesspender“ sieht man z. B. Joey mit seiner neuen Freundin im Bett, einem Ort, an dem sich die sechs Freunde nicht begegnen. Sexuelle Handlungen sind in Sitcoms nicht zu sehen. Das Thema Sex ist kein Tabuthema, es wird aber lediglich darüber gesprochen und das nicht zu selten. Die Art und Weise, in der sich die Singles darüber unterhalten, ist weder vulgär noch obszön.

Für die jugendlichen Zuschauer bietet das Serienformat die Möglichkeit, andere Lebensweisen kennenzulernen. Jeder der *FRIENDS* übt einen anderen Beruf aus, und die Gewohnheiten und Ansprüche sind von Figur zu Figur unterschiedlich. Die Hälfte der weiblichen Befragten aus der Umfrage, würden für Rachel vorsprechen wollen, weil sie die einzige ist, die sich aktuell vom Elternhaus löst und deren Eltern sich im Verlauf der ersten Staffel scheiden lassen. Eines der befragten Mädchen würde gerne Rachel sein, weil sie die Entwicklung von der Prinzessin zur selbständigen Frau gut findet.<sup>75</sup> An ihr, aber auch an den anderen fünf Figuren, können sich die Jugendlichen austeilen und indirekt über die Handlungen Erfahrungen sammeln.<sup>76</sup>

---

<sup>72</sup> Vgl. Folge 102 „Familienfreuden“, (7:01 Min.)

<sup>73</sup> Vgl. Holzer, S.33

<sup>74</sup> a.a.O., S.34

<sup>75</sup> Vgl. Auswertung, Anhang A.2

<sup>76</sup> Vgl. Koukoulli, S. 73f.



„Durch diese enge Anbindung der Lebenswelten der handelnden Person an die Lebenswelten der Zielgruppe kann der jugendliche Rezipient einzelne Verhaltenssegmente aus dem Interaktionszusammenhang der Figuren isolieren und sie mit den Verhaltensanforderungen, die er aus seinem Alltag her kennt, in Beziehung setzen.“<sup>77</sup>

## 2.4 Schauplätze, Set

Der Handlungsrahmen von Sitcoms und Daily Soaps ist das Set, mit der Aufgabe den Hauptfiguren einen Ort zur Profilierung zu gewährleisten. Verantwortlich für das *FRIENDS*-Set-Design sind unter anderem John Schaffner (Art Director) und Greg Grande (Set Designer).<sup>78</sup> Die Kulissen für Sitcoms werden nicht mit luxuriös Möbeln und teuren Accessoires ausgestattet. Sitcoms sind Billig-Produktionen und der finanzielle Aufwand wird deshalb möglichst gering gehalten. Für die Zuschauer müssen neben den Charakteren auch ihre Aufenthaltsorte logisch nachvollziehbar sein. Die sechs *FRIENDS* halten sich in ihren Appartements und in ihrem Lieblings-Café „Central Perk“ auf. Die Wohnungen von Monica und von Joey sind am häufigsten der Handlungsrahmen der *FRIENDS*. Die Arbeitsplätze sind kein Bestandteil des Basic-Sets. Der Arbeitsplatz ist in der Regel dann zu sehen, sobald er Teil der Thematik einer Episode wird und ein Hauptproblem sich dort abspielt. Im folgenden werden die drei wichtigsten Schauplätze beschrieben werden: Monicas Appartement, Joeyes Appartement und das „Central Perk“.

### 2.4.1 Monicas Appartement

Die „Mutter“ der Clique wohnt in einem, für New Yorker Verhältnisse großen Appartement mit einer gut ausgestatteten Küche, 2 Schlafzimmern, Badezimmer und einem Wohnzimmer. Die Wohnung ist nicht mit Designermöbeln ausgestattet, da Monica durch ihre berufliche Tätigkeiten für Luxus nicht das nötige Kleingeld hat. Vorzugsweise Flohmarktgegenstände schmücken das Heim.<sup>79</sup> Das geräumige und stets aufgeräumte Appartement läßt den Zuschauer näher am Geschehen teilnehmen.

Die charakteristische Besonderheit an Monicas Appartement ist das Studiofenster, auf das die *FRIENDS* bei Bedarf klettern können. Dorthin können sie flüchten um Ruhe zu finden oder um die Nachbarn im Haus gegenüber zu beobachten. Auch für kleinere Grillpartys eignet sich das Studiofenster.

Die Eingangstüre ist selten abgeschlossen, jeder ist hier willkommen, sei es zum Essen, tratschen, weinen oder feiern.

---

<sup>77</sup> a.a.O., S.101

<sup>78</sup> Vgl. Stallings, S.36





Abbildung 7: Monicas Küche

Quelle: <http://www.friendstv.de/behindscenes/setdesignmovies/3picture1.htm> [Stand: 2002-08-30]

### 2.4.2 Joeys Appartement

Die Wohnung von Joey, die immer wieder in neuen Konstellationen bewohnt wird, stellt ein typischen Junggesellenbude dar. Die Frühstückstheke, eine Mikrowelle, der große Kühlschrank und der Kicker stehen einem sofort ins Auge. Es ist leicht nachvollziehbar, dass hier ein Single oder auch ein Single WG männlichen Geschlechts haust. Hier bei Joey finden die richtigen Männergespräche statt. Von der Zimmeraufteilung ist diese Wohnung identisch mit der Monicas, abgesehen von dem großen Studiofenster. Beide Wohnungen befinden sich im selben Haus, selber Stock, sie liegen sich direkt gegenüber. Dadurch ist man immer schnell bei seinen Freunden und auch schnell wieder zu Hause, wobei letzteres nicht so wichtig erscheint. Der Flur ermöglicht auch, dass man Leuten begegnet oder dass sich welche begegnen die sich nicht treffen sollten.<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> Vgl. ebd.

<sup>80</sup> Vgl. Stallings, S.38



Abbildung 8: Joeeys Appartement

Quelle: <http://www.friendstv.de/behindscenes/setdesignmovies/4picture3.htm> [Stand: 2002-08-30]

### 2.4.3 Das Central Perk

Das „Central Perk“ ist ein Café, entstanden nach dem Vorbildern aus den 60er Jahren mit einem „übertriebenen Wohnzimmercharakter, bis hin zu einer Theateratmosphäre“ Für jede Folge wird die Kunst im Café so verändert, wie es in „Village“ auch der Fall sein könnte. Ein Blick in die Straße des „Central Perk“ ist seit der zweiten Staffel möglich und damit auch ein Spielrahmen vor dem beliebten Treffpunkt.<sup>81</sup> Hier treffen sich die sechs Freunde jeden Tag um Probleme zu lösen oder sich den neusten Tratsch zu erzählen. Meist sind die *FRIENDS* dort nach Feierabend anzutreffen oder auch für eine längere Mittagspause. Im „Central Perk“ finden Phoebes Gesangsauftritte statt. Die Verabredungen der *FRIENDS* werden dort den anderen 5 New Yorkern zu Schau gestellt. In diesem Café hat *FRIENDS* angefangen, es war die Kulisse der ersten Szene. Hier trifft Rachel ihr alte Freundin Monica aus der High School wieder. Das Sofa ist der „Stammtisch“ und wird Fremden gegenüber verteidigt.

---

<sup>81</sup> Vgl. Stallings, S.39



Abbildung 9: Das „Central Perk“

Quelle: <http://www.friendstv.de/behindscenes/setdesignmovies/5picture1.htm> [Stand: 2002-08-30]

## 2.5 Titelsong

„I’ll be there for you...“ wird von den Rembrandts gesungen. Dieser Song ist unter der Überwachung der *FRIENDS*- Erfinder als Homage an den Liverpool Sound entstanden. Es entwickelte sich zum Hit und Pop- Klassiker, dass mit Gold ausgezeichnet wurde. Anfangs war es eine Titellied von 45 Sekunden Länge. Nachdem DJs ihn aufzeichneten und im Radio spielten, wurde eine Vollversion mit zusätzlichen Texten von Marta Kauffmann und David Crane herausgebracht. „I’ll be there for you...“ baut die Dynamik der Show auf.<sup>82</sup> Mit diesem Lied assoziiert der Höher *FRIENDS*.

... *When it hasn’t been your day, your week, your month or even your year. But I’ll be there for you ...* als Leitsatz der sechs Singles. Der Titelsong suggeriert, dass egal was auch immer passieren wird und egal in welchen Tiefen sich jemand befindet, es immer einen Freund da, der zu einem steht und hilft. Getreu dem Motto der selbstlosen Freundschaft basieren die Geschichten der *FRIENDS*.

---

<sup>82</sup> Vgl. Stallings, S.70

## 2.6 Komik - warum ist *FRIENDS* komisch?

*„Eine vollständige Theorie, die tatsächlich in der Lage wäre, das Zustandekommen jeglichen Lachens zu erklären, wäre das Ende des Komischen und deshalb alles andere als wünschenswert. Die Entzauberung des Lachens wäre eine Katastrophe für die Menschheit- möglicherweise sogar ihre Letzte!“<sup>83</sup>*

Trotz dieser Warnung von A. Michel- Andino wird im folgenden der Versuch gestartet die Komik in Situationskomödien anhand von *FRIENDS* darzustellen und zu erklären. Was ist Komik und weshalb wirkt die Komik lustig, witzig, erheiternd auf uns?

*„Komik [frz., von griech. Kōmikós, zu komisch]die, jegl. Art übertreibender, Lachen erregender Kontrahierung, sei es mit den Mitteln des Wortes in Vers und Prosa, der Geste, des Tons, der Farbe oder des Stifts, die Bildnerie oder durch eine Handlung selbst...“<sup>84</sup>*

In der Antike hat die Komik für Platon mit „Machtlosigkeit“ zu tun.<sup>85</sup> Sie findet in den „niederen Personen“ statt und spielt sich nicht in der „Moralischen Norm“ ab.<sup>86</sup> Für Aristoteles ist das Komische zwar „häßlich und verzerrt“, aber es ist nicht, wie die Tragödie, schmerzhaft.<sup>87</sup> Diese damals etwas negative Einstellung zum Thema hat sich heute ins positive verändert. Nach M. Collins Swabey ist das Lachen, das auf etwas komisches folgt, eine Hilfestellung für den Zuschauer „es verhilft uns zu einem besseren Verständnis unserer selbst und unserer Werte“.<sup>88</sup> Für J. Feibleman hat Komik nichts mehr mit Machtlosigkeit zu tun, sondern mit dem „Ästhetischen und der Logik“.<sup>89</sup> Dimitri<sup>90</sup> und Michel- Andino<sup>91</sup> zufolge unterliegt die Komik ebenfalls einer bestimmten Logik, den Gesetzmäßigkeiten: Widersprüchlichkeit, Übertreibungen, falsche Bezüge, Wortspiele, unerwartete Ereignisse, Naivität, Wiederholungen, Timing, Techniken der Pointensetzung. Damit die Komik sich zum Ausdruck bringen kann, bedient sie sich

---

<sup>83</sup> Michel- Andino, Andreas: Kleine Philosophie des Lachens: Ein Essay über das Phänomen des Komischen. Koblenz, 2000. S.15f.

<sup>84</sup> Brockhaus - die Enzyklopädie: in vierundzwanzig Bänden, Bd. 19. Leipzig [u.a.], 1993. S.201

<sup>85</sup> Nowak, Anneliese: Die amerikanische Filmfarce. München, 1991. S.13

<sup>86</sup> Vgl. ebd.

<sup>87</sup> Ebd.

<sup>88</sup> a.a.O., S.21

<sup>89</sup> a.a.O., S.20

<sup>90</sup> Vgl. Humor: Gespräche über die Komik, das Lachen und den Narren/ Dimitri. Hrsg. Dornach, 1995. S.28

<sup>91</sup> Vgl. Andino, S.62f



nach R. Jurzik des Witzes, der Ironie und des Humors.<sup>92</sup> „*Komik ist Verwandlungs- wie Verfremdungstechnik.*“<sup>93</sup>

Die Situation, der Moment in dem etwas komisches passiert, erfordert vom Menschen zu lachen. So lacht er aus Schadenfreude, Hohn, Verlegenheit, von Herzen und manchmal lacht er sich halb tot oder erleidet einen Lachkrampf.<sup>94</sup> Der Zuschauer kann lachen, da er die Charakteren wiedererkennt und wenn sich seine Erwartung den Fortgang der Handlung bewahrheitet.<sup>95</sup>

Immer wiederkehrenden Konflikte bilden den Hauptbestandteil von Sitcoms. Konflikte sind „*Das Herzstück jeden Dramas und jeder Komödie.*“<sup>96</sup>

Immer wiederkehrende Konflikte in *FRIENDS*, sind unter anderem:

- Konflikte der *FRIENDS*: z.B. Joey und Chandler: Gegenstand des Konfliktes ist ihre Wohngemeinschaft und Joeys niedriger Bildungsstand<sup>97</sup>
- Konflikte mit den Eltern: z.B. Monicas Mutter beschwert sich jedesmal, über das Aussehen ihrer Tochter und über ihre Lebenssituation, da Monica weder Ehefrau noch Mutter ist.<sup>98</sup>
- Konflikte mit Nebenrollen: z.B. Ross und Susan (die Lebensgefährtin seiner Ex-Frau) versuchen sich immer gegenseitig zu übertrumpfen und ihren Standpunkt vor Carol zu vertreten.<sup>99</sup>

Im Prinzip macht die Situationskomödie nichts anderes, als ganz normale Situationen aus dem Alltag herauszugreifen und diese übertrieben darzustellen. Die Charakteren gestalten die Situation mit kurzen witzigen Dialogen. Die folgenden drei Szenen sollen dies verdeutlichen. Unlustige Situationen werden lustig.

Episode 101 „Liebe? Nein doch nicht!“: die *FRIENDS* sitzen im „Central Perk“. Ross ist traurig über seine neue Situation als geschiedener Mann, und teilt sich Joey mit: „*Ich will aber gar kein Single sein. Verstehst Du. Ich will nur eins, ich will wieder verheiratet*

---

<sup>92</sup> Vgl. Jurzik, Renate: Der Stoff des Lachens : Studien über Komik. Frankfurt a. M., 1985. S.7

<sup>93</sup> a.a.O., S.8

<sup>94</sup> Vgl. a.a.O., S.14

<sup>95</sup> Vgl. Lach- und Clownstheater: die Vielfalt des Komischen in Musik, Literatur, Film und Schauspiel / Gerd Koch ; Florian Vaßen (Hrsg.). Frankfurt a. M., 1991. S.109

<sup>96</sup> Wolff; S.43

<sup>97</sup> Folge 112 „Italienische Massage“, (7:30 Min.)

<sup>98</sup> Folge 101 „Liebe? Nein, doch nicht“, (9:40 Min.)

<sup>99</sup> Folge 102 „Familienfreuden“, (19:50 Min.)

*sein.*“ In diesem Moment betritt Rachel im Brautkleid das Café. Das Unerwartete ist eingetreten, jemand äußert einen Wunsch und schon scheint er sich zu erfüllen. An dieser Stelle lacht das Publikum. Chandler rundet diese Situation mit *„Und ich, ich will eine Million Dollar“* ab. Wieder lacht das Publikum und das Geld für Chandler bleibt aus.<sup>100</sup>

Situationen in denen sich der Mensch bedroht fühlt oder Angst hat, werden vor der Augen der Zuschauer durch die Charakteren erlebt. Die künstlich geschaffene Distanz, ermöglicht dem Zuschauer über diese Momente lachen zu können.<sup>101</sup>

Episode 113 „Der Superbusen- Express“: Joey und sein Vater betreten das „Central Perk“ in dem die anderen *FRIENDS* es sich bereits gemütlich gemacht haben und sich mit Phoebes neuem Freund, einem Psychologen unterhalten. Bevor Joey und sein Vater diese Situation betreten, analysiert der Psychologe Chandlers Verhalten und trifft dabei den Nagel auf den Kopf: Chandler sei immer so lustig, damit er seine Mitmenschen auf Distanz halten und seine Fassade wahren könne. Joeyes Vater freut sich alle zu sehen und fragt nach ihrem Wohlbefinden. Er tritt dabei von einem Fettnäpfchen ins andere. Ross befragt er nach seiner Frau und zu Chandler gewandt: *„Chandler sag mal was lustiges. Du bist doch immer so humorvoll.“* Der Zuschauer lacht hier über die scheinbar versehentliche Verletzung von Gefühlen. Die künstliche geschaffene Distanz ermöglicht ihnen dies.<sup>102</sup>

Episode: 117 „Der Zweiteiler, Teil 2“: Joey hat eine neue Freundin und möchte diese an ihrem Geburtstag zum Essen einladen. Wegen der Wahl des Restaurants befragt er seine Freunde: *„Eine Frage. War einer von Euch schon mal in dem neuen Restaurant um die Ecke. Ob das wohl teuer ist?“* Darauf antwortet ihm Chandler: *„Nein, nur wenn Du was bestellst.“* Chandler, der die Antwort selbst nicht weiß, macht sich mit seinem trockenem Humor über Joey lustig, er weiß, dass Joey diesen Witz nicht versteht. Das Publikum hat ihn verstanden und lacht.<sup>103</sup>

Im Vergleich zu Molière, der in seinen Stücken dem Zuschauer die Freiheit der Reflexion läßt, unterdrückt die Sitcom das Reflektionsverhalten der Zuschauer.<sup>104</sup> Die Situationskomik bedient sich in ihren Dialogen der einfachen der normalen Sprache, die für die Zuschauer verständlich ist. Die Sprache und die Konflikte sind gewöhnlich, sie verlangen von ihren Rezipienten nicht, dass sie sich nach einer Episode den tieferen Sinn

---

<sup>100</sup> Folge 101 „Liebe? Nein, doch nicht!“, (3:18 Min.)

<sup>101</sup> Vgl. Jurzik, S.8

<sup>102</sup> Folge 113 „Der Superbusen- Express“, (4:23 Min.)

<sup>103</sup> Folge 117 „Der Zweiteiler, Teil 2“, (3:54 Min.)

<sup>104</sup> Vgl. Jurzik, S.178

der Handlung überlegen. Somit hat die Situationskomik zwar keinen intellektuellen Anspruch, aber sie bringt die Zuschauer mit ihrer Darstellung des Normalen im Kontext mit der Komik zum Lachen. Der Spaß und das Vergnügen, dass die Zuschauer dabei haben, ist eine der Grundlagen, um mit den Charakteren emotionale Beziehungen einzugehen.

## 2.7 Filmographische Daten

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick wer bei *FRIENDS* mitgewirkt hat. Von den Schauspielern bis hin zu Kostümdesigner sind alle aufgelistet.

Tabelle 1: Credits <sup>105</sup>

<b>Darsteller</b>	Jennifer Aniston Courtney Cox Arquette Lisa Kudrow Matt LeBlanc Matthew Perry David Schwimmer
<b>Created by:</b>	Marta Kauffmann und David Crane
<b>Co- executive Produzenten:</b>	Todd Stevens Sherry Blishing Plummer Brian Buckner Sebastian Jones
<b>Produzenten</b>	Wendy Knoller Mark Nunerth Dana Klein Borkow
<b>Co- Produzenten</b>	Rick Allen
<b>Associate producers</b>	Noel Bright Mary Rodriguez

<sup>105</sup> <http://www.nbc.com/Friends/credits/index.html> [Stand: 2002-09-08]

<b>Directors</b>	Kevin S. Bright Various
<b>Art director:</b>	John Schaffner Joe Stewart
<b>Casting director</b>	Leslie Litt
<b>Costume designer</b>	Debra McGuire
<b>Director of photography</b>	Nick McLean
<b>Music</b>	Michael Skloff
<b>Origination</b>	Burbank, California
<b>Produced by</b>	Bright/ Kauffmann/Cran Productions in association with Warner Bros. Television



## 3 *FRIENDS* im Medienverbund

### 3.1 Funktion des Medienverbundes

Wie schon so viele andere Serienstars finden sich auch die *FRIENDS* im Medienverbund wieder. Wer Lust hat, kann aus ihnen trinken, sie sich an die Wand hängen, eine Postkarte schreiben, ein ultimatives *FRIENDS*- T-Shirt anziehen, alle Staffeln auf DVD oder VHS Revue passieren lassen und zu einem der Begleitbücher den passenden Soundtrack anhören. Wer also von den Fans möchte, kann sich ganz fanatisch seinen *FRIENDS* hingeben.

Als Medienverbund bezeichnet die Medienwissenschaft:

*„d(e)as Zusammenfügen(s) und Zusammenwirken(s) der großen elektronischen Medien (Radio und Fernsehen) mit herkömmlichen Informationsträgern wie Buch...“<sup>106</sup>*

Das Resultat dieses starken Zusammenwirkens der einzelnen Produkte ist der Synergieeffekt.<sup>107</sup>

Der kommerzielle Medienverbund wendet sich bei *FRIENDS* an Jugendliche und junge Erwachsene und nicht an Kinder. Die Zielgruppe wirkt sich auch auf die Produktpalette aus, die nicht, wie bei Kindern alle Lebensbereiche dieser Zielgruppe betreffen. Es existieren keine Spielzeuge, Malbücher oder gar mit Lerninhalten gefüllte Bücher. Ein Medienverbund führt ein einheitliches Sortiment, d.h. eine Produkterweiterung ist durch vorhergehende Produkte bedingt. Die Grundlage für diesen Medienverbund bietet die Sitcom *FRIENDS* und nicht wie bei manchen anderen Serien ein Comic oder ein Buch.<sup>108</sup> Daraus läßt sich auch das Angebot der hier zugehörigen Produkte erschließen. Zuerst konnte man die Serie lediglich im Fernsehen sehen, dann auf Video und DVD. Ergänzt werden diese elektronischen Medien durch Begleitbücher, die Hintergrundinformationen und Nacherzählungen beinhalten. Des weiteren sind Poster für die stete Präsenz im eigenen Zimmer und zwei Musik- CDs im Handel erhältlich. Wobei ein Soundtrack zu einer Sitcom kein spezifisches Produkt ist. Auf ein Begleitbuch, die bisher erschienen VHS- Kassetten sowie die DVDs wird zu einem späteren Zeitpunkt, ebenso wird auf den Soundtrack, genauer eingegangen werden. Vom amerikanischen Markt, überwiegend durch den Vertrieb über das Internet, können auch Kaffeetassen,

---

<sup>106</sup> Gerke- Reineke, Judith: Gleikonte Medienhelden : Merchandising am Beispiel 'Pumuckl' , eine Untersuchung zum kommerziellen Medienverbund. Münster, 1995. S.11

<sup>107</sup> Vlg. a.a.O., S13

<sup>108</sup> Vlg. a.a.O., S15

T- Shirts , Sweatshirts, Baseball- Trikots und Schildmützen<sup>109</sup>, sowie ein Kartenspiel erworben und werden.<sup>110</sup>

Durch die Produkt- und Angebotsvielfalt zu einer Serie ermöglicht der Medienverbund dem jungen Zuschauer, durch den Besitz dieser Artikel, ein Zugehörigkeitsgefühl zu einer „Peer- Group“ zu entwickeln, mit der er sich identifizieren und auseinandersetzen kann. Zugleich setzt er sich von anderen Gleichaltrigen ab, indem er durch diese Gruppenzugehörigkeit einen erkennbaren Standpunkt vertritt.<sup>111</sup>

*„Nicht Distanz zu und Abstraktion von eigenen Bedürfnissen ist dabei gefragt, sondern das Erleben von Grandiosität und Allmacht, das Gefühl von Vertrautheit und Zugehörigkeit zur Medien- Generation. Und genau das versprechen die multimedialen Gegenstände“<sup>112</sup>*

Wer nun im Besitz eines oder mehrerer Begleitprodukten zu *FRIENDS* ist, der erfährt in seiner Peer- Group eine gewisse Anerkennung oder Prestige. Doch nicht ausschließlich der Besitz von Fan- Artikeln erhöht heute im Zeitalter des Internets das Gefühl der Zugehörigkeit, sondern auch das Mitglied sein in einem Fan- Forum. Hier ermöglicht das Medium Internet den „Mini- Religionen“ deren „oberstes Gebot ist, möglichst viel von den ‚Fetischen‘ und Symbolen dieser Religionen zu besitzen“<sup>113</sup>, eine Kommunikationsplattform.<sup>114</sup> Hier kann das Fan- sein ausgelebt werden und es läßt sich in Erfahrung bringen welche Produkte man besitzen sollte. Aus der durchgeführten Umfrage hat sich ergeben, dass bis auf wenige Ausnahmen, jeder Begleitbücher und DVDs besitzt. Die Fans bauen eine emotionale Bindung zu *FRIENDS* auf und sind an allem rund um die Serie und ihren Stars interessiert. Als am 4. September 2002 ein Community- Mitglied mit einem Thread informiert, dass in der neuen *YAM*- Ausgabe ein Poster der *FRIENDS* enthalten ist, reagieren zahlreiche Fans darauf sehr schnell und kaufen sich Zeitschrift für ca. EURO 1. 30 wegen eines einzigen Posters.<sup>115</sup> Sie sind dazu bereit weit mehr zu konsumieren, als bereits auf dem Markt angeboten wird. Unter den Wünschen befinden sich überwiegend Accessoires aus der Serie, z.B. die Ledersessel von Joey und Chandler, Joeys weißer Hund, Monicas Türrahmen, Joeys Riesenspiegel, Ross blauer enger Pullover, aber auch Produkte die nicht direkt aus der Sitcom sind, z.B. eine CD mit Phoebe's Songs, ein *FRI-*

---

<sup>109</sup> Vgl. <http://www.emerchandise.com/browse/FRIENDS/s.zWirkKLL> [Stand: 2002-08-20]

<sup>110</sup> <http://www.newyorkfirst.com/gifts/6003.html> [Stand: 2002-08-20]

<sup>111</sup> Vgl. Gerke, S.113

<sup>112</sup> Ebd.

<sup>113</sup> Ebd.

<sup>114</sup> Vgl. ebd., S113f.

<sup>115</sup> <http://www.always-friends.de/community/index.html> [Stand:2002-08-20]

*ENDS*- Monopolspiel, Unterwäsche bzw. Pyjamas. Die Fans haben ihrer Konsumbereitschaft keine Grenzen gesetzt. Die in der Umfrage vorgeschlagenen Produkte, haben sich ebenfalls als sehr begehrenswert herausgestellt.<sup>116</sup>

### 3.2 Die *FRIENDS*- Lizenz

Der Vertrieb von Serien und ihren begleitenden Produkten setzt den Erwerb von Lizenz(en) voraus. Unter dem Handel mit Lizenzen oder dem „Licensing“ ist die „*kommerzielle Vermarktung von Nutzungsrechten an bestimmten Schutzrechten*“<sup>117</sup> zu verstehen. Wie bereits erwähnt, ist *FRIENDS* als TV- Serie das Ausgangsprodukt. Der Lizenzgegenstand definiert sich nach seiner Herkunft und seinem Wesen und so liegt in diesem Falle eine Fernsehlizenz zugrunde. Hier setzt also die Ausstrahlung der amerikanischen Sitcom *FRIENDS* im deutschen Fernsehen voraus, dass Pro7 ordnungsgemäß die Lizenz erworben hat. Damit sich der Erwerb einer Lizenz als rentable erweisen kann, bedarf es einer emotionalen Bindung des Publikums und einer weiten Verbreitung des Produktes.<sup>118</sup> Die emotionale Bindung der Fans an die Serie ist durch das Medium Fernsehen gegeben. Das TV erreicht eine größere Masse als jedes andere Medium, es wird „*zum entscheidenden Multiplikationsfaktor, der aus beliebten Geschichten zugkräftige Geschäftsquellen macht.*“<sup>119</sup> Jeden Tag zur selben Zeit wird die Sitcom bei Pro7 ausgestrahlt. Auf eine gewisse Weise, wenn auch nicht aktiv, unterhält sich der Zuschauer mit der Serie und umgekehrt – „*Unique Communication Proposition*“.<sup>120</sup> Die *FRIENDS* sind bei den Zuschauer beliebt, jeder kennt die Charakteren und diese bieten den unterschiedlichsten Menschen eine Möglichkeit zur Identifikation. Somit sind automatisch die entscheidenden Faktoren für ein Lizenzprodukt erfüllt: Bekanntheit, Beliebtheit und Identifikationsmöglichkeit.<sup>121</sup>

In welchen Produktbereichen sind die *FRIENDS* als Lizenzprodukte im deutschen Handel wiederzufinden? In Publishing- Produkten, Audio- und Video- Produkten. Ein intellektueller Anspruch ist bei keinem dieser Produkte gegeben und doch erfüllen sie ihren Zweck, das Nacherleben und Nachlesen. Die Publishing- Produkte stehen zahlenmäßig an oberster Stelle der Lizenzprodukte, dies hängt damit zusammen, dass der Leser selbst bestimmen kann, wie schnell er liest oder sich die Bilder anschaut. Ein

---

<sup>116</sup> Vgl. Auswertung, Anhang A.2

<sup>117</sup> Lou, Michael A.: Die Vermarktung von Medienfiguren. In Beiträge Jugendliteratur und Medien 4/1995. S. 202

<sup>118</sup> Vgl. Bischof, Ulrike: Konfliktfeld Fernsehen: Lesen. Kindermedien zwischen Kunstanspruch und Kommerz, Neue Aspekte in Kultur- und Kommunikationswissenschaft. Wien, 1995. S.74f.

<sup>119</sup> a.a.O., S.78

<sup>120</sup> Vgl. a.a.O., S.83

Buch ist für eine längere Ewigkeit, während das Fernsehen „*ein flüchtiges Medium*“ ist.<sup>122</sup>

Für den Lizenzmarkt existieren weltweit Messen. In München die „Licensing Europe“, in London die „Brand Licensing“ und in New York die „Licensing International“. Diese Messen sind der Treffpunkt für Lizenzgeber, Lizenzagenturen, Lizenznehmer, Einkäufer aus dem Handel und Promotion- Partner. In Europa beläuft sich das Marktvolumen momentan von Lizenzen auf 6,9 Mrd. Euro. Auf einer solchen Messe können die Verlagsrechte beispielsweise an einem Begleitbuch direkt erworben werden. In Deutschland betrifft dieses Geschäft folgende Rechtsbereiche: Urheberrechtsgesetz, Kunsturhebergesetz, Warenzeichengesetz und Geschmacksmustergesetz, aber auch das BGB. Um nicht gegen die Gesetze zu verstoßen und um zu vermeiden, dass es zu einem Mißbrauch der erworbenen Produktlizenz kommt, arbeiten Inhaber von Schutzrechten mit Agenten zusammen. Diese sind für die Überwachung des rechtmäßigen Gebrauch der Lizenz verantwortlich und stehen als Vermittler zwischen den einzelnen Ländern und den Inhabern bereit.<sup>123</sup> Bei Lizenzverträgen, besonders dem „*englischsprachige(n) Lizenzvertrag ausländischen Rechts*“<sup>124</sup>, mit Ländern in denen nicht das EU- Recht und die EU- Normen geltend sind, können Probleme entstehen. Um möglichen Problemen entgegenzuwirken empfiehlt Michael A. Lou folgende vier Punkte:

1. *Prüfung beim Lieferanten des Bildes, ob er alle Rechte, die für die beabsichtigte Nutzung erforderlich sind, hat und diese schriftlich absichern.*
2. *Prüfung bei der geplanten Nutzung von Marken, ob diese ggf. bereits beim Patentamt oder anderweitig seitens Dritter geschützt sind.*
3. *Aushandlung der Konditionen für die geplante Nutzung geschützter Rechte unter genauer Angabe der spezifischen Nutzung*
4. *Hinzuziehung eines auf diesem Gebiet erfahrenen Rechtsanwalts und/ oder renommierten Lizenzagenten*<sup>125</sup>

Der Lizenzgeber legt dem Lizenznehmer zusätzliche Richtlinien, einen „Styleguide“ auf, an den er gebunden ist. Dieser „Styleguide“ enthält genaue Angaben über die

---

<sup>121</sup> Vgl. a.a.O., S.82

<sup>122</sup> Vgl. a.a.O., S.86f.

<sup>123</sup> Vgl. Lou, S.204f.

<sup>124</sup> a.a.O., S.205

<sup>125</sup> Ebd.

„Proportionen, die Schriftproben, die Farbskalen...“.<sup>126</sup> Die Vorgaben sollen vermeiden, dass die Medienhelden z.B. *FRIENDS* nicht in verfälschter Weiße wiedergegeben werden und somit dem Image Schaden zugefügt werden könnte.<sup>127</sup>

Der Handel mit Lizenzen bleibt mit einem Risiko verbunden. Eine erfolgversprechende Garantie auf eine Lizenz gibt es nicht. Wichtig sind die bereits beschriebenen Faktoren für ein Lizenzprodukt: Bekanntheit, Beliebtheit und Identifikationsmöglichkeit.

### 3.3 *FRIENDS* im Buch

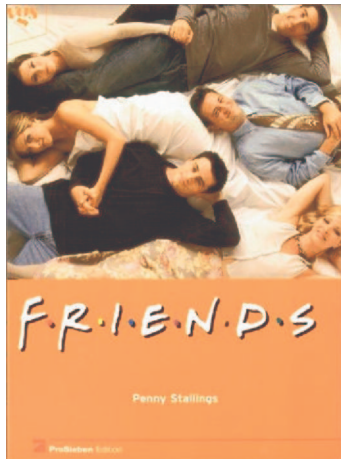


Abbildung 10: *FRIENDS*- Cover

Quelle: <http://www.always-friends.de/shop-buch.html> [Stand: 2002-08-20]

#### *FRIENDS*- 6 Singles in New York von Penny Stallings

Im Jahr 2000 im VGS- Verlag erschienen, ist dies das einzige Begleitbuch zur Sitcom auf Deutsch.

Das Cover zeigt die sechs Mittzwanziger gemeinsam auf einer Matratze liegen. Sie lächeln zufrieden und man sieht ihnen sofort an dass sie miteinander befreundet sind, denn mit bloßen Bekannten würden man nicht so eng aneinander liegend faulenzern.

„Herzlich willkommen im Club der Friends- Fanatiker!“<sup>128</sup> begrüßt das Vorwort den Leser und teilt ihm gleich mit, dass wer das Vorwort liest ein Fanatiker sein muß, denn sonst würde er es ja nicht lesen.<sup>129</sup> Das Begleitbuch nimmt den „Fanatiker“ in die *FRIENDS*- Gemeinde auf, denn die *FRIENDS* „denken wie ihr, fühlen wie ihr. Es ist (sogar

<sup>126</sup> Merchandising am Beispiel "Teletubbies" / Georg Kerter, 2000. Stuttgart, Fachhochschule, Dipl.-Arb., 2000. S.12

<sup>127</sup> Vgl. ebd.

<sup>128</sup> Stallings, S.5

<sup>129</sup> Vgl. ebd.

so) als würden sie euch genauso zuschauen, wie ihr ihnen zuschaut.“<sup>130</sup> Mit diesem Gefühl so herzlich aufgenommen worden zu sein, ja sogar einer von ihnen zu sein, ein richtiges Familienmitglied zu sein kann man sich nun „zurücklehnen- und genauso viel Spaß mit diesem Buch haben“<sup>131</sup> wie Penny Stallings und das *FRIENDS*- Team.

Auf den folgenden 150 Seiten werden alle Episoden der zweiten und dritten Staffel nacherzählt, sie sind mit Fotos und kleinen Anekdoten versehen. Zwischen den Nacherzählungen befinden sich Farbfotos, die ohne Text noch einmal ein paar Momente der beiden Staffeln ins Gedächtnis rufen, und die *FRIENDS* von ihrer schönen Seite zeigen. Die Portraits informieren über Kindheit der Stars und ihre Ausbildung, ihren Weg zu *FRIENDS*, wo sie im Leben stehen und was der eine oder andere Kollege über ihn sagt. Ebenfalls bekommt man Hintergrundwissen über „das einfallsreiche *Friends*- Set-Design“ und den Titelsong vermittelt. Der Leser kommt durch die Fülle an Informationen seinen Stars näher und bezeichnet das „zweifelloso maßgebliche(n) Handbuch“<sup>132</sup> als „*absolutes Muß*“<sup>133</sup> für einen Fan. Auf der letzten Seite verweist das Buch noch auf die VHS- Kassetten zur ersten Staffel. Bei Amazon.de erreichte dieses Buch bisher einen Verkaufsrang von 9079.<sup>134</sup>

Bedauerlicherweise fehlt die erste Staffel in diesem, von Fans, sonst gut beurteilten Buch. Zum Leid der deutschsprachigen Fans ist bis jetzt kein weiteres Begleitbuch vom VGS- Verlag für Deutschland geplant.<sup>135</sup>

### 3.4 *FRIENDS* auf VHS und DVD

Neben dem oben beschriebenen Begleitbuch konsumieren die Fans ihre *FRIENDS* auf DVD und VHS. Diese werden von der Warner Home Video GmbH vertrieben.

Auf VHS sind bisher die Staffeln 1- 5 in deutscher Sprache erschienen. Auf jeder Kassette befinden sich jeweils vier Folgen einer Staffel. Zunächst auf deutsch und dann die selben Folgen noch mal auf englisch. Die Videokassetten sind einzeln oder als Sammelbox im Handel erhältlich. Auf jedem Cover sind die 6 *FRIENDS* in unterschiedlichen Posen abgebildet. Die Gestaltung der Boxen und Kassetten ist von Staffel zu Staffel unterschiedlich. Bei der ersten Staffel auf VHS ist das Cover der Kassette, die die Folgen 1- 4 enthält, identisch mit dem des deutschsprachigen Begleitbuches. Auf dem Rücken befinden sich zwei Bilder und kurze Inhaltsangaben zu den Folgen inklusive

---

<sup>130</sup> Ebd.

<sup>131</sup> a.a.O., S.9

<sup>132</sup> a.a.O., Buchrücken

<sup>133</sup> Amazon- Kundenrezensionen 1. Und 2., Anhang C

<sup>134</sup> <http://www.amazon.de> [Stand: 2002-09-17]

<sup>135</sup> Amazon- Kundenrezensionen 3., Anhang C

deutschem und englischen Titel. Die Folgen 1- 20 sind ohne Altersbeschränkung gemäß §7 JÖSchg FSK freigegeben, die Folgen 21- 24 sind erst ab 6 Jahren freigegeben. Die Episoden können ohne die störenden Werbeblöcke gesehen werden, abgesehen von der Vorabwerbung für Filme von Warner, die ebenfalls auf VHS erhältlich sind. Die Fans sind von diesem Produkt begeistert, es gefällt ihnen die Sitcom synchronisiert und im Original zu sehen.<sup>136</sup>

Auf DVD sind auf dem deutschen Markt und deutschsprachig die Staffeln 1- 5 erhältlich. Die äußere Gestaltung der jeweiligen Staffel ist nicht mit der parallelen VHS- Edition identisch. Eine Box enthält 4 DVDs, wobei auch hier jede DVD einzeln erworben werden kann.<sup>137</sup> Die DVD bietet neben den Episoden auf Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch auch Untertitel in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch, Italienisch, Türkisch und Dänisch. Zusätzlich bietet das DVD- Set spezielle Features wie interaktive Menüs und Szenenauswahl. Die DVDs sind internetfähig und beinhalten zusätzlich das Musikvideo The Rembrands "I'll Be There For You". Eine Amazon- Kundin und ihr Mann sind so begeistert von dem DVD- Set, dass sie bekunden, sich trotz schönem Wetter lieber ihrer Leidenschaft *FRIENDS* hingeben.<sup>138</sup>

### 3.5 Die Musik- CDs

Die beiden bisher erschienenen Musik- CDs zu *FRIENDS* enthalten Lieder, die im Laufe der Staffeln 1 bis 6 angespielt worden sind. Jede CD enthält den Titelsong in der TV- Version und in einer weiteren Version. Zwischen den einzelnen Songs sind die Sprüche von Monica, Rachel, Phoebe, Ross, Chandler und Joey zu hören. Dadurch unterscheiden sich die beiden Musik- CDs von den anderen Soundtracks und spiegeln somit den individuellen Charakter der *FRIENDS* wieder.<sup>139</sup> Der aufmerksame *FRIENDS*- Fan kann die Lieder bestimmten Szenen zuordnen. Erinnerungen an *FRIENDS* werden geweckt. Der erste Soundtrack „*FRIENDS*- Soundtrack“ ist 1995 im Warner Label erschienen, es folgte 1999 „*FRIENDS*- Again“. Die zuerst erschienene CD zeigt auf ihrem Cover das selbe Bild der *FRIENDS*, wie es auch auf dem Begleitbuch von Penny Stallings und der ersten Staffel auf VHS und DVD, bereits zu sehen ist. Von den Befragten besitzen 11 der 25 Mädchen und jungen Frauen diese CDs, das Interesse der 11 Jungen und jungen Männern an diesem Produkt ist nicht vorhanden.<sup>140</sup>

---

<sup>136</sup> Vgl. Amazon- Kundenrezensionen 4., Anhang C

<sup>137</sup> <http://www.amazon.de> [Stand:2002-09-17]

<sup>138</sup> Vgl. Amazon- Kundenrezensionen 5., Anhang C

<sup>139</sup> Vgl. Amazon- Kundenrezensionen 6., Anhang C

<sup>140</sup> Vgl. Auswertung, Anhang A.2



### 3.6 Die offizielle *FRIENDS*- Page



Abbildung 11: *FRIENDS*- Container

Quelle: <http://www.friendstv.de> [Stand: 2002-09-20]

Im Zeitalter des Internets darf eine der erfolgreichsten Sitcoms der USA im www-Dschungel nicht vermißt werden. Zu erreichen ist die offizielle deutsche *FRIENDS*-Seite von Warnerbrothers bei Pro7 unter der Kategorie „Serie & Kult“. Durch einen Mausklick auf „enter“ öffnet sich der „Container“ in dem die 6 Mittzwanziger auf einem Baubalken sitzend über New York fröhlich strahlend warten. Im Hintergrund ertönt dazu „I’ll be there for you...“ von den Rembrandts.

Im Menüpunkt „Besetzungsbio graphien“ kann man sich neben den Biographien der Schauspieler noch ein ca. halbminütige Sequenz der entsprechenden Charaktere ansehen. „Hinter den Kulissen“ erfährt man näheres über die Schöpfer, Produzenten, den Kostümentwurf und das Set- Design. Ein kleiner virtueller Rundgang auf dem Set wird ermöglicht. Im „Fotoalbum“ werden Gruppenfotos und Einzelportraits zum download bereitgestellt. Wer sich ins „Central Perk“ begibt, kann sich nochmals die Kulissen anschauen oder den Imbiß seines Lieblings- *FRIENDS* und ein Getränk „Java“ inklusive Rezept „bestellen“. Über „Video“ und „Einkaufen“ wird man direkt zu dem entsprechenden Produkt bei Amazon.de weitergeleitet. Das Memory- Spiel „Heiratsvemtter“ verbirgt sich hinter dem Navigationspunkt „Stuff“. Auch „E- Cards“ mit vier verschiedenen *FRIENDS*- Motiven können hier über direkte Verlinkung zu WeB- Cards von Warner versendet werden. Der „Episodenguide“ gibt in knappen zwei bis drei Sätzen den Inhalt jeder Episode der ersten fünf Staffeln wieder. Wie die einzelnen *FRIENDS*: Monica,



Rachel, Phoebe, Ross, Chandler und Joey über Verabredungen, Freunds und Arbeiten denken, lässt sich über „FRIENDISMEN“ in Erfahrung bringen.<sup>141</sup>

Im Vergleich zu der offiziellen englisch sprachigen Seite von Warner Brothers wirkt die deutsche Version weniger spektakulär. Durch ein höheres interaktives Angebot, der Möglichkeit einen Newsletter zu abonnieren, sich Bildschirmschoner downloaden zu können, die *FRIENDS* einzukleiden, einem Episodenguide der den Inhalt in weit mehr als nur zwei bis drei Sätzen wiedergibt, eine Fülle an Fotos... wirkt die Seite von Warner Brother zwar leicht überladen, ist aber viel informativer und interessanter.<sup>142</sup>

---

<sup>141</sup> <http://www.prosieben.de/serie/friends> [Stand: 2002-09-20]

<sup>142</sup> <http://www2.warnerbros.com/friendstv/index.html> [Stand: 2002-09-20]

## 4 Medienrezeption und Fanverhalten

In diesem Kapitel soll dargestellt werden, wer die Zielgruppe von *FRIENDS* ist. Des Weiteren interessiert, in wie die Zielgruppe sich mit der Serie auseinandersetzt, welche Bedeutung sie der Sitcom in ihrem Alltag zukommen läßt. Es wird auch der Frage nachgegangen, was ein Fan ist und wie er sich verhält.

Um einen tieferen Einblick in die *FRIENDS*- Fan- Gemeinde zu erhalten, wurde eine Umfrage in einen Thread des Fan- Forums „always-friends.de“ gestellt. Von dem im Anhang A.1 abgedrucktem Fragebogen wurden 40 Stück beantwortet, hiervon waren 36 auswertbar. Die vollständigen Ergebnisse dieser Umfrage, sind dem Anhang A.2 zu entnehmen. Auf den folgenden Seiten werden Teilergebnisse zitiert.

Die Zielgruppe läßt sich über die Erhebung der Einschaltquoten der Altersgruppen erschließen. Auf Pro7 ist die dritte Staffel *FRIENDS* im Vorabendstripping ab 18:00 Uhr zu sehen. Am 12.09.02 erzielt Pro7 mit dieser Serie in der werberelevanten Zielgruppe der 14- 49-Jährigen einen Marktanteil von 14,6%. Der Sendeplatz am Samstag um 14:00 Uhr erzielte am 07.09.02 in der selben Gruppe einen Marktanteil von 15,1%.<sup>143</sup> Zwei Jahre zuvor erreichten die *FRIENDS* am Samstag bei den 14 bis 49-Jährigen einen Anteil von 13,0% und bei den 14- 29-Jährigen beträgt der Marktanteil 21,2%.<sup>144</sup> Die Zielgruppe bewegt sich demnach im Altersbereich der 14- 29-Jährigen. Die Teilnehmer der oben genannte Umfrage liegt zwischen 13 bis 16 Jahren.<sup>145</sup>

Welche Bedeutung hat *FRIENDS* in der Zielgruppe der 14 bis 29-Jährigen?

Die Sitcom verschafft den Jugendlichen einen Raum für sich. Während sie *FRIENDS* sehen, dürfen mehr als die Hälfte der Befragten nicht gestört werden.<sup>146</sup> Die Serienzeit ist ihre persönliche Zeit. Sie sehen täglich *FRIENDS* und in ihrer „*FRIENDS*- Phase“ den ganzen Tag.<sup>147</sup> Daraus läßt sich schließen, dass sie ihren Tagesablauf in Abhängigkeit der Sendezeit gestalten, so dass sie sich pünktlich um 18:00 Uhr bzw. 14:00 Uhr ihre Serienzeit nehmen können. Die Sitcom erhält demzufolge, wie die Daily Soaps, eine situative Bedeutung im Leben der Fans.<sup>148</sup>

---

<sup>143</sup> <http://www.sevenonemedia.de> [ Stand: 2002-06-13]

<sup>144</sup> Vgl. Schumacher/ Hammer, S.570

<sup>145</sup> Vgl. Auswertung, Anhang A.2

<sup>146</sup> Auswertung, Anhang A.2

<sup>147</sup> Vgl. Antworten, Anhang A.3

<sup>148</sup> Vgl. Götz, S.371

Die Jugendlichen erkennen sich in den Charakteren wieder und fühlen sich durch sie bestärkt. Die meisten Mädchen finden sich in den Figuren Rachel und Monica wieder. Sie identifizieren sich mit ihr, weil „sie mir am ähnlichsten ist“ oder „meine Freunde sagen ich bin wie sie“, aber auch weil sie mit ihnen mitfühlen können, sich in die Figuren hineinversetzen können. In Ross erkennen sich fünf von elf männlichen Teilnehmern aus der oben genannten Umfrage wieder, weil „ich auch eher ruhig und nachdenklich bin, nicht so witzig, dafür aber klug“. Mit der Figur Chandler können sich vier der Jungs identifizieren, „weil der Humor aus meinem Geist stammen könnte“. Die etwas außergewöhnlichen Serienfiguren Phoebe und Joey, die „Verrückte“ und der „Dumme“, erfüllen für einen kleineren Teil die Möglichkeit der Identifikation. Rachel weckt in einigen Mädchen den Wunsch, genauso zu sein wie sie.<sup>149</sup> Diesen Wunsch führt Maya Götz darauf zurück, dass dies häufig in Verbindung steht mit „*einem selbst erlebten Defizit und dem Gefühl von Unzulänglichkeit und Überforderung*“.<sup>150</sup>

In einer gewissen Art und Weise gehen die Fans parasoziale Liebesbeziehungen mit den Figuren ein, bzw. würden gerne eine der Charakteren sein, um eine Beziehung mit einer bestimmten Person führen zu können.<sup>151</sup> Die Figur Ross ist von keinem der befragten Jungs der Lieblings- FRIEND, seine Rolle würden sie aber gerne spielen. Die Gründe dafür sind in Ross Beziehung zu Rachel finden: „weil ich dann Rachel küssen darf“ „da könnte ich planloses Geschwätz von mir geben und trotzdem Rachel um den Finger wickeln“. Die befragten Mädchen wünschen sich ebenfalls eine Liebesbeziehung mit den FRIENDS eingehen zu können. Sie entscheiden sich für Monica „weil sie in Chandler verliebt ist“, „weil sie Chandler küssen darf“ und für Rachel aus den gleichen Gründen „um mit Ross zusammen sein zu können“.<sup>152</sup>

Ansonsten sind die Charaktereigenschaften ausschlaggebend, um einer der sechs FRIENDS sein zu wollen. Überwiegend finden die Fans alle sechs FRIENDS cool, witzig, lustig, sarkastisch, zynisch, sexy, hübsch, modern, verrückt, planlos und sie wären gute Kumpel, die man unbedingt kennenlernen wollen würde.<sup>153</sup>

Das Thema Beziehung ist den Fans sehr wichtig. Sie haben ihre Traumpaare, ihr Idealvorstellung von Partnerschaft, wie sie sie selbst gerne hätten. Das beliebteste

---

<sup>149</sup> Vgl. Auswertung, Anhang A.2

<sup>150</sup> Götz, Maya: Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von 10- bis 15-Jährigen: Seifenblasen zwischen „leicht verdaulicher Unterhaltung“ und „ein Raum für sich“. In *TelevIZion* 13/2000/2. S.57

<sup>151</sup> Vgl. a.a.O., S.58

<sup>152</sup> Auswertung, Anhang A.2

<sup>153</sup> Auswertung, Anhang A.2

Pärchen sind für die befragten Mädchen Monica und Chandler und bei den Jungs Ross und Rachel. Im Fan- Forum gibt es für jedes Paar einen eigenen Thread. Dort werden dann noch einmal die schönsten Momente der Beziehungen nacherzählt und detailliert darüber diskutiert.

Die Diskussionen gehen weit über die einzelnen Beziehungskisten hinaus. Die Fans nehmen jedes noch so kleine Detail aus den einzelnen Episoden heraus und stellen es zur öffentlichen Diskussion bereit. Auf die Frage in der Umfrage „Du wirkst bei der Produktion mit, was würdest Du ändern?“ haben wenige mit „Nichts“ geantwortet. Die restlichen der Befragten würden gerne mehr Outtakes zeigen, Phoebe mehr Spielraum geben und Ross weniger peinlich gestalten. Alles, was mit der Sitcom und mit ihren Darstellern zu tun hat, ist für sie von größter Bedeutung, sie machen sich darüber ernsthaft Gedanken.<sup>154</sup>

Was ist also ein Fan, was läßt den Fan zum Fan werden, ab wann kann man von sich behaupten „Ich bin ein *FRIENDS*- Fan!“?

Bei dieser Frage scheiden sich die Meinungen der Befragten. Für die einen ist es ausreichend, wenn man die Sitcom gerne schaut, Begeisterung aufbringt und sie genießt. Für die nächsten muß über die Situationskomik gelacht werden können und es ist wichtig die Serie regelmäßig anzuschauen. Die Mehrheit der Befragten stellt bei weitem höhere Ansprüche an einen Fan. Ihnen zufolge muß der Fan von den *FRIENDS* besessen sein, er besitzt Begleitprodukte, wird zum Sammler, der alles über die Serie und die Schauspieler zusammenträgt, er kennt die Zusammenhänge, er läßt für die Sitcom alles stehen und liegen, ist in Foren aktiv, beschäftigt sich in seiner Freizeit mit dieser Serie, er kann sich stundenlang über seine Lieblinge unterhalten und holt sich selbst bei Ausflugs Wetter seine tägliche Ration *FRIENDS*. Ein einziges Mädchen hat keine Fan- Formel schriftlich fixiert, sie meinte auf diese Frage „*man muß sich nicht auszeichnen, wenn man es guckt, freut mich das.*“<sup>155</sup>

Abschließend läßt sich feststellen, das die Fans *FRIENDS* nicht nur wegen der Komik anschauen, sondern sie ihnen persönlich etwas bedeuten. Die Figuren bieten eine Spiegel- Funktion an und die Fans entwickeln Wunschvorstellungen, wie sie einerseits gerne wären und welche Arten von Partnerschaften ihren Wertvorstellungen entsprechen. Die jugendliche Fans dieser US- Sitcom verhalten sich sehr ähnlich, wie die Anhänger von Daily Soaps. Die hier thematisierte Sitcom wird nicht wie Seifenopern als

---

<sup>154</sup> Vgl. Auswertung, Anhang A.2

<sup>155</sup> Auswertung, Anhang A.2

Ratgeber oder hochwertiges Informationsmittel genutzt.<sup>156</sup> Auch müssen die Rezipienten ihre parasozialen Beziehungen zu den Figuren, wie es in Daily Soaps der Fall ist, nicht aufgeben, da die Schauspieler bzw. ihre Charakteren fester Bestandteil der Serie sind und nicht ausgewechselt oder durch Tod ausscheiden werden.<sup>157</sup> *FRIENDS* ist zu einem Bestandteil der Freizeit seiner Fans geworden, der mehr als die 30 Minuten Sendezeit am Tag in Anspruch nimmt. Sie beschäftigen sich mit Sammeln von Informationen über die Serie und über die Stars. Zusätzlich suchen sie Kommunikationsmöglichkeiten, um sich über ihr großes Interesse an der Serie austauschen zu können. Eine Möglichkeit des Austausches bieten unter anderem entsprechende Fan- Foren und Fan- Sites im Internet. Auf eine dieser privaten Sites, inklusive Forum, wird im folgenden Kapitel eingegangen werden.

#### 4.1 Fan-Site „always-friends.de“

Die private Fan- Site „always-friends.de“ ist eine sehr übersichtlich gestaltete Homepage. Sie ist frei von unnötigen Animationen und den Popup- Fenstern. Die Einstiegsseite gibt dem Benutzer sofort einen Überblick, welche Informationen die unterschiedlichen Rubriken anbieten. Die einfache Navigation hilft dem User, dass er sich in dem vielfältigen Angebot schnell zu recht findet und auf den kürzesten Weg an sein Ziel kommt. Das Angebot besteht aus Informationen rund um die Sitcom und vermittelt auch Hintergrundwissen. So kann man unter anderem in Erfahrung bringen, wie eine Episode entsteht. Alles, was auch nur annähernd mit *FRIENDS* und den Schauspielern zu tun hat, wird ebenfalls auf dieser Fan- Site angeboten. In der Rubrik Multimedia stehen unter anderem Bildschirmschoner, Fotos und Video- Trailer zum Download zur Verfügung. Die Seite wird von einem Webmaster und einer weiteren Person, die hauptsächlich für die Graphiken und Banner zuständig ist, gepflegt.<sup>158</sup>

Die kommunikationsbedürftigen Fans finden ihre Befriedigung im integrierten Forum von „always-friends.de“. Das Forum ist im März 2002 eröffnet worden und zählt momentan 417 angemeldete Mitglieder. Den Mitgliedern, aber auch den Gästen, stehen verschiedene Bereiche zur Verfügung: *FRIENDS* Themen, Allgemeine Themen und Fragen, Anregungen & Feedback. Jeder Bereich ist nochmals speziell unterteilt.

Dieser Ort bietet den Fans die Möglichkeit, sich über *FRIENDS* und ihre sonstigen Alltagsprobleme auszutauschen, zu diskutieren und sich gegenseitig zu helfen. Unter einem Pseudonym können sie sich so einbringen wie sie es möchten. Die Forum- Mit-

---

<sup>156</sup> Vgl. Götz. In TelevIZion 13/ 2000/2. S.53

<sup>157</sup> Vgl. Götz, S.116

<sup>158</sup> <http://www.always-friends.de/index.html> [Stand: 2002-07-20]

glieder kennen sich nicht von der Schule, dem Freundeskreis oder vom Arbeitsplatz. Sie stehen sich anfangs völlig neutral gegenüber und sind nicht voreingenommen. Durch die Wahrung der eigenen Identität kann sich jeder so darstellen, wie er es eventuell im Alltag durch seine Umwelt bedingt nicht kann. Sie können sich witzig, cool, naiv, dummlich, intelligent, zynisch... darstellen. Jeder „Newbie“ wird aufs herzlichste begrüßt und in die große *FRIENDS*- Familie aufgenommen. Die Fans behandeln sich sehr freundschaftlich und sie sind immer füreinander da. Sie gratulieren sich zum Geburtstag, sagen sich Guten Morgen und Gute Nacht, auch verabschieden sie sich, wenn sie verreisen und geben an, wie lange sie nicht im Forum anwesend sein können.

„Friends Allgemein“ ist der größte Bereich des Forums. Hier diskutieren die Fans über alles was sie an der Serie und ihren Schauspielern gut finden, oder was ihnen mißfällt. Gemeinsam machen sie sich Gedanken darüber warum die neunte Staffel die letzte sein soll, wie *FRIENDS* ausgehen wird und warum noch eine zehnte Staffel gedreht werden könnte.

Eine der größten Leidenschaften der Fans sind die verschiedenen Beziehungen in *FRIENDS*. Über mehrere Seiten huldigen sie ihren Traumpaaren und schmelzen bei Zitaten von Liebeserklärungen dahin. Zum Teil fließen Tränen, sobald sie sich bestimmte Szenen, wie die Hochzeit von Monica und Chandler, noch einmal ansehen. Doch nicht nur die Sitcom- Liebeleien, sondern auch die realen Partnerschaften der Stars stellen ein brisantes Thema dar. Dies trifft im Besonderen die Ehe von Jennifer Aniston mit Brad Pitt.

Die einzelnen Episoden werden bis ins letzte Detail diskutiert und auf Fehler und besonders gute Szenen hin untersucht. In diesen Zusammenhang kommt auch immer wieder das Thema Synchronisation zur Sprache. Die Fans bevorzugen überwiegend die englische Version und beschweren sich über teilweise schlecht übersetzte Dialoge.

Die Mitglieder informieren sich gegenseitig über die neuesten Download- Möglichkeiten von Folgen, Fernsehauftritten der Schauspieler, Songs, Bildern etc.. Man erfährt auch welche Produkte auf den Markt gekommen sind und was es Neues auf ebay zu ersteigern gibt. In einer gemeinsamen Aktion haben sechs Mitglieder im Sommer einen *FRIENDS*- TV Guide ersteigert. Jeder hat die Ausgabe mit seinem Lieblings- *FRIENDS* erhalten und die Kosten wurden gerecht aufgeteilt.<sup>159</sup>

Zur Erheiterung bzw., zum allgemeinem Zeitvertreib gibt es im Off- Topic ein Fun & Thoughts- Forum. Hier ist Platz für beliebte Spiele, wie z.B. das Wort- für Wort- Spiel

---

<sup>159</sup> <http://www.always-friends.de/community/index.html> [Stand:2002-10-03]

oder Rätsel und Witze. Zusätzlich besprechen die Fans hier ihren Liebeskummer, sehr einfühlsam und mit verständnisvollen Worten leisten sie sich gegenseitig seelischen Beistand und geben sich gut gemeinte Ratschläge. Sie tauschen sich über Bücher aus, die sie gut finden und gerade lesen, sie berichten über ihre Lieblingsgerichte. Zum Teil sind sie kreativ und entwickeln ihre eigenen Fotostorys oder *FRIENDS*- Geschichten und berichten von ihren Träumen, die von den *FRIENDS* handeln.<sup>160</sup>

Das Forum bietet den Jugendlichen eine Plattform für Anerkennung, Respekt und Freundschaft an. Sie bezeichnen sich selbst als „Tolle Truppe“, die „tolerant“ ist und deren Mitglieder sich trotz unterschiedlichen Meinungen „alle so lieb haben“. Hier können sie ausgiebig ihr Fan- Sein ausleben ohne dafür Spott oder Verachtung zu ernten. Sie sind keine Außenseiter, sondern ein festes Mitglied dieser virtuellen Familie mit der sie sich identifizieren können und mit der sie einen Teil ihrer Freizeit gemeinsam verbringen.<sup>161</sup>

---

<sup>160</sup> <http://www.always-friends.de/community/index.html> [Stand:2002-10-03]

<sup>161</sup> <http://www.always-friends.de/community/index.html> [Stand:2002-10-03]



## 5 Resümee

Die Situationskomödie ist ein beliebtes amerikanisches Serienformat. Eine Staffel besteht aus ungefähr 24 Episoden, die alle nach ein und demselben Prinzip produziert werden.

Die Konzeption von Sitcoms ist vergleichbar mit Daily Soaps. Die Serienformate orientieren sich an den Bedürfnissen der Zuschauer, entsprechend werden die Figuren und ihre Lebensumstände dargestellt. Die stereotypen Figuren: der Ungebildete, der Draufgänger, der Intellektuelle, die Verrückte, die Hübsche und die Fürsorgliche, bieten jedem Zuschauer eine Möglichkeit zur Identifikation. Er kann sich in einer Charaktere oder in einzelnen Verhaltenssegmenten wiederfinden. In den dargestellten Situationen und Problemen ist es dem Zuschauer möglich, sich wiederzuerkennen und er fühlt sich dadurch von der Serie bestätigt.

Sitcoms überzeichnen normale Alltagssituationen mit viel Witz und Humor. Die Grundthemen und Konflikte wiederholen sich immer wieder. In der hier behandelten Sitcom *FRIENDS* werden in jeder Folge hauptsächlich Beziehungen zum Konflikt. Konflikte bilden die Grundlage für die Komik, die Charakteren und ihre Handlungen. Alle Episoden der Sitcom sind gleich strukturiert, sie unterscheiden sich lediglich im Figurenensemble, dem Handlungsort und den Themenschwerpunkten.

Die *FRIENDS*- Charakteren Monica, Rachel, Phoebe, Ross, Chandler und Joey sind bei den Jugendlichen und jungen Erwachsenen sehr beliebt, weil sie die Probleme der jungen Leute thematisieren. Die Charakteren unterscheiden sich kaum von anderen Mittzwanzigern, sie werden lediglich etwas überspitzt dargestellt. Ein weiterer Unterschied besteht darin, dass alle Konflikte komisch dargestellt werden und der Zuschauer sich hierbei amüsieren kann. Je länger man sich mit der Komik in Situationskomödien befaßt, desto weniger lustig empfindet man die künstlich geschaffene Komik. Im Besonderen verlieren die „Running- Gags“ ihre witzige Wirkung. Die Daily Soaps zeigen hingegen das Leben verschiedener Altersgruppen, aber sie sind nur selten lustig, sie wirken dramatischer. Während in einer Sitcom die Grundkonstellation der Figuren mit ihren Darstellern gleich bleiben muß, sind Soap- Figuren austauschbar.

Der kommerzielle Medienverbund bietet den Fans serienbegleitende Produkte an. Auf dem deutschen Markt können VHS- Kassetten, DVDs, Musik- CDs, Poster und ein Begleitbuch zu *FRIENDS* erworben werden. Der kommerzielle Medienverbund ermöglicht den Fans, durch den Besitz dieser Produkte, die Zugehörigkeit zu einer Peer-Group, die die Bedeutung einer „Mini- Religion“ erhalten kann. Darin erfahren sie teilweise die Identität und Anerkennung, die ihnen ihr soziales Umfeld sonst nicht zukom-

men läßt. Was die sechs *FRIENDS* miteinander erleben, wird in den Begleitbüchern noch einmal nachgelesen. Zudem sehen die Fans sich die Episoden immer wieder im Fernsehen, auf VHS und DVD an. Im Vergleich zu Daily Soaps wird zu dieser Sitcom nur eine geringe Auswahl an Produkten vermarktet. Die Fans würden gerne mehr *FRIENDS*-Produkte erwerben können.

Ein Produkt, das einen bekannten Serienstar abbildet, findet mehr Abnehmer, als ein Produkt, das nur wegen seiner Funktion gekauft werden soll. Für den Lizenznehmer stellt der Erwerb einer Lizenz immer ein Risiko dar. Die Stars aus Film und Fernsehen erfüllen jedoch entscheidende Faktoren, wie Beliebtheit und Bekanntheit, die das Risiko minimieren können. Der Handel für diese Lizenzen wächst Jahr für Jahr nicht zuletzt deswegen, weil sich dann ein Produkt teurer verkaufen läßt.

Die Fans lassen der Sitcom eine situative Bedeutung zukommen, in dem sie ihren Tag nach der Sendezeit ausrichten, um keine Episode der *FRIENDS* zu verpassen. Durch die emotionalen und teilweise parasozialen Beziehungen zu den Charakteren entwickeln die Fans Ideal- und Wunschvorstellungen, wie sie Beziehungen und Freundschaften leben möchten. *FRIENDS* hat sich zu einem wichtigen Bestandteil der Freizeitgestaltung der Fans entwickelt. Sie verbringen ihre Zeit damit, Artikel über *FRIENDS* zu sammeln oder in einem Fan-Forum aktiv zu sein. Für sie ist es auch interessant etwas über das Privatleben der Darsteller in Erfahrung zu bringen. Den Fans sind beide wichtig, die Charakteren und ihre Darsteller. Sich mit anderen Fans austauschen zu können und Mitglied einer eigenen *FRIENDS*-Familie zu sein, befriedigt ihr Bedürfnis nach Freundschaft, Anerkennung und Kommunikation.

Abschließend möchte ich festhalten, dass eine Sitcom oder ein anderes Serienformat nicht dem Anspruch eines inhaltlich wertvollen Buches oder einem gutem Theaterstück gleichkommen kann. Eine Sitcom ist leichte Unterhaltung für den schnellen Hunger nach etwas Komik. Trotz dieser Aussage sind die *FRIENDS* bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen beliebt. Diese Popularität basiert auf der humorvollen Darstellung von „normalen“ jungen Menschen mit ihren „normalen“ Alltagsproblemen. Über diese Sitcom und andere Serienangebote ziehen die Jugendlichen und die jungen Erwachsenen ihren persönlichen Nutzen und sei es nur, dass sie für eine halbe Stunde am Tag einen Raum für sich schaffen und das Gefühl vermittelt bekommen, da gibt es jemanden, der sie versteht.

## **Anhang A: Die Umfrage**

### **A.1 Fragebogen- Vorlage**

#### ***Wer bist Du?***

Alter:

Geschlecht:

Schüler, Student, FSJ...:

#### ***Du siehst FRIENDS***

Täglich:

Mehrmals täglich:

Wöchentlich (mehr als einmal in der Woche):

Eher selten:

#### ***Du siehst Dir FRIENDS***

Zur Sendezeit auf Pro7

Unter der Woche an:

Samstags an:

Auf DVD:

Auf Video:

Sonst:

#### ***Wenn Du Dir FRIENDS ansiehst, dann***

Darfst Du gestört werden, z.B. durch einen Anruf oder ist die FRIENDS- Zeit durch nichts zu unterbrechen?

Ja, kann ruhig gestört werden:

Nein, darf auf keinen Fall gestört werden:

#### ***Du hast alle Staffeln gesehen?***

Ja:

Nein:

#### ***Dein Lieblings- FRIEND ist:***

*(nur eine Antwort)*

Monica:

Rachel:

Phoebe:

Ross:

Chandler:

Joey:

***Beschreibe Deinen Lieblings- FRIEND mit drei Worten:***

***Du wirst zu einem FRIENDS- Casting eingeladen***

***Für welche FRIENDS- Rolle würdest Du vorsprechen und warum?***

***Du wirkst bei der Produktion mit, was würdest Du ändern?***

***Das absolute FRIENDS Traumpaar ist:***

***Was zeichnet Deiner Meinung nach einen richtigen FRIENDS- Fan aus?***

***Du wärst am liebsten befreundet mit:***

Monica oder Courteney:

Rachel oder Jennifer:

Phoebe oder Lisa:

Ross oder David:

Chandler oder Matthew:

Joey oder Mat:

***Welche Begleitprodukte kannst Du Dein Eigentum nennen?***

*(mehrere Antworten sind möglich)*

Keine:

Poster:

Bücher (welches bzw. welche):

DVDs:

Videos:

CDs:

Tassen:

T- Shirts:

Sonst. (welche):

***Welche der folgenden Produkte würdest Du kaufen?***

*(mehrere Antworten sind möglich)*

Monicas Weingläser:

Joeys Sofa:

Phoebes Schildkröten- Handtasche:

Die großen Kaffeetassen aus dem „Central Perk“:

*FRIENDS* – Bettwäsche:

*FRIENDS*- Bade- und Handtücher:

Fanzeitung:

Sonst. *(was sollte es geben???)*:

***Würdest Du auf eine von z.B. NBC organisierte FRIENDS- Party in Deutschland gehen?***

Ja:

Nein:

***Besuchst Du FRIENDS- Seiten im Internet?***

Nein:

Ja und zwar:

***Du hast eine eigene Homepage?***

Nein:

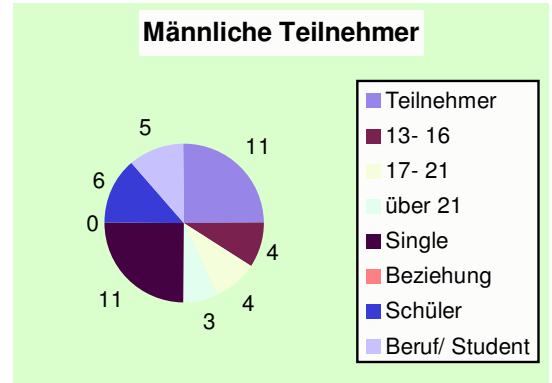
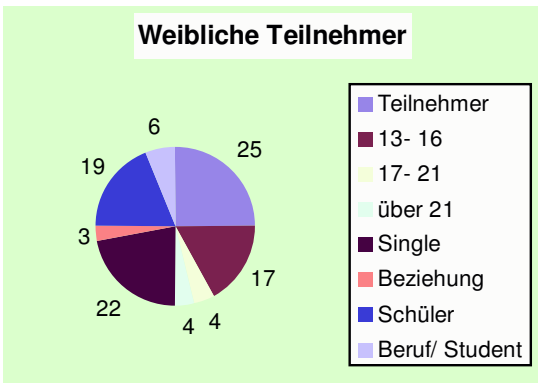
Ja, erreichbar unter

## **A.2 Auswertung**

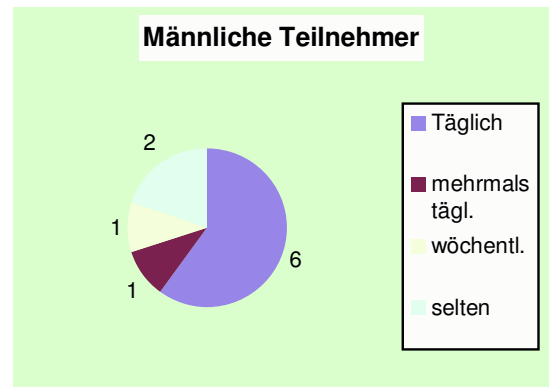
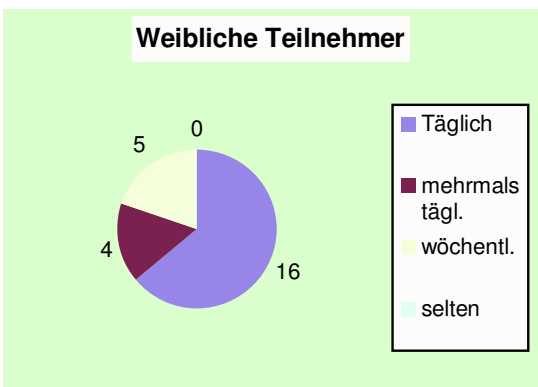
Ergebnisse der Umfrage

Im ersten Diagramm wird die Altersstruktur dargestellt. Bei der Auswertung werden in den nachstehenden Diagrammen die Altersgruppen nicht mehr differenziert.

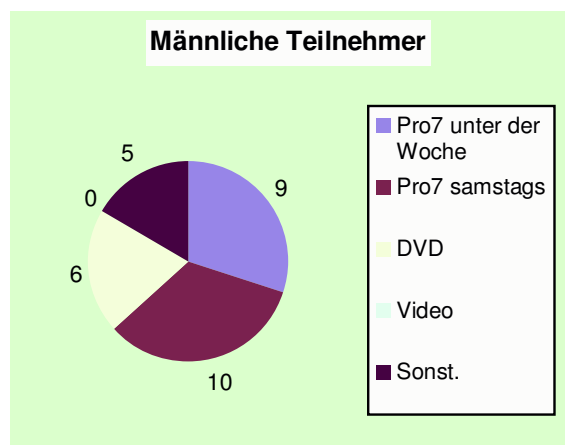
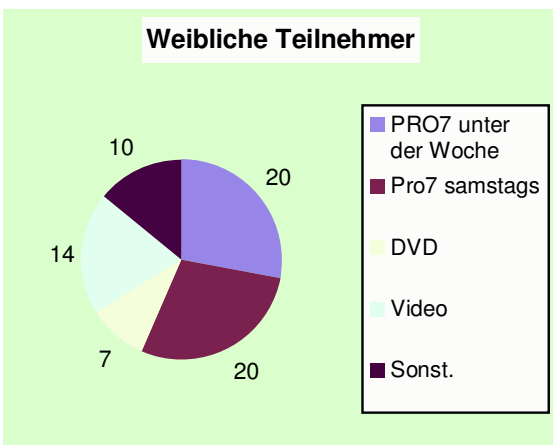
**Wer die Fans sind:**



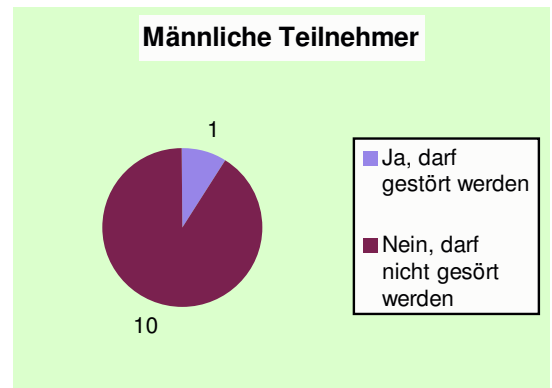
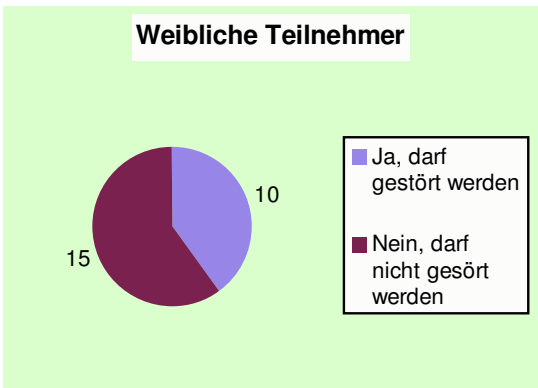
**Sie sehen *FRIENDS*:**



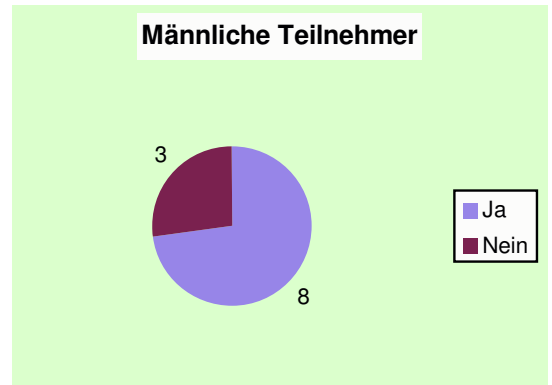
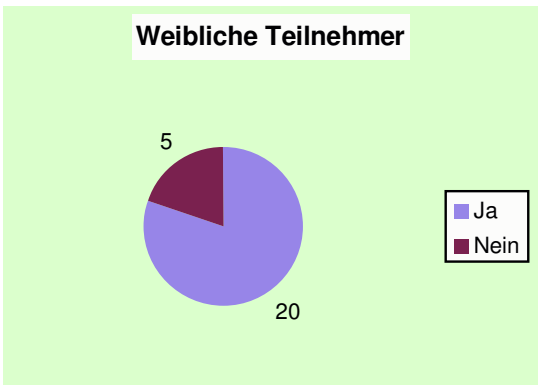
**Sie sehen *FRIENDS* auf:**



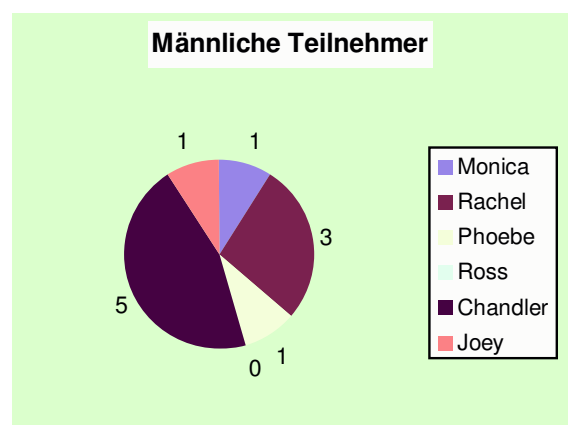
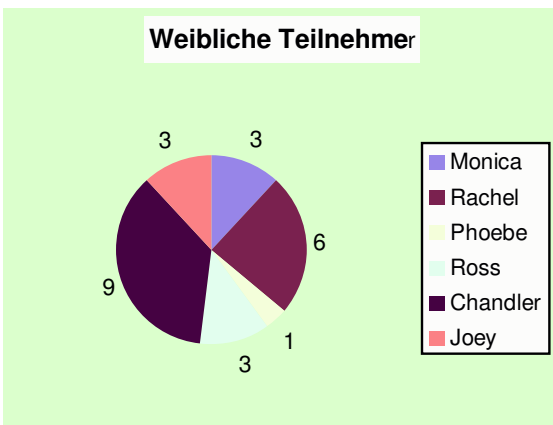
**Wer von ihnen darf bei *FRIENDS* werden:**



**Sie haben alle Staffeln gesehen:**



**Ihr Lieblings- *FRIENDS*:**

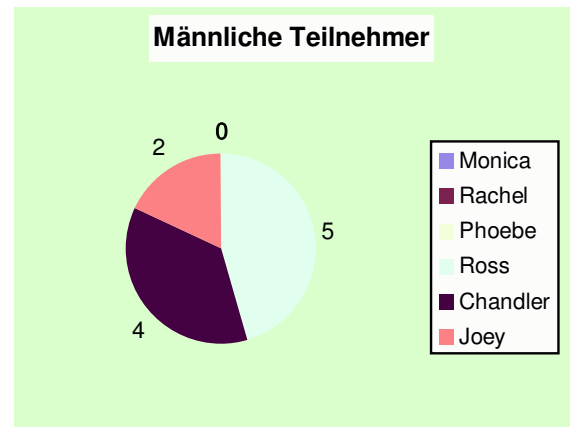
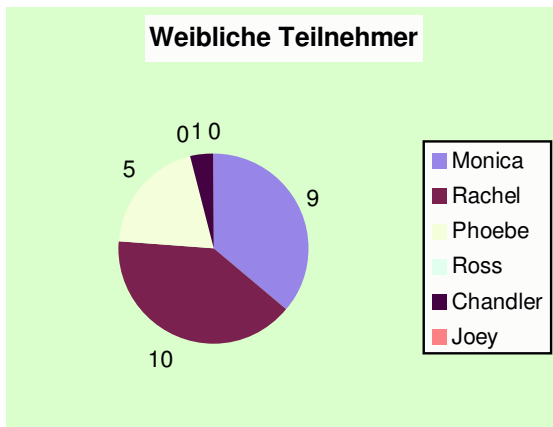




**Wie sie ihren Lieblings- *FRIENDS* charakterisieren:**

	<b>Weibliche Teilnehmer</b>	<b>Männliche Teilnehmer</b>
<b>Monica:</b>	neurotisch, leidenschaftlich, ordnungsliebend schön, lustig, unersetzlich ehrlich, intelligent mütterlich	Attraktiv
<b>Rachel:</b>	humorvoll, modern, fun hübsch, guten Charakter lieb, sexy schlagfertig, redselig, hektisch zickig, frivol, dickköpfig	sexy, liebevoll, selbstbewußt hübsch, hin und wieder traurig, lächelt aber auch gerne, immer nett, hilfsbereit
<b>Phoebe:</b>	durchgeknallt genial, witzig, speziell	- die ist spitze
<b>Ross:</b>	süß, nett, witzig schusselig, liebenswert	
<b>Chandler:</b>	attraktiv, witzig, lebendig humorvoll, in jeder Hinsicht großzügig, selbstironisch süß, schlagfertig kindlich Beziehungsgestört, sensibel Zynisch Tolpatschig Lustig, liebevoll, sarkastisch	sarkastisch, unsicher, sensibel wenn es darauf ankommt witzig lustig, weicheiig, sympathisch
<b>Joey:</b>	tolpatschig, verpeilt, witzig gutmütig, naiv, Macho gutausschend, begriffsstutzig	witzig, etwas verrückt, guter Kumpel

**Casting- welchen *FRIENDS* wären sie gerne:**



**Warum sie welchen *FRIENDS* gerne sie wären:**

Weibliche Teilnehmer	Männliche Teilnehmer
<p><b>Für Monica, weil:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ich mich in manchen Gelegenheiten in sie hineinversetzen kann</li> <li>- Sie eine amüsante Rolle hat</li> <li>- Sie neurotisch ist</li> <li>- Mir diese Rolle Spaß bereiten würde, eine so durchgeknallte, putzsüchtige Frau zu verkörpern</li> <li>- Sie ist mir am ähnlichsten und es macht bestimmt Spaß ihre Putzanfälle oder irgendwelche Neurosen zu spielen</li> <li>- Sie in Chandler verliebt ist</li> <li>- Weil sie Chandler küssen darf</li> <li>- Ich einmal ordentlich wäre</li> <li>- Ihre Wohnung so cool ist</li> <li>- Wegen ihrer Power, sie ist ein Mensch den man unbedingt kennenlernen wil</li> </ul>	<p><b>Für Ross, weil:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- da könnte ich planloses Geschwätz von mir geben und trotzdem Rachel um den Finger wickeln</li> <li>- ich auch eher ruhig und nachdenklich bin, nicht so witzig, dafür aber klug</li> <li>- er ein lustiger netter Kerl ist, ganz gut aussieht und Rachel küssen darf</li> <li>- ich mich mit ihm am besten identifizieren kann.</li> </ul>
<p><b>Für Rachel, weil:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- viele meiner Freunde sagen ich bin wie</li> </ul>	<p><b>Für Chandler, weil:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ich manchmal genauso reagieren würde</li> </ul>

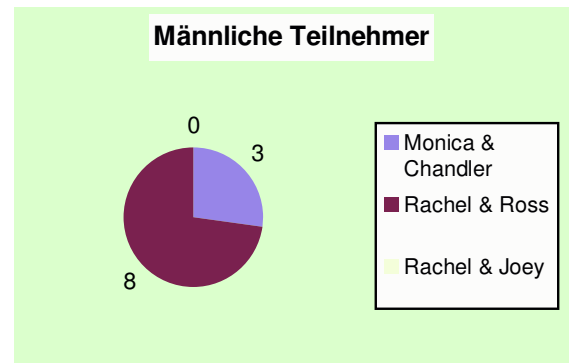
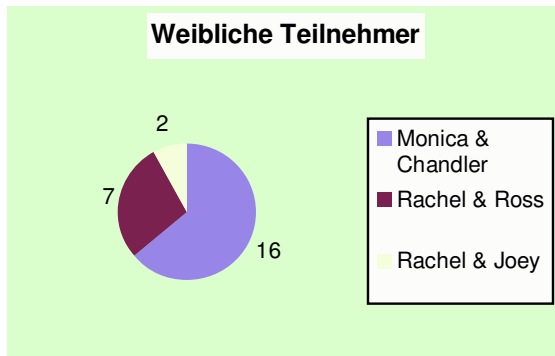
<p>sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sie eine total fordernde Rolle wäre und wegen den Sachen mit Ross</li> <li>- um mit Ross zusammen sein zu können</li> <li>- ich die Entwicklung von der verwöhnten Prinzessin zur selbständigen Frau ganz toll und auch für eine Schauspielerin interessant finde</li> <li>- kann mich am ehesten mit ihr identifizieren</li> <li>- ich dann so sein könnte, wie ich teilweise gerne wäre</li> </ul>	<p>wie er</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- er einfach der beste ist und den meisten Humor hat</li> <li>- ich einen ähnlichen Humor habe</li> <li>- ich mich am besten mit ihm identifizieren kann und der Humor aus meinem Geist stammen könnte</li> </ul>
<p><b>Für Phoebe, weil:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ich mit ihr identifizieren kann</li> <li>- bin genauso durchgeknallt wie sie</li> <li>- ich sie cool finde und es sicher sehr interessant ist eine solche Rolle zu spielen</li> <li>- ich ein bißchen bin wie sie</li> <li>- sie die quirlige und liebevolle Verrückte ist und ihre Rolle auch kleinere dramatische Teile hat</li> <li>- die Frau einfach nicht von dieser Welt ist</li> </ul>	<p><b>Für Joey, weil:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- er auch ziemlich witzig ist und ich kann die meisten seiner Grimassen gut nachmachen</li> <li>- er ist selbstbewusst und lässt sich von den anderen nichts einreden. Er zieht seine Sache durch und er ist meistens gut drauf auch wenn er fast immer pleite ist</li> </ul>
<p>Für Chandler, weil</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- - der so lustig ist</li> </ul>	

### Was würden sie an der Sitcom ändern?

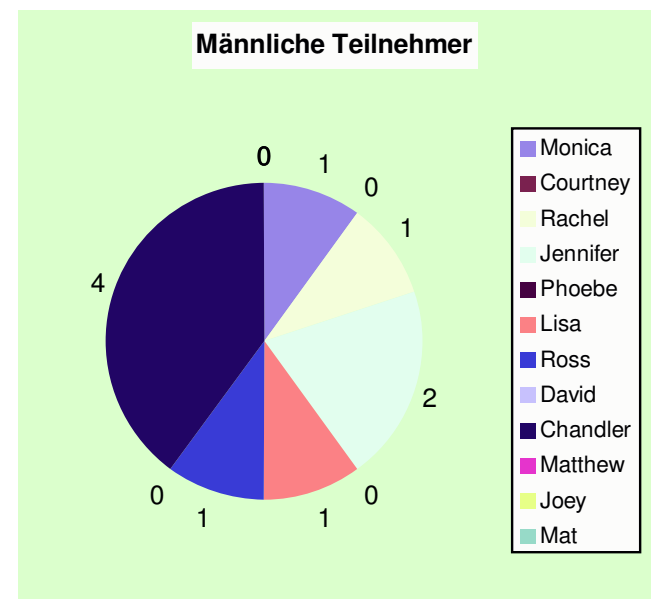
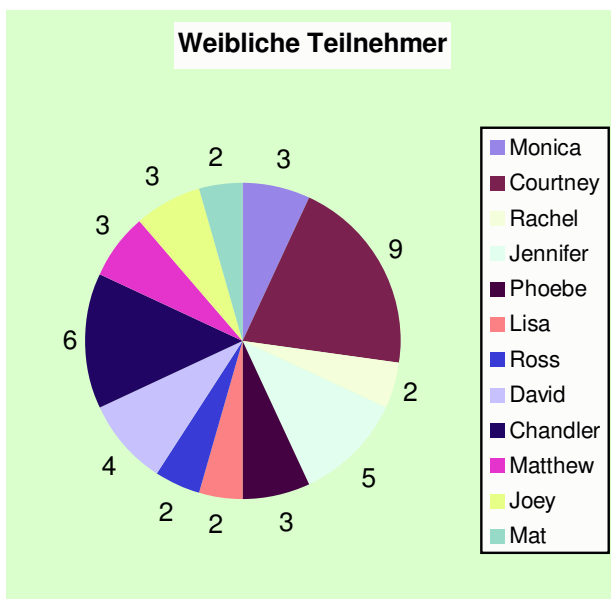
Weibliche Teilnehmer	Männliche Teilnehmer
<p>Nichts:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ich weiß einfach nicht, was man an dieser wunderbaren Serien ändern sollte</li> <li>- Ist perfekt</li> <li>- Alles was bis jetzt passiert ist und immer noch ist, macht die Serie ja so einzigartig</li> </ul>	<p>Nichts:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ganz sicher nichts...<i>FRIENDS</i> ist so toll wie es ist</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ich finde die Serie cool, so wie sie ist</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gunther würde Rachel küssen, damit sein größter Traum in Erfüllung geht</li> <li>- Phoebe soll mehr Spielraum bekommen, denn außer den Drillings hatte sie nichts besonders</li> <li>- Chandlers Westen</li> <li>- Rachel und Ross sollten wieder zusammen sein</li> <li>- Ugly Naked Guy würde mal wieder vorbeischaun</li> <li>- Verbot für die Synchronisation</li> <li>- Die Ross und Rachel Story wir für ein und allemal geklärt</li> <li>- Würde Joey und Rachel zusammenkommen lassen</li> <li>- Versuchen dass <i>FRIENDS</i> nie aufhört</li> <li>- Nach der 9. Staffel weitermachen</li> <li>- Phoebe nicht so vernachlässigen</li> <li>- Andere Themen nehmen, das Beziehungschaos streichen, mehr Outtakes zeigen</li> <li>- Ross und Rachel nicht mehr zusammen kommen lassen; Courtney, Lisa und Matthew mal wieder ein paar ordentliche Storylines geben</li> <li>- Joey nicht so dumm aussehen lassen und Ross weniger peinlich gestalten</li> <li>- Längere Folgen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- darauf achten, dass die Storys einen zusammenhängenden Sinn ergeben</li> <li>- die Cliffhanger abschaffen</li> <li>- Das ganze hin und her zwischen Ross und Rachel</li> <li>- Für einen Gastauftritt von Jewel sorgen</li> <li>- Monica finde ich etwas langweilig und eine Serie sollte länger gehen</li> </ul>

**Welche Art von Beziehungen wünschen sie sich:**



**Mit welchem FRIENDS sie gerne ein Freundschaft schließen würden:**



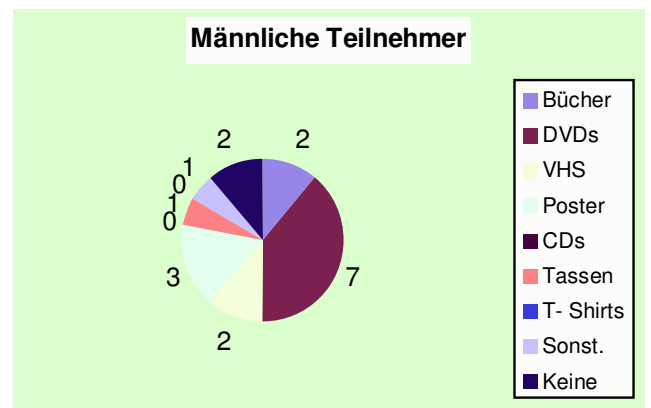
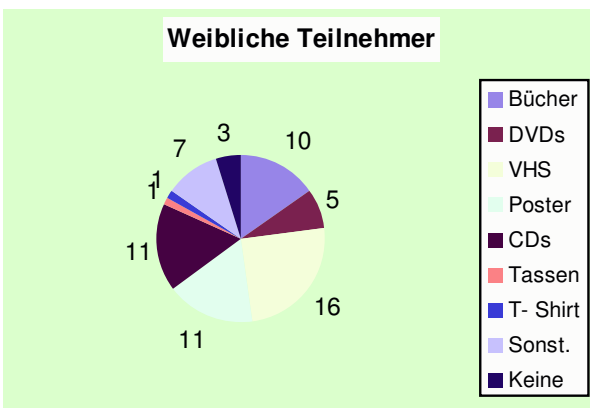
**Was einen richtigen FRIENDS- Fan auszeichnet:**

Weibliche Teilnehmer	Männliche Teilnehmer
<ul style="list-style-type: none"> <li>- hat alles was es an Begleitprodukten gibt</li> <li>- keine Hysterie, er kann lachen, relaxen und ist begeistert von der Serie</li> <li>- dass er sich <i>FRIENDS</i> gerne anschaut und dafür auch mal alles stehen und liegen läßt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schwer zu sagen..Nur, weil jemand nicht weiß welche Szene das Bild Nr.3 in z.B. Nataschas Signatur ist und diese nicht Storylinetechnisch und zusammenhängend einbauen kann, heißt es für mich nicht, dass er kein <i>FRIENDS</i> Fan ist. Das</li> </ul>

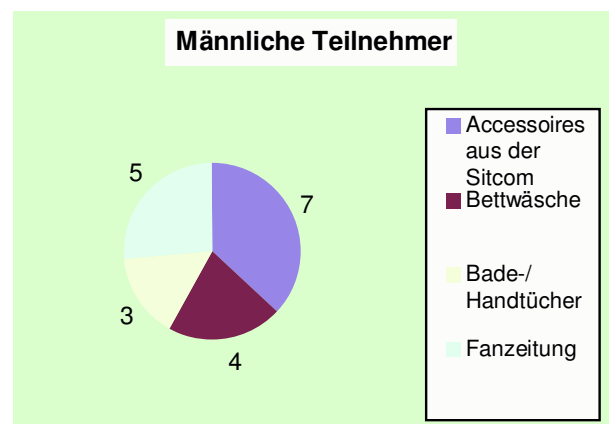
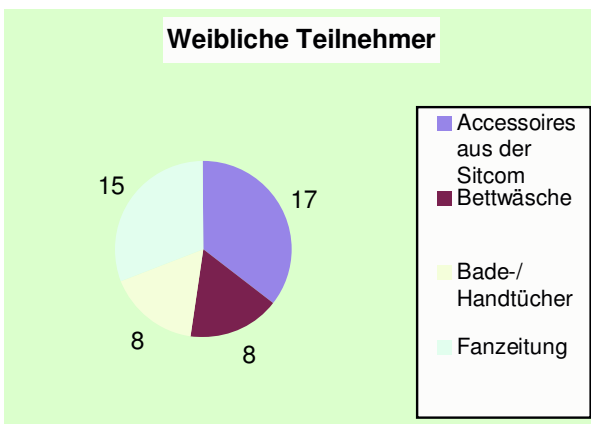
<ul style="list-style-type: none"> <li>- will keine Folge verpassen und kauft gelegentlich was von <i>FRIENDS</i></li> <li>- man muß sich nicht auszeichnen, wenn man es guckt und es gut findet, freut mich das</li> <li>- nicht so wichtig, ob man alle Folgen auf Vidseo oder DVD hat, ob man jeden Fan-Artikel gesammelt hat oder in einem Fan-Club ist. Man muß die Serie einfach mögen, mit ihren Charakteren und Geschichten</li> <li>- wenn er alle Folgen guckt und er einige Zeitungsausschnitte sammelt</li> <li>- regelmäßig <i>FRIENDS</i> guckt und sich mit den Charakteren auskennt</li> <li>- dass er weiß wie jede Person von den Eigenschaften her ist</li> <li>- Jemand, der auch beim schönsten Wetter, für eine halbe Stunde im Haus bleibt um <i>FRIENDS</i> zu sehn und trotz der schlechten Synchro die Pro7-Folgen guckt, nur damit er seine tägliche Ration <i>FRIENDS</i> kriegt. Jemand der riskiert jeden Monat ärger wegen der Telefonrechnung zu kriegen, nur um sich die neusten Folgen runterzuladen. Jemand der die total überkauften Fan-Artikel kauft. Jemand der alles über <i>FRIENDS</i> und ihre Darsteller wissen will</li> <li>- Treue, alle Folgen besitzen, immer auf <i>FRIENDS</i>seiten hängen, im Forum aktiv sein, höchstens noch von etwas anderem Fan sein</li> <li>- Wenn jemand oft <i>FRIENDS</i> schaut und sich auch sonst mit der Serie beschäftigt</li> <li>- Ist besessen von der Sitcom</li> <li>- Möglichst viele Infos über die Schauspieler</li> </ul>	<p>sind die Maniacs (wie ich).. Ich denke allerdings, dass man wenigstens den zeitlichen Ablauf der Staffeln draufhaben müßte und nicht durch Halbwissen verursacht fragt, ob Ross und Rachel Emma in Las Vegas gezeugt haben, weil sie da ja schließlich auch geheiratet haben. Des Weiteren, sollte man wissen wer wann mit wem zusammen ist / war da dies nun meiner Meinung ein ZIEMLICHER Kernpunkt von <i>FRIENDS</i> ist (s.o.) Sprich, der Fan sollte die ganzen Zusammenhänge richtig verstehen und vorher nicht behaupten, Fan zu sein. Da man von etwas, was man nicht kennt / versteht auch kein Fan sein kann. Unwissenheit ist hier was anderes. Aber dann sollte man nicht irgendwelche wilde Vermutungen anstellen, sondern einfach weiter gucken, wie wir alle das getan haben.. (Meine Meinung dazu ist etwas eigen, fürchte ich)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dass ihm <i>FRIENDS</i> gefällt</li> <li>- Muß die Serie nicht täglich sehen, aber wenn dann sollte er sie genießen</li> <li>- er muss die Serie mögen, regelmäßig anschauen, er muss sich auch ein bisschen mit dem Schauspielern auskennen (und den Produzenten etc.) er muss die <i>FRIENDS</i> mögen</li> <li>- Insiderwissen haben</li> <li>- Charaktere und Schauspieler kennen</li> <li>- Immer wieder gerne sehen</li> <li>- Dass er möglichst oft die Folgen schaut</li> <li>- Dass er so richtig über die Situationskomik lachen kann</li> </ul>
--	---

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ist in Fan- Foren aktiv</li> <li>- Beschäftigt sich in der Freizeit mit <i>FRIENDS</i></li> <li>- Kann sich stundenlang über sie unterhalten</li> <li>- Darf keinen Charakter hassen</li> <li>- Muß traurig sein wenn nach der 9. Staffel Schluß ist</li> </ul>	
--	--

**Welche Produkte die Fans besitzen:**

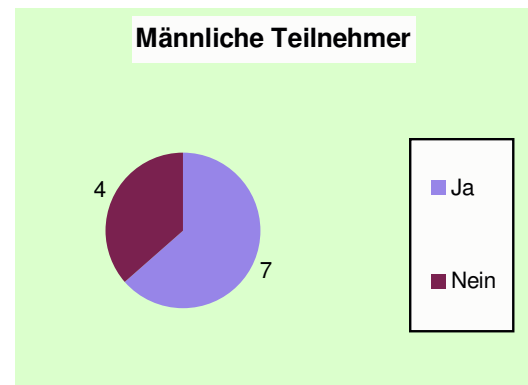
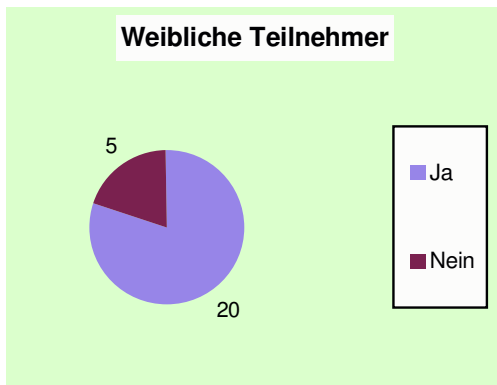


**Welche Produkte sie kaufen würden:**

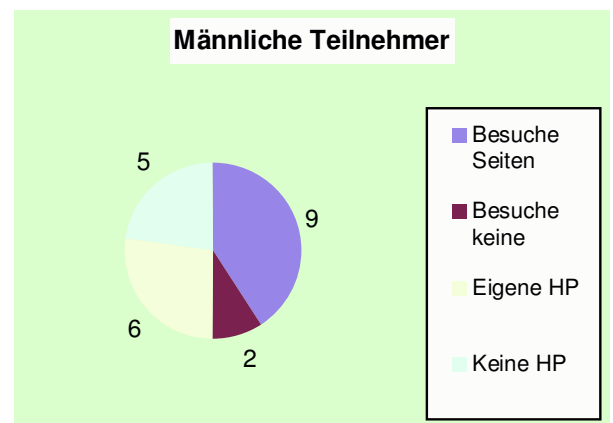
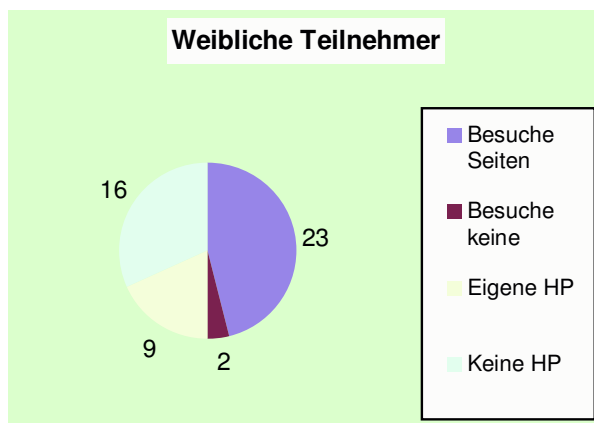




Wer von ihnen auf eine von z.B. NBC organisierte *FRIENDS*- Party gehen würde:



Wer von ihnen Fan- Sites besucht und wer eine eigene hat:



## A.3 Antworten

**Antwort 1:**

**Wer bist Du?**

Alter: 21

Geschlecht: männlich

Schüler, Student, FSJ...: Angestellt (IT-Business Techniker und Vertriebler)

Single, verheiratet...: Single

**Du siehst FRIENDS**

Mehrmals täglich: X

Wöchentlich (mehr als einmal in der Woche): X

***Du siehst Dir FRIENDS***

Zur Sendezeit auf Pro7:

Unter der Woche an: X

Samstags an: X

Auf DVD: X

***Wenn Du Dir FRIENDS ansiehst, dann***

Darfst Du gestört werden

Nein, darf auf keinen Fall gestört werden: X, *nein auf keinen Fall*

***Du hast alle Staffeln gesehen?***

Ja: X

***Dein Lieblings- FRIEND ist:***

Chandler: X

***Beschreibe Deinen Lieblings- FRIEND mit drei Worten:***

*sarkastisch, unsicher, sensibel wenns drauf ankommt*

***Du wirst zu einem FRIENDS- Casting eingeladen******Für welche FRIENDS- Rolle würdest Du vorsprechen und warum?***

*Chandler, weil ich mich mit ihm am besten identifizieren kann.. Der Humor, der bei Chandler verwendet wird, könnte aus meinem Geist stammen. :)*

***Du wirkst bei der Produktion mit, was würdest Du ändern?***

*Nicht viel.. Ich würde ein WENIG mehr darauf achten, dass die Story einen zusammenhängenden Sinn ergeben. Teilweise gibt es Storylines bei Friends, die nicht sein können oder von der zeitlichen Abfolge absolut nicht passen..*

***Das absolute FRIENDS Traumpaar ist:***

*Ross&Rachel*

***Was zeichnet Deiner Meinung nach einen richtigen FRIENDS- Fan aus?***

*Schwer zu sagen..Nur, weil jemand nicht weiß welche Szene das Bild Nr.3 in z.B. Nataschas Signatur ist und diese nicht Storylinetechnisch und zusammenhängend einbauen kann, heißt es für mich nicht, dass er kein FriendsFan ist. Das sind die Maniacs (wie ich).. Ich denke allerdings, dass man wenigstens den zeitlichen Ablauf der Staffeln draufhaben müßte und nicht durch Halbwissen verursacht fragt, ob Ross und Rachel Emma in Las Vegas gezeugt haben, weil sie da ja schließlich auch geheiratet haben.*

*Des Weiteren, sollte man wissen wer wann mit wem zusammen ist / war da dies nun meiner Meinung ein ZIEMLICHER Kernpunkt von Friends ist (s.o.) Sprich, der Fan sollte die ganzen Zusammenhänge richtig verstehen und vorher nicht behaupten, Fan zu sein. Da man von etwas, was man nicht kennt / versteht auch kein Fan sein kann. Unwissenheit ist hier was anderes. Aber dann sollte man nicht irgendwelche wilde Vermutungen anstellen, sondern einfach weiter gucken, wie wir alle das getan haben.. (Meine Meinung dazu ist etwas eigen, fürchte ich)*

**Du wärst am liebsten befreundet mit:**

*Chandler*

**Welche Begleitprodukte kannst Du Dein Eigentum nennen?**

Poster: X

Bücher (welches bzw. welche): *The Ultimate Friends Companion*

DVDs: X

Tassen: X

**Welche der folgenden Produkte würdest Du kaufen?**

Fanzeitung: X

**Würdest Du auf eine von z.B. NBC organisierte FRIENDS- Party in Deutschland gehen?**

Ja: X

**Besuchst Du FRIENDS- Seiten im Internet?**

Ja und zwar: [www.always-friends.de](http://www.always-friends.de)

**Du hast eine eigene Homepage?**

Nein: X

**Antwort 2:**

**Wer bist Du?**

Alter: 15

Geschlecht: *männlich*

Schüler, Student, FSJ...: Schüler

Single, verheiratet...: *Single*

**Du siehst FRIENDS**

Mehrmals täglich: *X*

***Du siehst Dir FRIENDS***

Zur Sendezeit auf Pro7:

Unter der Woche an: *X*

Samstags an: *X*

Sonst: avi- bzw. mpg- Format

***Wenn Du Dir FRIENDS ansiehst, dann***

Darfst Du gestört werden

Nein, darf auf keinen Fall gestört werden: *X,stimmt*

***Du hast alle Staffeln gesehen?***

Ja: *X*

***Dein Lieblings- FRIEND ist:***

Chandler: *X*

***Beschreibe Deinen Lieblings- FRIEND mit drei Worten:***

*Witzig, etwas verrückt, guter Kumpel*

***Du wirst zu einem FRIENDS- Casting eingeladen***

***Für welche FRIENDS- Rolle würdest Du vorsprechen und warum?***

*Chandler, weil er einfach der beste ist und den meisten Humor hat Chandler verwendet*

***Du wirkst bei der Produktion mit, was würdest Du ändern?***

*nichts*

***Das absolute FRIENDS Traumpaar ist:***

*Monica und Chandler*

***Was zeichnet Deiner Meinung nach einen richtigen FRIENDS- Fan aus?***

*er muss die Serie mögen, regelmäßig anschauen, er muss sich auch ein bisschen mit dem Schauspielern auskennen (und den Produzenten etc.) er muss die Friends mögen*

***Du wärst am liebsten befreundet mit:***

*Chandler*

***Welche Begleitprodukte kannst Du Dein Eigentum nennen?***

Poster: *X*

Bücher (welches bzw. welche): *The Ultimate Friends Companion*

**Welche der folgenden Produkte würdest Du kaufen?**

Die großen Kaffeetassen aus dem „Central Perk“: X

FRIENDS- Bettwäsche: X

FRIENDS- Bade- und Handtücher: X

Fanzeitung: X

**Würdest Du auf eine von z.B. NBC organisierte FRIENDS- Party in Deutschland gehen?**

Ja: X

**Besuchst Du FRIENDS- Seiten im Internet?**

Ja und zwar. [www.always-friends.de](http://www.always-friends.de)

**Du hast eine eigene Homepage?**

Ja: X, <http://mitglied.lycos.de/thefriends/>

**Antwort 3:**

**Wer bist Du?**

Alter: 18

Geschlecht: weiblich

Schüler, Student, FSJ...: Schüler

Single, verheiratet...: Single

**Du siehst FRIENDS**

Mehrmals täglich: X (wenn ich ne friendsphase hab, den ganzen tag)

**Du siehst Dir FRIENDS**

Zur Sendezeit auf Pro7:

Unter der Woche an: X

Samstags an: X

Auf Video: X

**Wenn Du Dir FRIENDS ansiehst, dann**

Darfst Du gestört werden

Nein, darf auf keinen Fall gestört werden: X

**Du hast alle Staffeln gesehen?**

Nein: X

**Dein Lieblings- FRIEND ist:**

Monica: X

**Beschreibe Deinen Lieblings- FRIEND mit drei Worten:**

mütterlich, nervig, irre

**Du wirst zu einem FRIENDS- Casting eingeladen****Für welche FRIENDS- Rolle würdest Du vorsprechen und warum?**

Monica: weil die darf Chandler küssen, die hat ne coole Wohnung und ich wäre einmal in meinem ordentlich

**Du wirkst bei der Produktion mit, was würdest Du ändern?**

die ross und rachel story wird ein für allemal geklärt

**Das absolute FRIENDS Traumpaar ist:**

Monica und Chandler

**Was zeichnet Deiner Meinung nach einen richtigen FRIENDS- Fan aus?**

er muß die serie lieben, traurig sein, wenn nach der 9. staffel schluß ist. er darf keinen charakter hassen, nicht alles mögen was gemacht wird in der serie (sprich die storys und entwicklungen), er muß sich auskennen

**Du wärst am liebsten befreundet mit:**

Courtney, Jennifer, Lisa, Davi, Matthew, Joey

**Welche Begleitprodukte kannst Du Dein Eigentum nennen?**

Poster: X

Videos: X

Sonst: Postkarten

**Welche der folgenden Produkte würdest Du kaufen?**

Die großen Kaffeetassen aus dem „Central Perk“: X

FRIENDS- Bettwäsche: X

FRIENDS- Bade- und Handtücher: X

Fanzeitung: X

**Würdest Du auf eine von z.B. NBC organisierte FRIENDS- Party in Deutschland gehen?**

Ja: X

**Besuchst Du FRIENDS- Seiten im Internet?**

Ja und zwar. [www.always-friends.de](http://www.always-friends.de), und dann halt noch so al hia und da ne seit

**Du hast eine eigene Hompage?**

Nein: X

**Antwort 4:**

**Wer bist Du?**

Alter: 16

Geschlecht: weiblich

Schüler, Student, FSJ...:Schüler

Single, verheiratet...: Single

**Du siehst FRIENDS**

Täglich: X

**Du siehst Dir FRIENDS**

Zur Sendezeit auf Pro7:

Unter der Woche an: X

Samstags an: X

**Wenn Du Dir FRIENDS ansiehst, dann**

Darfst Du gestört werden

Ja: X

**Du hast alle Staffeln gesehen?**

Ja: X

**Dein Lieblings- FRIEND ist:**

Joey: X!!!

**Beschreibe Deinen Lieblings- FRIEND mit drei Worten:**

*gutaussehend (!!!), begriffstutzig, witzig*

**Du wirst zu einem FRIENDS- Casting eingeladen**

**Für welche FRIENDS- Rolle würdest Du vorsprechen und warum?**

*Für Phoebe, ich finde sie total cool weil sie so durchgeknallt ist. Es ist sicher sehr interessant so eine Rolle zu spielen!*

**Du wirkst bei der Produktion mit, was würdest Du ändern?**

*Eigentlich nichts, ausser das ich Joey&Rachel zusammenkommen lassen würde.*

**Das absolute FRIENDS Traumpaar ist:**

*Joey&Rachel*

**Was zeichnet Deiner Meinung nach einen richtigen FRIENDS- Fan aus?**

*Wenn jemand oft Friends schaut und sich auch sonst mit der Serie beschäftigt z.B. in einem Forum ist oder Bücher über Friends liest usw.*

**Du wärst am liebsten befreundet mit:**

*Joey*

**Welche Begleitprodukte kannst Du Dein Eigentum nennen?**

*Poster: X*

*Bücher (welches bzw. welche): Das deutsche Friends Buch von Penny Stallings*

*Videos: X*

*Sonst: Postkarten*

**Welche der folgenden Produkte würdest Du kaufen?**

*Joey Sofa: X*

*Die großen Kaffeetassen aus dem „Central Perk“: X*

*FRIENDS- Bettwäsche: X*

*FRIENDS- Bade- und Handtücher: X*

*Fanzeitung: X*

**Würdest Du auf eine von z.B. NBC organisierte FRIENDS- Party in Deutschland gehen?**

*Ja: X*

**Besuchst Du FRIENDS- Seiten im Internet?**

*Ja und zwar. [www.always-friends.de](http://www.always-friends.de), und dann halt noch so al hia und da ne seit*



***Du hast eine eigene Homepage?***

Ja: [www.ultimativefriends.de.vu](http://www.ultimativefriends.de.vu)

## Anhang B: Phoebes Songs

Phoebes Lieder handeln überwiegend von dem Selbstmord ihrer Mutter.

Zwei Beispiel aus der Folge 110 „Affen unter sich“, (3:33 Min.):

Bsp. 1:

*„Ich ließ mich von meinem Traummann küssen*

*An einem kalten Wintertag*

*Wie konnte ich denn damals Wissen*

*Dass Mama tot in der Küche lag“*

Bsp. 2:

*„In einem kleinen Kästchen*

*Da liegen ihre Restchen*

*Und das steht an der Wand*

*Genau da wo ich sie auffand“*

## Anhang C: Amazon- Kundenrezensionen

Zu „*FRIENDS*- 6 Singles in New York“ von Penny Stallings

### 1. *Ein Buch quer durch die Serie*

*Von Sophie Schaubé aus Boppard (19. 07. 2002)*

Einmalig! Das Buch zur 1. und 2. Staffel beschreibt mit viel Humor und Bildern die einzelnen Episoden und enthält lustige Zitate von unseren Friends aus der Serie. Charakterisierungen der Filmfiguren sowie Darsteller und original Drehbuch Ausschnitte ermöglicht dem Leser meiner Meinung nach sehr gut einen Blick hinter die Kulisse. Für die "Friends" Zuschauer, die die Serie mögen, ist das Buch ein absolutes Muss! Nur schade, dass ein Episodenbuch wie dieses nicht wiederholt auf dem Markt erschienen ist. Insgesamt kann ich nur sagen: 5 Sterne hat es sich voll und ganz verdient!

### 2. *Toll!*

*Von unbekannt aus Hamburg (24. 08. 2001)*

Fuer Fans ein Muss. Die Beschreibung der Episoden (leider nur die 2. Staffel), mit Hintergrundinformationen, Infos zu den Darstellern. Sehr gut gemacht!

### 3. *Aus der Amazon.de-Redaktion*

*Von Joachim Hohwieler*

Dass sich das Leben von sechs New Yorker Freunden zu einer der erfolgreichsten Sitcoms der Neunziger entwickeln würde, hätte wohl 1994 niemand zu träumen gewagt. Aber *Friends* schlug in den USA ein, als ob die halbe Nation auf diese Fernsehserie gewartet hätte. In Deutschland hatten es Rachel, Ross und Co. schwerer: Es brauchte einige Anläufe, um die Serie sinnvoll zu plazieren. 2000 jedoch gelang es Pro Sieben endlich, die Kult- Comedy erfolgreich im Programm zu halten -- und siehe da, bald schon war ein Begleitbuch gesehen!

Die vielen Abbildungen -- insbesondere die aus dem Produktionsbereich der Serie -- trösten ein wenig über die seltsame inhaltliche Aufteilung des Buches hinweg. Denn so ausführlich die Folgen der zweiten und dritten Staffel jeweils besprochen werden, so vergeblich sucht man in *Friends* Erkenntnisse über den allerersten Episodenblock. Den

gibt es schlichtweg nicht, eine Erweiterung der US-Originalausgabe oder ein Zusatzband war dem vgs-Verlag wohl zu viel -- den Fans gegenüber nicht sehr rücksichtsvoll.

Lassen wir dieses ärgerliche Verlagsverhalten aber einmal außen vor, so ist dieser Band eine erfreuliche Angelegenheit. Bücher zu US-Fernsehserien sind ja in Deutschland nicht die Regel, und so freut es den *Friends*-Zuschauer schon, dass hier wenigstens zwei Staffeln übersichtlich nacherzählt werden. Mit den Background-Informationen sowohl zur Serie selbst als auch zu den einzelnen Episoden (keine Gaststars, keine Ausstrahlungstermine) war Autorin Stallings jedoch knauserig. Die Optik und der schöne Buchaufbau entschädigen aber und machen Lust auf ein paar neue Folgen von *Friends*, zu Hause vor dem Fernseher, im Kreis der besten Freunde.

Zu *FRIENDS* auf VHS und DVD

#### 4. *Mehr davon!*

Von smyc@gmx.net aus Schweiz (29. Mai 200)

So was tolles hab ich noch nicht gesehen: Die deutsch synchronisierten Folgen zuerst auf dem Video, danach nochmals alles in Englisch!!! Als Friends-Fan muss man diese Videos einfach haben. Denn die Serie ist einfach der Hit, man lacht sich schief. Das einzige was jetzt noch fehlt, sind die DVDs und natürlich weitere Folgen auf Video!! Los, Warner, her damit!!!!

#### 5. *Genial, ein Hammer, supergut...*

Von unbekannt aus Bochum Deutschland (19. August 2002)

Selbst das schönste Sommerwetter konnte meinen Mann und mich nicht davon abhalten unsere neu erworbenen DVD Box-Sets Friends Staffel 1 + 2 zu verschlingen. Und so erstaunlich es auch ist, mein Mann (ein Mann), der sonst für Serien nichts über hat, ist auf die Idee gekommen diese Anschaffung zu tätigen, da er sporadisch einige Folgen im Fernsehen gesehen hat und begeistert war. Wir haben vor lachen mehr Zeit gekrümmt auf dem Boden verbracht als auf unserem gemütlichen Fernseh- Sofa. Wir können nur Sagen super genial und warten nun hoffnungsvoll auf die Lieferung der Staffeln 3 + 4.

Zu den *FRIENDS*- Musik- CDs

**6. Eine gelungene Titel-Auswahl**

Von Mark Pelka aus unbekannt (10. September 2001)

Diese CD weckt Erinnerungen und aufmerksame Friends-Fans werden an vielen Stellen sicher auch die jeweiligen Szenen zuordnen können. Die Titelauswahl u.a. mit R.E.M., Rembrandts sowie Hootie & the Blowfish sorgen für eine gute Mischung, die nicht auf die üblichen instrumentalen Filmmusik-CDs gemünzt sind, sondern den individuellen Friends-Charakter wiedergeben. Ich höre die CD oft und gerne.

## Anhang D: Pro7 Pressemappe

### ProSieben

Alles, was Du brauchst, sind ...



Liebe, Chaos, Comedy -  
die Erfolg-Sitcom aus den USA

24 Episoden ab 8. Januar 2000  
immer samstags um 15.00 Uhr auf ProSieben

Zwei „Emmys“, zahlreiche „Golden Globe“-Nominierungen und viele andere Preise sprechen für sich: „Friends“ ist eines der erfolgreichsten Sitcom-Formate in den USA. Garant für diesen Erfolg sind vor allem die smarten und liebenswerten Hauptdarsteller, die mittlerweile zu den bestbezahlten Serien-Schauspielern gehören und Starstatus genießen. ProSieben zeigt den TV-Hit nun von Anfang an: die erste Staffel mit 24 Episoden ab 8. Januar 2000 immer samstags um ca. 15.00 Uhr.

„Friends“ ist eine smarte Sitcom, die sich um all das dreht, was sich in den Herzen und Köpfen von sechs jungen Leuten Mitte 20 abspielt. Es ist eine Serie über Liebe, Sex und Karrieren in einer Zeit, in der alles möglich scheint. Es geht um die Suche nach Bindung und Sicherheit, obwohl man davor große Angst hat. Vor allem ist es jedoch eine Serie über Freundschaft, denn „wenn du jung bist und allein in einer Großstadt lebst, dann sind die Freunde deine Familie.“

Seit dem Start auf NBC am 22. September 1994 hat sich „Friends“ zu einer der erfolgreichsten Serien in den USA entwickelt. Berühmte Schauspiel-Kollegen wie George Clooney, Tom Selleck, Brooke Shields, Julia Roberts, Jay Leno, Isabella Rossellini etc. geben sich als Gaststars die Klinke in die Hand. Mit durchschnittlich 25 Millionen Zuschauern zählt dieses Format zu den erfolgreichsten und beliebtesten

aller Networks. Kein Wunder also, dass Entertainment Weekly „Friends“ als „Must See TV“ deklarierte.

### **Inhalt**

Wenn es Abend wird in New York, treffen sich ein paar Twens in ihrem Stammcafé „Central Perk“ oder in Monicas Bude, um die neuesten Erlebnisse auszutauschen. Es geht um Sex, Beziehungskisten, Sex, Berufspläne, Sex, die Fallen des täglichen Lebens - und schließlich um Liebe und Sex. Monica (Courteney Cox), meist mit irgendeinem Job in der Krise, zittert beim Gedanken an ihr nächstes Date. Zu viele sind schon schief gegangen ... Ihr Bruder Ross (David Schwimmer) hat gerade erfahren, dass seine Frau Carol ihn verlassen will. Der Grund? Ihre lesbische Freundin Susan, mit der sie nun zusammen leben wird. Aber das Schicksal trifft Ross noch härter, denn Carol erwartet ein Kind von ihm. Natürlich führt die Tatsache, dass der junge Erdenbürger mit zwei Müttern und einem Vater aufwachsen wird, schon während der Schwangerschaft zu Konflikten ...

Eines Abends taucht Monicas Schulfreundin Rachel (Jennifer Aniston) auf - im Hochzeitskleid und pitschnass. Kurz vor dem Traualtar wurde ihr mit Schrecken bewusst, dass das einzige Tolle an einer Hochzeit eigentlich nur die Geschenke sind. Monica nimmt Rachel, die bisher nur auf Kosten ihrer reichen Eltern gelebt hat, bei sich auf und verschafft ihr ihren ersten Job - als Kellnerin in dem noblen Restaurant, in dem auch Monica als Köchin arbeitet. Besonders Ross freut sich über den Neuzugang im Freundeskreis, denn Rachel war bereits während der High School seine große, heimliche Liebe ...

Ross' beste Freunde, Chandler (Matthew Perry) und Joey (Matt LeBlanc), wohnen im selben Haus wie Monica. Chandler, nie um ein Wort verlegen, ist ein sarkastischer Beobachter, der alles und jeden mit trockenem Humor kommentiert. Der lebenswürdige Klugschwätzer geht einem festen Job mit dazugehörigem Büroalltag nach - allerdings wenig motiviert. Sein Liebesleben ist eher überschaubar - seine größte Sorge ist eigentlich, für schwul gehalten zu werden. Der selbstverliebte Joey hingegen hat dieses Problem wirklich nicht. Er verehrt die Frauen und wartet auf den ganz großen Durchbruch, denn er träumt davon, ein berühmter Schauspieler zu werden. Leider blieben die großen Rollen bisher aus. Und so hält sich der am Hungertuch nagende Schauspieler mit Werbeplakaten für das Gesundheitsamt über Wasser ...

Monicas ehemalige Mitbewohnerin, die etwas durchgeknallte New-Age-Anhängerin Phoebe (Lisa Kudrow), komplettiert das Sextett. Die blonde Sirene ohne festen Wohnsitz verdient sich ihren Lebensunterhalt mit dem Verkauf von Haarspangen und Straßenmusik. Männer lernt sie so schnell kennen, wie sie sie verlässt - stündlich! Gemein-

sam sind die sechs Unentschlossenen eine explosive Mischung, die kein Auge trocken lässt. Und es ist allseits bekannt, dass es im Leben eines Singles nichts Wichtigeres gibt als Freunde ...



## Literaturverzeichnis

**Stallings, Penny:** FRIENDS. - Köln: vgs, 2000

**Holzer, Daniela:** Die deutsche Sitcom: Format, Konzeption, Drehbuch, Umsetzung. - Orig.-Ausg. - Bergisch Gladbach : Bastei-Verl. Lübbe, 1999

(Bastei Lübbe ; 94001 : Buch & Medien)

**Jürgen Wolff:** Sitcom: ein Handbuch für Autoren ; Tricks, Tips und Techniken des Comedy-Genres. - Köln: Emons Verl., 1997

**Alles Seifenblasen?:** die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen/ hrsg. von Maya Götz. – München: KoPäd- Verl., 2002

(Edition TelevIZion)

**Bischof, Ulrike:** Konfliktfeld Fernsehen: Lesen. Kindermedien zwischen Kunstanspruch und Kommerz, Neue Aspekte in Kultur- und Kommunikationswissenschaft. – Wien: Kunst- und Kulturverlag, 1995

(Neue Aspekte in Kultur- und Kommunikationswissenschaft ; Bd. 10)

**Koukoulli, Anastasia:** Jugendkonzepte in Vorabendserien: lebensweltliche Inszenierung in den Daily Soaps „Unter uns“ und „Verbotene Liebe“.- Berlin: VISTAS, 1998

(Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft ; Bd. 53 Jg. 39)

**Gerke- Reineke, Judith:** Glekote Medienhelden : Merchandising am Beispiel 'Pumuckl' , eine Untersuchung zum kommerziellen Medienverbund. – Münster: Lit, 1995

(Beiträge zur Kommunikationstheorie ; 8)

**Karsten, Eric/ Schütte, Jörg:** Firma Fernsehen: Alles über Politik, Recht, Organisation, Markt, Werbung, Programm und Produktion. – Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1999

**Heidmann, Horst:** Kindermedien.- Stuttgart: Metzler, 1992

(Sammlung Metzler ; Bd. 270)

**Immer dieses Fernsehen:** Ergebnisse der Begleitforschung zum Medienverbund / Der Bundesminister für Bildung u. Wiss. – Bad Honnef: Bock, 1985

(Studien zur Bildung und Wissenschaft ; 15)

**Fernsehen:** Wahrnehmungswelt, Programmsituation und Marktkonkurrenz / Knut Hieckethier Hrsg. – Frankfurt a. M. [u.a.]: Lang, 1992

(Grundlagen ; Bd. 6)

**Die Fernsehserie und das Serielle des Fernsehens** / Knut Hickethier. - Lüneburg : Universität, 1991

(Kultur, Medien, Kommunikation ; 2)

**Merchandising am Beispiel "Teletubbies"** / Georg Herter, 2000. Stuttgart, Fachhochschule, Dipl.-Arb., 2000

**Die deutsche Filmkomödie der neunziger Jahre** / Ina Harnischmacher, 1995. Stuttgart, Fachhochschule, Dipl.-Arb., 1995

**Humor:** Gespräche über die Komik, das Lachen und den Narren / Dimitri. Hrsg. - Dornach: Verl. am Goetheanum, 1995

**Michel- Andino, Andreas:** Kleine Philosophie des Lachens : Ein Essay über das Phänomen des Komischen. Koblenz: Föllbach, 2000

**Jurzik, Renate:** Der Stoff des Lachens : Studien über Komik. Frankfurt a. M.: Campus Verlag, 1985

**Lach- und Clownstheater:** die Vielfalt des Komischen in Musik, Literatur, Film und Schauspiel / Gerd Koch ; Florian Vaßen (Hrsg.). Frankfurt a. M.: Brandes und Apsel, 1991

(Wissen & Praxis ; 38)

**Nowak, Anneliese:** Die amerikanische Filmfarce. – München: TR- Verlagsunion, 1991

(Film, Funk, Fernsehen – praktisch ; Bd. 3)

**Berger, Peter L.:** Erlösendes Lachen: das Komisch in der menschlichen Erfahrung. – Berlin: de Gruyter, 1998

**Risiken und Nebenwirkungen: Komik in Deutschland** / Nils Folckers ; Wilhelm Solms (Hrsg.). 1.Aufl. - Berlin: Bittermann, 1996

(Critica Diabolis ; 58)

**Fragebogen:** Datenbasis, Konstruktion und Auswertung / Sabine Kirchhoff... 2., überarb. Aufl.. - Opladen : Leske + Budrich, 2001

(UTB für Wissenschaft ; 2245 : Sozialwissenschaften)

**TV- Images 2002:** Wie Sender ihre Sender sehen. – Unterföhring: SvenOne GmbH Media, 2002

**TimeBudget 1999- 2001.**- Unterföhring: SvenOne Media GmbH, 2001

**Brockhaus - die Enzyklopädie** : in vierundzwanzig Bänden. - Studienausg., 20., überarb. und aktualisierte Aufl.. – Leipzig [u.a.]: Brockhaus;

(Bd. 19. Kir - Lagh. - 19., völlig neu bearb. Aufl. - 1990.)

**Brockhaus - die Enzyklopädie:** in vierundzwanzig Bänden. - Studienausg., 20., überarb. und aktualisierte Aufl.. - Leipzig ; Mannheim : Brockhaus;

(Bd. 20. Sci - Sq. - 19., völlig neu bearb. Aufl. - 1993)

### **Zeitungen, Zeitschriften und Magazine:**

**Schumacher, Gerlinde/ Hammer, Daniela:** Humorsendungen im Fernsehen: Angebot, Nutzung, Anforderungen. In: Mediaperspektiven 12/ 2000

**Göttlich, Udo/ Neuman, Annika:** Daily Soaps als Lebensmittel: Eine Analyse von Zuschauerpost. In Medienpraktisch 4/00

**Heinrichs, Elke/ Jäckel, Michael:** Aus dem Alltag in den Alltag: Zur Bedeutung von Daily Soaps und Serien für Programmanbieter und Zuschauer. In Medienpraktisch 1/ 99

**Götz, Maya:** Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von 10- bis 15-Jährigen: Seifenblasen zwischen „leicht verdaulicher Unterhaltung“ und „ein Raum für sich“. In Tele- v|Zion 13/ 2000/ 2

**Mach mir mal 'ne Rita.** In Spiegel 4/ 2000

**Heidtmann, Horst:** Neue Formen seriellen Erzählens für junge Zuschauer: Gute Zeiten für schlechte Seifenopern. In Beiträge Jugendliteratur und Medien 1/1995

**Lou, Michael A.:** Die Vermarktung von Medienfiguren. In Beiträge Jugendliteratur und Medien 4/1995

### **Internetquellen:**

<http://www.nbc.com/Friends/>

<http://www.friendstv.de/>

<http://www.centralperk-online.de/>

<http://nbcmv.com/>

<http://www.tvtickets.com/>

<http://www.always-friends.de>

<http://www.ascap.com/filmtv/2002/filmtvawards2002.html>

[http://www.prosieben.de/serie/news/0923\\_01/](http://www.prosieben.de/serie/news/0923_01/)

<http://www.emerchandise.com/browse/FRIENDS/s.zWirkKLL>

<http://www.newyorkfirst.com/gifts/6003.html>

<http://www.amazon.de>

<http://www.prosieben.de/serie/friends/>

<http://www2.warnerbros.com/friendstv/index.html>

<http://www.sevenonemedia.de/>

<http://xpolis.net>

<http://www.friends-tv.org/epguide.html>

<http://come.to/FriendsNews>

<http://www.tvsc.de>

#### **Audiovisuelle Materialien:**

**Warner Home Video GmbH:** FRIENDS: Staffel 1, Episoden 1- 4. – 2000. –Videokassette

**Warner Home Video GmbH:** FRIENDS: Staffel 1, Episoden 5- 8. – 2000. –Videokassette

**Warner Home Video GmbH:** FRIENDS: Staffel 1, Episoden 9- 12. – 2000. –Videokassette

**Warner Home Video GmbH:** FRIENDS: Staffel 1, Episoden 13- 16. – 2000. –Videokassette

**Warner Home Video GmbH:** FRIENDS: Staffel 1, Episoden 17- 20. – 2000. –Videokassette

**Warner Home Video GmbH:** FRIENDS: Staffel 1, Episoden 21- 24. – 2000.- –Videokassette

#### **Eigene Videoaufzeichnung:**

**Pro7:** FRIENDS : Staffel 2, Episoden 17- 24. Pro7, Juli- August 2002 18:00 Uhr. – Fernsehserie (Aufzeichnung)

## Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbständig angefertigt habe. Es wurden nur die in der Arbeit ausdrücklich benannten Quellen und Hilfsmittel benutzt. Wörtlich oder sinngemäß übernommenes Gedankengut habe ich als solches kenntlich gemacht.

---

Ort, Datum

---

Unterschrift