

## Filminhalte und Zielgruppen

Wirkungspsychologische Untersuchung zur Zielgruppenbestimmung  
von Kinofilmen der Jahre 1998 und 1999  
auf der Basis des GfK-Panels

von  
Prof. Dr. Dirk Blothner

### FFA – Filmförderungsanstalt

– Bundesanstalt des öffentlichen Rechts –  
Große Präsidentenstraße 9, 10178 Berlin  
Telefon: (030) 27 5 77- 0 Telefax: (030) 27 5 77- 111  
Internet: <http://www.ffa.de>

Berlin, Dezember 2000



## Inhalt

Vorwort	5
1. Ansatz und Fragestellung der Untersuchung	7
2. Wie Filme ihr Publikum finden	9
3. Blockbuster	13
3.1 Der Pferdeflüsterer	15
3.2 Armageddon	17
3.3 Titanic	20
3.4 Fazit	22
4. Filminhalte und Lebensalter	24
4.1 Differenzierungen über Inhalte im Jugendalter	24
4.2 Differenzierungen über Inhalte zwischen Jugendlichen und Erwachsenen	28
4.3 Differenzierungen über Inhalte im früheren Erwachsenenalter	33
4.4 Differenzierungen über Inhalte im späteren Erwachsenenalter	41
5. Schluss	48
6. Anhang	50



## Vorwort

„Die digitale Zukunft – eine Herausforderung für die Filmwirtschaft“ lautete das Thema des im Oktober 2000 von der FFA veranstalteten Symposiums. Die Erwartungen an den Wechsel von der Analogität zur Digitalität und die damit verbundenen Dimensionen sind komplex. In diesem Zusammenhang stellt sich auch die Frage nach den **Inhalten**, sog. 'Contents'. Um Inhalte zu nutzen und zielgerechter einzusetzen, werden derzeit alle Formen der zukünftigen Softwareauswertung untersucht. Dies gilt auch für die Zukunft des Films, insbesondere des Kinofilms und damit für 'e-cinema'.

Die FFA hat in der Vergangenheit mit ihren jährlich erscheinenden Studien, zuletzt in der im Mai dieses Jahres herausgegebenen Untersuchung „**Die Kinobesucher 1999**“, ausführlich die statistischen Ergebnisse des Kinobesuchs in Deutschland, u.a. über Altersgruppen, Geschlecht, Beruf, Einkommen, Haushaltsgrößen, veröffentlicht. Ziel ist, die Filmwirtschaft – Produzenten, Kinobetreiber und Verleiher – dahingehend zu informieren, wie sich das Kinopublikum, ca. 32 % der deutschen Bevölkerung, zusammensetzt.

Prof. Dr. Dirk Blothner, Leiter des Instituts für Psychologische Wirkungsanalysen in Köln, hat in der vorliegenden Studie das regelmäßige Zusammenwirken und die Zusammenhänge von **Filminhalten und Zielgruppen** untersucht. Grundlage hierfür waren die statistischen Auswertungen über „Die Kinobesucher 1999“ – insbesondere, die von der FFA erfassten Ergebnisse der in Deutschland erstaufgeführten 30 TOP-Filme der Jahre 1998 und 1999 (siehe Seiten 50 und 51). Diese Listen beinhalten eine genaue Auswertung der Altersgruppen und geben einen umfassenden Überblick über die unterschiedlichen Besucherprofile der einzelnen Kinofilme. Eine Fortschreibung

der Ergebnisse in bezug auf die TOP-Filme der zurückliegenden Jahre, aber auch der der zukünftig startenden Produktionen, ist fest geplant.

FILMFÖRDERUNGSANSTALT  
Vorstand

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rolf Bähr', written in a cursive style.

Rolf Bähr

Berlin, im Dezember 2000

## **1. Ansatz und Fragestellung der Untersuchung**

Lebensumstände, Geschlecht und Alter der Menschen bestimmen ihre Einstellung zum Kino und zu den konkreten Filmen. Der einzelne Kinogänger sieht sich in der Regel diejenigen Filme an, die seinen persönlichen Einstellungen entsprechen. Doch das ist nur die eine Seite der Medaille. Denn die Menschen der westlichen Kultur leben in ein und derselben Wirklichkeit. Diese gibt ihnen einen gemeinsamen Rahmen von Wertungen, Erlebnismustern, von spezifischen Hoffnungen und Befürchtungen vor. Aus diesem Grunde können manche Kinofilme eine enorme Breitenwirkung erlangen. Sie vereinen Millionen von unterschiedlichsten Menschen in verschiedenen Ländern auf ein und den selben inhaltlichen Nenner. Eine solche Nivellierung individueller Differenzen über einen Film ist das Ziel von Produzenten, Verleihern und Kinobetreibern.

Die Filmwirtschaft hat ein vitales Interesse, das Potential ihrer Produktionen möglichst früh einschätzen zu können. Sie möchte genau wissen, bei welchen Zielgruppen und in welcher Breite ein Film seine Anziehungskraft entfalten wird. Denn ob ein Film ein finanzieller Erfolg wird, entscheidet sich in wenigen Wochen, ja manchmal Tagen. Hier kann man nicht im Austausch mit den Konsumenten allmählich das Profil einer Marke aufbauen wie in anderen Wirtschaftszweigen. Entweder das Marketing erreicht in den Wochen um den Start die richtige Zielgruppe oder nicht. Entweder der Film berührt das Herz der Menschen oder nicht.

Da die FFA für die Jahre 1998/99 erstmals den direkten Zugriff auf das GfK-Panel hat, liegen für diesen Zeitraum detaillierte Auswertungen darüber vor, welche soziodemografisch definierten Zuschauergruppen welche Filme gesehen haben.

Damit ist es möglich, die Wirksamkeit bestimmter Filme mathematisch-statistisch zu beschreiben. Im Bericht „Die Kinobesucher 1999 – Strukturen und Entwicklungen“ von Gerhard Neckermann wurden bereits soziodemographische Kriterien wie Besuchsintensität, Geschlecht, Schulbildung und Haushaltsgröße eingehend untersucht. Die vorliegende Untersuchung fragt nun speziell nach regelmäßigen Zusammenhängen zwischen Filminhalten und Altersgruppen. Diese werden auf den folgenden Seiten unter verschiedenen Gesichtspunkten an Beispielen beschrieben und diskutiert. Im Anhang (S. 50 f.) sind Tabellen angeführt, die einen Überblick über die Rangplätze der in 1998 und 1999 gezeigten Filme bei den unterschiedlichen Altersgruppen erlauben.

Die Untersuchung hat ein ganzheitliches Konzept von Inhalt: Die für die Wirkung eines Films ausschlaggebenden Inhalte sind mehr als die Summe von Teilaspekten wie Stars, Spezialeffekte, Thema und Story. Leonardo DiCaprio spricht im Umfeld von *Der Mann in der eisernen Maske* nicht die Zuschauer von *Titanic* an. Und die digitalen Effekte in *Forrest Gump* haben einen völlig anderen Stellenwert als diejenigen in *Godzilla*. *Das Geisterschloss* und *The Sixth Sense* gehören beide zum Horrorgenre, aber ihre Wirkung auf das Publikum ist kaum zu vergleichen.

In wenigen Worten: Der Inhalt eines Films ist *erstens* das komplexe Bild, das vor Start mittels Marketing und Werbung über ihn vermittelt wird und *zweitens* das spezifisch verfasste Erlebnis, das zwischen Vor- und Abspann zur Wirkung kommt.



## 2. Wie Filme ihr Publikum finden

Wirkungsprozesse haben immer wieder etwas Überraschendes. Niemand kann mit Sicherheit voraussagen, wie ein Kinofilm vom Publikum angenommen wird. Woran das liegt? Filmwirkung findet im Medium der menschlichen Psyche statt. Wir stellen uns diese als außergewöhnlich komplex, beweglich und produktiv vor. Hier verschmelzen Teilaspekte zu Ganzheiten. Hier erfahren Eigenschaften des Films oft eine erstaunliche Umwandlung. Gewalttätige Szenen können Zuschauer friedlich stimmen. Liebesgeflüster kann in ihnen Aggressionen auslösen. Inputs kommen in verwandelten Outputs heraus und die Mechanismen dieser Veränderungen sind nicht leicht zu steuern. Filmwirkung ist nicht linear. Man darf sich daher auch die Verknüpfung von Film und Zielgruppe nicht zu fest vorstellen.

In dem hier behandelten Zusammenhang sind vor allem vier Mechanismen bedeutsam, die zwischen Filminhalten und Zielgruppen vermitteln: Differenzierung und Generalisierung über Inhalte, Altersentsprechung und Altersverschiebung der Inhalte. (Abb. 1)

Zwar differenzieren viele Filme mit ihren Inhalten das Publikum. So wurde z.B. Matrix vorwiegend von jungen, männlichen Schülern und Studenten gesehen. Aber ebenso viele Produktionen haben Inhalte, die den unterschiedlichsten Alters- und Berufsgruppen in gleichem Maße etwas zu sagen haben. Ihre Inhalte haben eine generalisierende Wirkung. Notting Hill erzählt die Liebesgeschichte zwischen einem Buchhändler und einem Filmstar. Trotzdem fühlen sich von diesem Film sowohl Lehrlinge, als auch Studenten, Arbeiter und Akademiker angesprochen.

Manche Filme kommen bei Altersgruppen an, die dem Alter ihrer Protagonisten entsprechen. *Eine wie keine* wurde zum überwiegenden Teil von jungen Menschen unter 20 gesehen. Das entspricht dem Alter der die Geschichte tragenden Figuren, die allesamt noch zur Schule gehen. Bei *Eine wie keine* liegt also ein Fall von *Altersentsprechung* vor.

In anderen Filmen sind die tragenden Figuren im mittleren Alter, aber das Publikum setzt sich zum überwiegenden Teil aus Zuschauern jenseits der vierzig zusammen. *Comedian Harmonists* ist hierfür ein Beispiel oder *Das Leben ist schön*. In manchen Fällen kann diese *Altersverschiebung* so weit gehen, dass Jugendliche einen Riesenspaß daran haben, Filme mit einem über 70jährigen Hauptdarsteller zu sehen. Leslie Nielsen mit seinen überdrastischen Actionkomödien ist hierfür ein überzeugendes Beispiel. Filme wie *Die nackte Kanone* unterstreichen die Hypothese, dass es das Erlebnis im Ganzen und nicht das Alter des Hauptdarstellers ist, das entscheidet, ob ein Film als „jugendlich“ empfunden wird oder nicht.

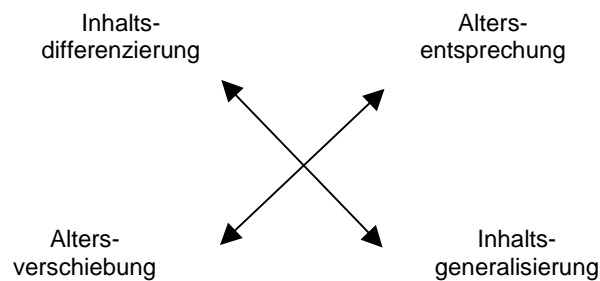


Abb. 1: Mechanismen der Zielgruppenbildung

Viele Filme wirken im Bewusstsein der Menschen schon lange bevor sie in den Kinos gezeigt werden. Es werden Geschichten über ihre Produktion kolportiert. Starbilder und Themen verleihen ihnen eine inhaltliche Ausrichtung. Manchmal entstehen spontan Wirkungsprozesse, die über die Strategien des Marketings hinausgehen. Es kommt ganz darauf an, dass ein zu startender Film schon vorher eine packende inhaltliche Dynamik entfaltet. Eine Verheißung, ein Versprechen, ein spannungsvoller Komplex sollte sich herauskristallisieren. Denn nur solch ein wirksames Bild kann die Menschen dazu bringen, den Aufwand auf sich zu nehmen, das Haus zu verlassen und das Kino aufzusuchen. Gelingt es, werden die Menschen drängende Erwartungen ausbilden. Wenn dann kurz vor Start die Kampagnen ihren Höhepunkt erreichen, fiebern sie nicht selten danach, ihren Vorstellungen im Kino so bald wie möglich eine konkrete Gestalt zu geben. Die Filmkritik in Tageszeitungen, Fernsehen und Rundfunk, aber auch das Wetter sind nun nicht unerheblich daran beteiligt, das Verhalten der Kinogänger zu beeinflussen.

Doch damit ist die letzte Entscheidung über das Ausmaß ihrer Wirkung noch nicht gefallen. Denn in der Regel sieht sich das junge und erfahrene Publikum die Neustarts zuerst an. Seine Einschätzung über das Kosten-Nutzenverhältnis, die sich zu der oft zitierten Mundpropaganda verdichtet, darf nicht unterschätzt werden. Denn vom Kino erwarten die Menschen ein außergewöhnliches Erlebnis. Sie wollen frische Bilder sehen und sie wollen intensive Erfahrungen machen. Die einen erwarten Spannung und Thrill, die andern eine vertiefte Einsicht in die Grundprobleme des Lebens. Alle Zuschauer aber wollen von den Filmen ernst genommen werden. Allzu offensichtliche Beeindruckungen durchschauen sie. Schon die kleinste spürbare Unzufriedenheit kann dazu führen, dass der

Film in der Einschätzung schlecht weg kommt. Aber wenn die Rechnung aufgeht und die Zuschauer mit einem guten Gefühl aus der Vorstellung kommen, geht der Daumen nach oben. Das spricht sich herum. Dann kann auch ein nur mäßig beworbener Film eine große Anziehungskraft entfalten.

Wirksame Kinofilme sind Erlebnisströmungen, die Millionen von Menschen in unterschiedlichen sozialen Situationen für einige Stunden in einer Sinnentwicklung zusammenschweißen. Je überzeugender und bedeutsamer ihr Inhalt ist, desto mehr Berufsgruppen, Bildungsniveaus und Altersgruppen sind bereit, sich auf ein und dieselbe Strömung einzulassen. Nicht selten kommt eine solche Inhaltsgeneralisierung zustande, weil der Film eine Thematik behandelt, die zeitgebundenen Hoffnungen und Befürchtungen der Menschen einen unterhaltsamen Ausdruck verleiht. Solche Produktionen verbleiben für einige Monate im Bewusstsein der Menschen, bevor sie wieder an Einfluss verlieren und anderen Platz machen. Wirklich beeindruckende Filme vergessen die Zuschauer nicht so schnell. Sie hinterlassen ein Gefühl, das sich als Maß und Anspruch bei der Wahl weiterer Filme zur Geltung bringt.

### 3. Blockbuster

Blockbuster sind Filme, die das Publikum wie Magneten in die Kinos ziehen. Sie machen bis zu 40% des jährlichen Geschäfts aus. Egal wie alt ihre Protagonisten sind, sie sprechen junge und alte Zuschauer gleichermaßen an. Und wenn ihre Geschichte auch in einem Milieu spielt, das nur sehr wenigen Menschen vertraut ist, fühlen sich doch breite Schichten von ihnen angesprochen. Blockbuster zeichnen sich durch eine starke Tendenz zur Altersverschiebung und Inhaltsgeneralisierung aus.

1998 war Titanic-Jahr. 18 Millionen verkaufte Eintrittskarten ein einzigartiges, spektakuläres Ergebnis. Der auch bei der Oscar-Verleihung im März 1999 ungewöhnlich gut abschneidende Film von James Cameron differenzierte das Publikum (bezogen auf seine Rangplätze in den vom GfK-Panel unterschiedenen Kategorien) so gut wie gar nicht. Er war Nummer eins bei Männern und Frauen, in allen Alters- und Berufsgruppen und Favorit bei allen Bildungsniveaus. Man könnte meinen, Titanics Zielgruppe war die Gesamtbevölkerung.

Armageddon, mit 5,3 Millionen Eintrittskarten die Nummer 2 der Hitliste, differenziert das Publikum zwar auch nicht sehr stark, aber er fiel in der Gunst der über 50jährigen doch deutlich ab und lag bei einigen Berufsgruppen unter dem Durchschnitt in der Gesamtwertung. Der Pferdeflüsterer lag mit seinen knapp 4 Millionen Zuschauern im selben Jahr auf dem dritten Platz. Bei ihm lässt sich eine noch deutlichere Differenzierung des Publikums feststellen: Der Film von Robert Redford kam bei den über 35jährigen deutlich besser an, als bei den jüngeren Zuschauern. (Abb. 2)

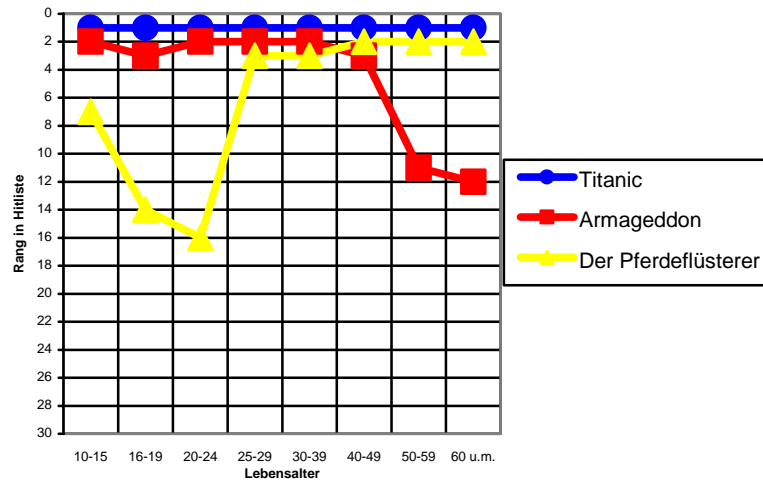


Abb. 2: Altersverteilung dreier Blockbuster 1998

Im Folgenden wollen wir das unterschiedliche Abschneiden der drei erfolgreichsten Filme des Jahres 1998 aus ihren Inhalten heraus erklären. Dabei lassen wir uns von der Hypothese leiten, dass mit konkreten Filmen spezifisch verfasste Erlebnisse gegeben sind. Je nachdem welche Sorte von Erlebnis sie anbieten, schließen sie bestimmte Zielgruppen ein und andere aus. Nicht für alle Menschen ist Armageddon gute Unterhaltung. Manchen ist der Film zu laut, spektakulär, oberflächlich oder vielleicht sogar zu bedrohlich. Andere gehen bei seiner Geschichte innerlich mit und vergessen, darüber, dass sie im Kino sitzen. Manchen ist vielleicht der Inhalt von Der Pferdeflüsterer zu emotional und das Erzähltempo des Films zu langsam. Andere haben das Gefühl, sich beim Zusehen wunderbar entspannen zu können. Solche ganzheitlichen Wertungen entscheiden darüber, wie sich das Publikum dieser Filme zusammensetzt.

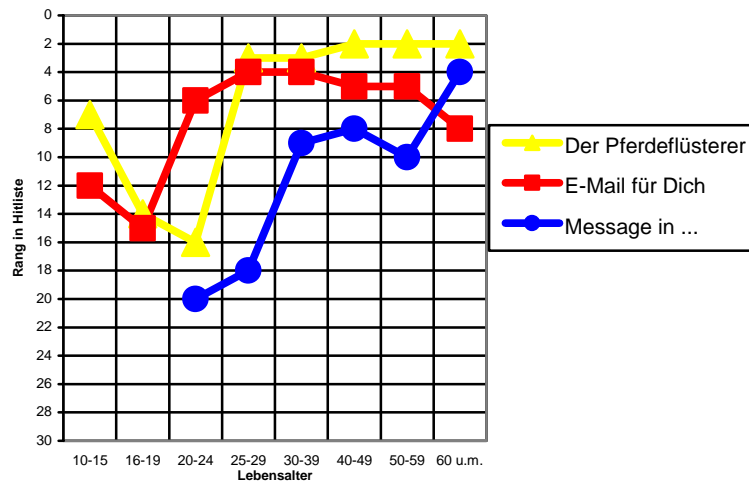
### 3.1 Der Pferdeflüsterer (USA 1998)

Der Pferdeflüsterer (Start 24.09.98) erzählt eine Liebesgeschichte im Rahmen beeindruckender Landschaftsaufnahmen. Eine New Yorkerin reist mit Tochter und Pferd aufs Land zu einem Pferdetherapeuten. Es entsteht eine Anziehung, daraus ein paar Tage des Glücks, aber schließlich geht man wieder auseinander. Die Hauptdarsteller sind höheren oder mittleren Alters. Robert Redford bei älteren, aber auch bei jüngeren Frauen noch immer ein Magnet. Die Story wird aus der Perspektive der weiblichen Hauptrolle (Kristin Scott Thomas) aufgerollt. Sie führt die Zuschauer in das Versprechen einer romantischen Vereinigung hinein, ohne es allerdings zu erfüllen. Die Frage nach der Möglichkeit des Glücks in der Liebe ist der inhaltliche Kern. Es geht um die Frage, ob Mann und Frau, Mutter und Tochter, letztlich auch Mensch und Tier einander im Verstehen näher kommen können. Das ist eine Frage, die alle Menschen angeht, aber nicht alle Altersgruppen wollen darüber im Kino eine Erfahrung machen.

Der am 26. August 1999 gestartete Film *Message in a Bottle* (1999: Rang 16, 2,1 Mio. Besucher)<sup>1</sup> mit Kevin Costner in der Hauptrolle hatte zwar nicht einen solch großen Erfolg wie der Film mit Robert Redford, aber auch er erzählt eine Geschichte, bei der die Liebenden nicht zusammenkommen. Sind es bei *Der Pferdeflüsterer* unüberbrückbare Unterschiede und bestehende Bindungen, so ist es hier der Tod, der das Glück der Liebe zerstört. Die tragische inhaltliche Valenz ist jedoch vergleichbar. Die Alterskurven der beiden Filme zeigen, dass ihr pessimistischer Inhalt das ältere Publikum ein- und das jüngere eher ausschließt.

---

<sup>1</sup> FFA TOP-30 Liste 1998 und 1999, s. Seiten 50 und 51



Diese Beobachtung wirft die Frage auf, ob Liebesfilme ohne tragische Valenz eventuell ein jüngeres Publikum ansprechen. E-Mail für Dich (1999: Rang 10, 3,5 Mio. Besucher, Start 11.02.99) ist eine romantische Komödie mit Protagonisten im mittleren Alter (Meg Ryan und Tom Hanks), bei der die für die romantische Komödie unabdingbare Vereinigung der Getrennten viele Komplikationen zu überwinden hat. Trotzdem aber beantwortet dieser Film die Frage nach der Möglichkeit des Liebesglücks eindeutig mit „Ja“. In der Geschichte von Nora Ephron lernen sich ein Mann und eine Frau, die beruflich miteinander verfeindet sind, über das Internet kennen und verlieben sich. Im realen Leben bekämpfen sie sich, aber am häuslichen Computer entfaltet sich zwischen ihnen eine Romanze. Schließlich werden die Hindernisse aus dem Weg geräumt und der romantischen Liebe zum Durchbruch verholfen. Diese Geschichte verleiht dem Kinoerlebnis eine grundsätzlich positiv-romantische Verfassung. Die Alterskurven im Vergleich zeigen, dass ein solcher Inhalt das Publikum



tatsächlich verjüngt und seine größte Beliebtheit nicht im höheren, sondern im mittleren Alter findet. (Abb. 3)

### **3.2 Armageddon (USA 1998)**

Armageddon (Start: 16.07.98) greift die Katastrophenbefürchtungen am Ende der 90er Jahre auf. Damit stellt er sich in eine breite Strömung. Die Story stellt die gesamte Erde unter die verheerende Bedrohung eines Asteroideneinschlags. Sie schickt ein Team von hartgesottenen Männern aus, denen es unter schwierigsten Bedingungen gelingt, das Unheil abzuwenden. In keinem anderen Katastrophenfilm wurde bisher deutlich gemacht, wie hart und arbeitsintensiv es sein kann, die Welt zu retten. Das Team hat im Weltraum und auf dem Asteroiden mit den schwierigsten Bedingungen zu kämpfen. Ein großer Teil des Films besteht aus seinen beharrlichen Versuchen, die nicht immer verlässliche Technik durch beherztes Anpacken zu beherrschen. Dabei kommt der Wunsch des breiten Publikums nach komischen Momenten nicht zu kurz. Die männliche Hauptrolle, deren persönliches Lebensopfer für den guten Ausgang der Geschichte entscheidend ist, wurde mit Bruce Willis besetzt.

Bei Armageddon (1998: Rang: 2, 5,3 Mio. Besucher) stimmte die Mischung aus frischer Umsetzung eines vertrauten Genres, aus bewegendem und aktuellem Thema, eindrucksvollen Effekten, Humor und gutem Ausgang. Auch Deep Impact (1998: Rang: 7, 3,1 Mio. Besucher, Start: 14.05.98), der nur zwei Monate vorher zu sehen war, stellt die Erde unter die akute Bedrohung eines Kometeneinschlags. Der Film konzentriert sich auf die menschlichen Reaktionen angesichts des gemeinsamen Schicksals. Er hat im ganzen einen ‚realistischeren‘ Charakter als Armageddon und geht auch mit den

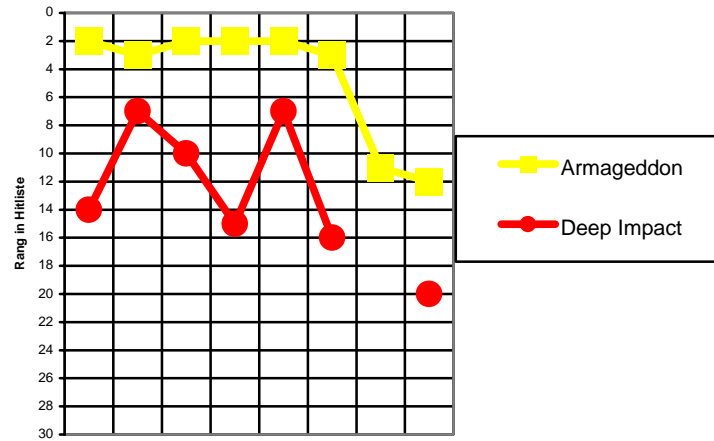


Abb. 4: Zwei Weltuntergangsfilme

Effekten sparsamer um. Deep Impact rückt weniger stark das aktive Eingreifen zur Rettung in den Mittelpunkt seiner Geschichte. Die Retter sind nicht annähernd so witzig und individualistisch gezeichnet wie bei *Armageddon*: Dort sind es einfache, aber kräftige Arbeiter einer Bohrinsel, denen das Schicksal der Erde in die schwierigen Hände gelegt wird. In Deep Impact sind die Retter farblose Militärs oder Raumfahrer. Wenn man die Altersprofile der beiden Filme miteinander vergleicht, lässt sich ablesen, dass die Mischung, die von Armageddon ins Feld der Millenniumsbefürchtungen gebracht wurde, diejenige mit der größeren Breitenwirkung ist. Deep Impact differenziert das Publikum stärker. (Abb. 4)

Das breite Publikum wollte am Ende des 20. Jahrhunderts einen unterhaltsamen Ausdruck für seine Untergangsbefürchtungen (vielleicht auch -sehnsüchte?) bekommen. Aber es wollte zugleich die Gewissheit behalten, dass es Menschen gibt, die das Schlimmste immer noch abwenden können. Indem Armageddon die wilde Schar um Bruce Willis als Männer zeichnet, die hauptsächlich gut anpacken können, die

einiges ertragen und vor Schmutz und harter Arbeit nicht zurückschrecken, bot der Film für die spektakulären Untergangs- und Zerstörungsbilder eine tragende Kompensation an. Mit diesem Inhalt setzt der Film geschickt an dem Misstrauen gegenüber Technokraten, Wissenschaftlern und hohen Politikern an, das unsere Zeit bestimmt. Überraschenderweise wartet er mit einfachen, groben Arbeitern auf, die das kühle Engagement der Experten in den Schatten stellen. Globale Zerstörung und beherzte Rettung halten sich auf diese Weise die Waage. Ein Konzept, das beim breiten Publikum auf Resonanz stößt. Denn in einen solchen Film kann man mit der ganzen Familie gehen. Er beeindruckt die Männer mit spektakulären Bildern der Zerstörung und bringt ihnen die Protagonisten nahe. Frauen und Kinder beruhigt der Film mit dem beispiellosen Einsatz der Retter. Überhaupt vermittelt die augenzwinkernde Übertreibung den Zuschauern in jeder Phase das Gefühl, dass sie nicht mit zu sehr belastenden Zuspitzungen konfrontiert werden. Insgesamt ergibt sich auf diese Weise ein Erlebnis, das Bedürfnisse verschiedener Altersgruppen in sich vereint.

Die unterschiedlichen Erlebnisse von Armageddon und Der Pferdeflüsterer schließen einander – bezogen auf den einzelnen Zuschauer – nicht grundsätzlich aus. Ein beachtlicher Teil der Seher des Films mit Robert Redford hat auch den Film mit Bruce Willis gesehen. Ein und derselbe Zuschauer kann sich mal auf einen spektakulären Katastrophen- und ein anderes mal auf einen feinsinnigen Liebesfilm einlassen. Er hat unterschiedliche Erwartungen an das Kino. Wenn man aber die soziodemografischen Merkmale der Zuschauer überblickt, ist doch unübersehbar, dass Der Pferdeflüsterer mehr weibliche und ältere Zuschauer hat. Und Armageddon sahen mehr männliche und jüngere Zuschauer. Die unterschiedlichen

‚Welten‘, die beide Blockbuster eröffnen, spiegeln sich in der unterschiedlichen Zusammensetzung ihrer Seher wider.

### 3.3 Titanic (USA 1997)

Titanic (Start 08.01.98) erzählt nicht nur zum wiederholten Male die Geschichte vom Untergang des historischen Luxusliners, sondern behandelt darüber hinaus – passend zum Ende des 20. Jahrhunderts – eines der zentralen Traumen der Moderne: Die Verkehrbarkeit der menschlichen Anstrengungen, das Leben zu sichern und das Leiden zu beherrschen. Titanic erzählt nicht nur die Geschichte einer Frau, die sich aus den Konventionen ihrer sozialen Schicht befreit, sondern behandelt zugleich eine starke zeitgenössische Strömung: Die Sehnsucht nach dem authentischen oder ‚wahren‘ Leben. Schließlich erzählt Titanic nicht nur die Geschichte zweier Liebender. Indem er deren Vereinigung mit dem Untergang des technologischen Wunderwerkes belastet, lässt er die Verbindlichkeit zwischen den Menschen als Orientierung in einer Zeit erscheinen, in der sie immer weniger Grund haben, an den Halt von Wissenschaft und Technologie zu glauben.

Als Katastrophenfilm ist Titanic (1998: Rang 1, 18,0 Mio. Besucher) vielschichtiger als Armageddon (1998: Rang 2, 5,3 Mio. Besucher). Zunächst einmal erzählt er eine wahre Begebenheit, den Untergang der Titanic im April 1912. Außerdem aber behandelt der Film am Ende des vergangenen Jahrhunderts belebte Befürchtungen in Form eines Gleichnisses. Er lässt ein Schiff untergehen und *symbolisiert* damit den Weltuntergang, den Armageddon direkt thematisiert. Dabei spart Titanic trotzdem nicht mit spektakulären Bildern und spannender Action. Als Liebesfilm entfaltet Titanic sowohl eine romantisch-optimistische, als auch eine tragisch-pessimistische Stimmung. Er

überzeugt die Zuschauer von der alles verändernden Kraft der Liebe wie E-Mail für Dich (1998: Rang 10, 3,5 Mio. Besucher). Aber er verliert auch deren tragische Seite nicht aus dem Auge, die in Der Pferdeflüsterer (1998: Rang 3, 4,0 Mio. Besucher) die älteren Zuschauer ansprach.

Die inhaltlichen Komplexe, die Titanic behandelt, stehen aber nicht einfach nebeneinander, sondern bauen aufeinander auf und bilden ein spürbares Gesamtwerk. Wenn er den Luxusliner in der ersten halben Stunde auf See schickt, vermittelt der Film seinem Publikum zunächst ein Gefühl für die Größe menschlicher Leistungen. Erst dann beginnt er, die Liebesgeschichte zu erzählen. Nachdem er das Paar zusammengebracht hat und mit dessen Verbindlichkeit dem Zuschauer eine Orientierung vermittelt hat, lässt der Film das Schiff untergehen. Wenn zunächst der wunderbare Dampfer das Erleben strukturierte, so ist es jetzt die nicht weniger wunderbare Liebe zwischen den Protagonisten, die den emotionalen roten Faden abgibt. Die Zuschauer können auf diesem Hintergrund das umfassende Schiff getrost aufgeben, weil sie in dem Bemühen der Liebenden zusammenzubleiben und sich gegenseitig zu unterstützen einen neuen Halt erfahren. Indem der Film glaubhaft vermittelt, dass die Liebe auch über den Tod hinaus ein Leben gestalten kann und den Zuschauer auf ein zwar phantasiertes, aber deshalb nicht minder wirksames Happy End zuführt, entlässt er sein Publikum in einer hoffnungsvollen und durchwegs positiven Stimmung.

Titanics Inhalt ist komplexer als die anderen beiden Blockbuster, ohne deshalb schwerer verständlich zu sein. Er hat mehrere Ebenen, die Männer ebenso wie Frauen, die Menschen mit höherer, ebenso wie mit einfacher Bildung beschäftigen. Zugleich ist er aber auch stringenter aufgebaut als andere Filme. Mit Titanic liegt der seltene Fall eines Films vor, der dem Professor ebenso wie dem Arbeiter, der 15jährigen ebenso wie der 65jährigen eine zugleich unterhaltsame und wertvolle Erfahrung vermittelt. Der Start von Titanic wurde mit einem aufwendigen und breit gestreuten Marketing unterstützt. Doch der Film hätte ohne seinen Inhalt eine solche Breitenwirkung nicht haben können.

### **3. 4 Fazit**

Liebesfilme mit unerfüllter, tragischer Tönung und mit älteren Protagonisten unterstützen Altersverschiebung und Themengeneralisierung offensichtlich nur bedingt. Der Pferdeflüsterer, Message in a Bottle finden daher ihr Publikum im Wesentlichen bei Zuschauern über 30 Jahren. Die Erlebnisverfassungen solcher Filme schließen das junge Publikum aus.

Katastrophenfilme wie Armageddon, die den Grad der Bedrohung nicht wirklich bedrängend werden lassen, bei denen sich Gefahr und Anstrengungen zur Rettung die Waage halten und die zugleich spektakuläre Bilder der Zerstörung zeigen, eignen sich dagegen eher, über Themengeneralisierung und Altersverschiebung das ganz breite Publikum zu versammeln. Mit ihnen ist ein Erlebnis verbunden, das sowohl spannend, als auch emotional anrührend ist, bei dem sich beeindruckende Bilder der Zerstörung mit dem Vertrauen auf kompetente Rettung ergänzen. Diese Mischung ist hervor-

ragend dazu geeignet, verschiedene Generationen vor der Leinwand zu vereinen.

Aber nur Produktionen, die solch feine inhaltlichen Brechungen bewerkstelligen wie Camerons Titanic, kann es von Zeit zu Zeit gelingen die sozialen und individuellen Unterschiede der Menschen für ganze drei Stunden auf ein Minimum zu nivellieren. Wem die filmische Thematisierung von Katastrophen zu vordergründig erscheint, sagt Titanic: „Es ist wirklich geschehen.“ Wem die Bedrohung der Erde zu spekulativ vorkommt, für den rückt der Film von Cameron die globale Katastrophe in ein Gleichnis: Das Schiff als Symbol des Umfassenden. Wem die Liebesgeschichte an Bord zu banal ist, dem bietet der Film einen Kulturbezug an: Liebe ist mehr als ein Gefühl zwischen Mann und Frau. Sie gibt Stabilität in einer Zeit, in der die Menschen berechtigten Zweifel gegenüber dem von Naturwissenschaft und Technik bereitgestellten Halt hegen. Die inhaltliche Komplexität mit ihren Metaphern, Brechungen und Bedeutungsebenen erlaubt es unterschiedlichsten Menschen, sich auf ein und denselben Film einzulassen und dabei doch – wenn sie es so wollen – eine von ihnen favorisierte Perspektive festzuhalten.

#### **4. Filminhalte und Lebensalter**

Wenn auch alle Menschen der westlichen Kultur in einer vergleichbaren Wirklichkeit leben, verlangen die unterschiedlichen Bedingungen der Lebensalter jeweils charakteristische Schwerpunkte in der Alltagsgestaltung und damit charakteristische Wertungen. Diese unterschiedlichen Wertungen sind die Grundlage für das Generationsproblem, aber auch für die Wahl der Filme.

Das Kapitel über Blockbuster machte deutlich, dass Filminhalte das Publikum auf der Altersachse mehr oder weniger eindeutig differenzieren. Dieser Abschnitt stellt die Frage, welche Filminhalte welchen Altersgruppen am ehesten zuzuordnen sind. In einer früheren Untersuchung (MediaPerspektiven 9/98, S. 479-485) wurde dargelegt, dass diese Zuordnung über einzelne Merkmale wie z.B. Alter des Protagonisten nicht verlässlich zu treffen ist. Dagegen wurde in Aussicht gestellt, Regelmäßigkeiten über ganzheitliche, das Filmerleben beschreibende Merkmale zu erarbeiten. Im Folgenden werden an durch die GfK-Daten als differenzierend ausgewiesenen Filmen der Jahre 1998/99 altersgebundene Filminhalte beschrieben.

##### **4.1 Differenzierungen über Inhalte im Jugendalter**

1998 und 1999 ließen sich sowohl jüngere, als auch ältere Jugendliche die ganz großen Blockbuster nicht entgehen. Titanic, Star Wars, Armageddon, Notting Hill und Die Mumie ließen beide Altersgruppen nicht kalt. Zugleich aber zeichnet sich ein signifikanter Unterschied ab: Bei den unter 16jährigen platzierten sich auf der Top Ten Filme wie Dr. Doolittle,



Flubber, Antz und Werner – Volles Rooäää!!!. Obwohl nur wenige Jahre zwischen ihnen liegen, sind diese Filme bei den über 16jährigen auf den oberen Rangplätzen nicht anzutreffen. Die Aufstellung (unten) gibt die Top Ten der vergangenen zwei Jahre bei den beiden Altersgruppen wieder.

Wie lässt es sich erklären, dass Jugendliche ab 16 Filme meiden, die bei den nur wenige Jahre Jüngeren zu den Favoriten gehören?

Die Pubertät ist eine körperliche Veränderung mit enormen

10 – 15 - 1998 - 16 – 19			10 – 15 - 1999 - 16 - 19		
1	Titanic	Titanic	1	Star Wars	Eiskalte Engel
2	Armageddon	Der Soldat J. Ryan	2	Braut, die sich...	Notting Hill
3	Dr. Doolittle	Armageddon	3	Eine wie keine	Star Wars
4	Flubber	Akte X	4	Geisterschloss	James Bond
5	Godzilla	Truman Show	5	Die Mumie	Matrix
6	Antz	Verrückt n. Mary	6	Werner-Volles...	Die Mumie
7	Pferdeflüsterer	Deep Impact	7	Notting Hill	Eine wie keine
8	Mulan	Godzilla	8	Wild Wild West	Wild Wild West
9	Akte X	Stadt der Engel	9	James Bond	Braut, die
sich...					
10	Truman Show	Lola Rennt	10	Matrix	Rush Hour

seelischen Folgen. Kinder vor und Jugendliche nach der Geschlechtsreife leben in unterschiedlichen psychischen Welten. Weil sie ihre faktischen Grenzen immer wieder schmerzhaft erfahren, genießen Kinder vor der Pubertät den Schutz der Eltern und die Möglichkeiten des phantasiegeleiteten Spiels. Doch mit dem Einsetzen der Geschlechtsreife wollen sie den Erwachsenen nacheifern und möglichst schnell deren Privilegien und Aktionsradius genießen.

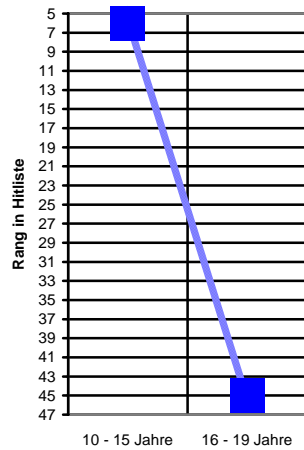


Abb. 5: *Antz* (1998) - Abfall auf Altersschwelle

Wenn sie die elterlichen Vorgaben zunächst als Halt erfahren, kommen sie ihnen nun als Fesseln vor. Ihre Entwicklung drängt vorwärts und sie grenzen sich von dem Vergangenen geradezu heftig ab. Auch wenn sie psychisch noch in den Kinderschuhen stecken, suchen sie sich in ihrem Verhalten trotzdem ‚erwachsen‘ zu gebärden. In dieser Krise müssen sie sich vehement gegen vermeintlich kindliche

Inhalte abgrenzen. Sie bauen einen Widerstand gegen Kindliches auf und suchen diesen auch mit der Wahl der Kinofilme zu untermauern. Auf dem Hintergrund dieses Entwicklungssprungs und den damit verbunden Befürchtungen meiden viele Jugendliche Filme wie *Antz* (1998: Rang 32, 1,2 Mio. Besucher, Start 05.11.98) allein schon deshalb, weil es sich um einen Zeichentrickfilm handelt. (Abb. 5)

Männliche Jugendliche bringen ihre neu eroberte Nähe zur Welt der Erwachsenen auch damit zum Ausdruck, dass sie ihre Erregbarkeit, ihren Wunsch nach Durchsetzung und nach ‚männlichem‘ Verhalten nicht mehr in Zeichentrickfilmen unterbringen. Das finden sie ‚kindisch‘. Sie wollen nun ‚richtige Actionfilme‘ kennen lernen. Denn die werden von erwachsenen Männern ja auch gesehen. Jeder Kinobetreiber kann ein Lied davon singen, mit welchen Tricks sich Jungs

manchmal als älter ausgeben, um endlich in einen Actionfilm mit FSK-Freigabe ab 16 hineinzukommen.

An der Gegenüberstellung der Rangplätze von *Werner – Volles Rooäää!!!* (1999: Rang 13, 2,7 Mio. Besucher, Start: 16.09.99) kann man ablesen, in welchem Maße Jugendliche um die 15 Jahre veränderte Ansprüche an das Kino entwickeln. Das Beispiel ist auch deshalb besonders aussagekräftig, weil Wernerfilme ja in der Regel mit groben Späßen nicht geizig umgehen. Aber den Jugendlichen scheint diese Art trotzdem nicht mehr interessant genug zu sein. (Abb. 6)

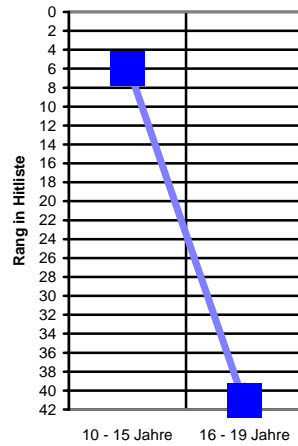


Abb. 6: *Werner – Volles Rooäää!!!* (1999) - Abfall auf Altersschwelle

**Fazit:** Den stärksten Widerstand bei Jugendlichen nach Einsetzen der Pubertät erfährt das Marketing bei von ihnen selbst als „Kinderfilm“ eingeschätzten Produktionen. Ein Durchbrechen dieses Widerstandes dürfte nur sehr begrenzt möglich sein.

#### **4.2 Differenzierungen über Inhalte zwischen Jugendlichen und Erwachsenen**

Jugendliche wollen ihre Freiräume und Kompetenzen ausprobieren. Sie wollen erfahren, wo ihre und die Grenzen der Gesellschaft verlaufen. Identität und Richtung des Lebens sind noch wenig festgelegt. Sie sind Suchende und dabei zum großen Teil auch orientierungslos. Da sie aber in der Regel bei ihren Eltern leben und von denen versorgt werden, überschätzen Jugendliche oft ihre Unabhängigkeit. Sie machen sich nicht deutlich, dass sie sich nur auf dem Hintergrund der selbstverständlich gegebenen Unterstützung frei fühlen können.

Demgegenüber sind viele junge Erwachsene bereits in den Berufsalltag eingebunden. Sie stehen verstärkt unter der Notwendigkeit, ihre eigenen Bedürfnisse auf Rollenforderungen abzustimmen. Studierende sehen sich an den Hochschulen der Forderung nach Eigenverantwortlichkeit und Selbstmotivierung ausgesetzt. Die im Rahmen solcher Veränderungen gemachten Erfahrungen fördern das Interesse für psychische Inhalte. Junge Erwachsene wollen daher nicht nur ihre physischen Möglichkeiten austesten, sondern sich mehr und mehr auch seelisch kennen lernen. Im Ganzen gesehen findet zu Beginn des Erwachsenenalters eine Umordnung in Richtung auf Verinnerlichung, Selbstregulation und Selbstverantwortung statt. In auffälligen Sprüngen auf den Hitlisten Jugendlicher und junger Erwachsenen spiegeln sich diese Veränderungen wider.

Während Jugendliche (16 – 19 Jahre) sich für Filme mit drastischer Situationskomik interessieren, wenden sich junge Erwachsene (20 – 24 Jahre) von solchen Inhalten zunehmend ab. So hievten z.B. die 16 -19jährigen Wild Wild West (1999: Rang 14, 2,5 Mio. Besucher, Start: 29.07.99) auf Rang 8 in der Jahreshitliste. Die 20 -24jährigen verbannten die Komödie von

Barry Sonnenfeld jedoch auf Platz 29. (Abb. 7) Die gleiche Veränderung bringt sich in der unterschiedlichen Bewertung von Akte X (1998: Rang 12, 2,4 Mio. Besucher, Start 06.08.98) zum Ausdruck. Auch dieser Film setzt mit seinen alltagsfernen und konstruierten Unfassbarkeiten mehr auf physische Anspannung, als auf psychische Differenzierung. Das Bedürfnis der jungen Erwachsenen nach Inhalten, die auf ihre entwicklungsbedingten Fragen antworten, kommt bei diesen Filmen zu kurz. Sie wenden sich innerhalb weniger Jahre von ihnen ab und sehen sich im Kino nach ganz anderen Erlebnisformen um. (Abb. 8)

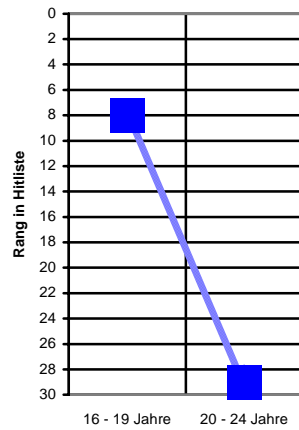


Abb. 7: *Wild Wild West* (1999) – Abfall auf Altersschwelle

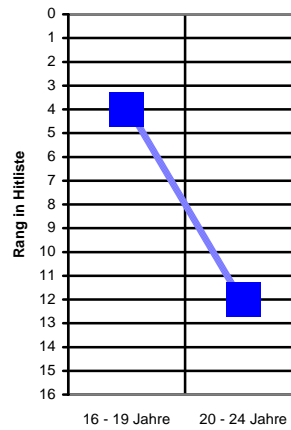


Abb. 8: *Akte X* (1998) – Abfall auf Altersschwelle

In einem starken Maße verändert sich um das 20. Lebensjahr die Affinität junger Kinogängerinnen zu Filmen mit Liebes- und Beziehungsthematik. Es fällt z.B. auf, dass die romantische Komödie *E-Mail für Dich* mit Tom Hanks und Meg Ryan in den Hauptrollen zwischen Teens und Twens immerhin um 9 Rangplätze nach oben schnell und – noch beeindruckender - das Liebesdrama mit Kevin Costner *Message in a Bottle* um ganze 38 Plätze aufsteigt. (Abb. 9) Ab 20 Jahren steigt generell das Interesse junger Frauen für Filme, die mehr oder weniger dramatische Liebesgeschichten erzählen.

Es gibt allerdings eine entscheidende Einschränkung. Ähnlich wie ältere Jugendliche keine Zeichentrickfilme sehen wollen, weil sie das für „Kinderkram“ halten, grenzen sich junge Erwachsene von Liebesgeschichten im Jugendmilieu ab. Während 16–19jährige Mädchen sich noch bereitwillig

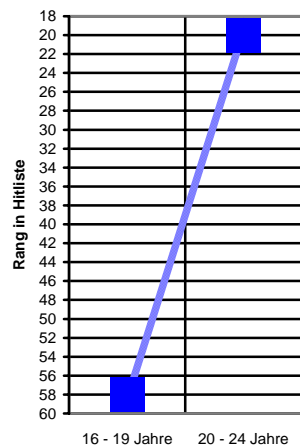


Abb. 9: *Message in a Bottle* (1999) – Anstieg auf Altersschwelle

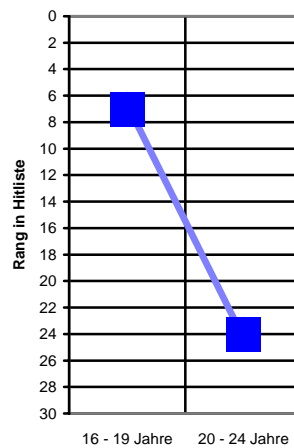


Abb. 10: *Eine wie keine* (1999) – Abfall auf Altersschwelle

auf romantische Teenager-Komödien wie *Eine wie keine* einlassen, grenzen sich die Frauen über zwanzig scharf von diesen ab. Bei *Eine wie keine* (1999: Rang 17, 2,1 Mio. Besucher, Start: 22.07.99) beträgt der plötzliche Abfall auf der Beliebtheitskala 17 Rangplätze. (Abb. 10)

Eine andere Differenzierung betrifft Produktionen, die weniger genregebunden sind, dafür aber gesellschaftliche und lebensnahe Thematiken ins Spiel bringen. Auch das Greifen dieser Filme bei den Twens zeigt, dass sich die jungen Erwachsenen von den mehr auf Thrill, Spannung und physische Action bezogenen Vorlieben zu distanzieren beginnen. *Good Will Hunting* (1998: Rang 22, 1,7 Mio. Besucher, Start: 19.02.98), der die Suche junger Menschen nach einer Richtung im Leben thematisiert, wurde von Kinogängern unter 20 Jahren kaum beachtet, erlangte aber bei jungen Twens Platz 9 in der Rangliste. (Abb. 11) Auch das ist ein differenzierender Sprung, an dem sich die veränderten Einstellungen, die Tendenz zur Verinnerlichung und die Suche nach alltagsrelevanten Werten bei jungen Erwachsenen zum Ausdruck bringt. Das Filmmarketing muss damit rechnen, dass Filme wie *Good Will Hunting* bei den unter 20jährigen derzeit auf nur wenig Resonanz stoßen. Erst ab 20 Jahren werden Produktionen mit psychologisch vertieftem oder intellektuellem Konzept interessant.

Als Beispiel für einen deutschen Film, der bei Jugendlichen eher wenig, aber bei jungen Erwachsenen eine überdurchschnittliche Beachtung fand, soll *Sonnenallee* (1999: Rang 20, 1,8 Mio. Besucher, Start: 07.10.99) angeführt werden. Auch dieser Film hat einen alltagsnahen, bzw. gesellschaftlich-historischen Inhalt. Er lag bei den Kinogängern unter 20 Jahren auf Platz 31 und bei den jungen Twens auf Platz 14. (Abb. 12)

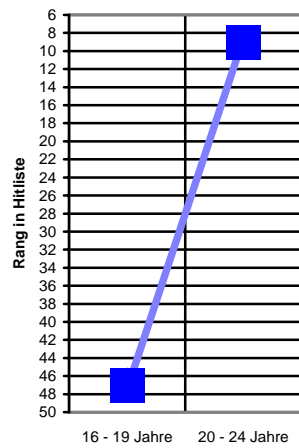


Abb. 11: *Good Will Hunting* (1998) – Anstieg auf Altersschwelle

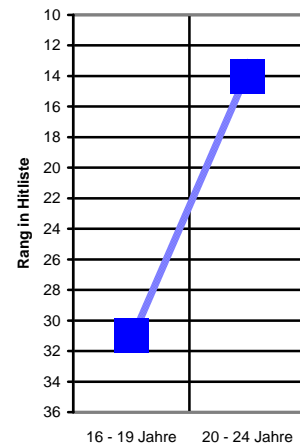


Abb. 12: *Sonnentallee* (1999) – Anstieg auf Altersschwelle

Fazit: Eine nachweisbare Differenzierung der Altersgruppen über Filminhalte findet erstens in Hinblick auf Filme mit physischer Action, z.B. Actionkomödien statt. Junge Twens sind nicht mehr so leicht mit rein physischer Spannung zufrieden zu stellen wie Teenager. Die entwicklungsbedingten Differenzierungen und Verinnerlichungen um das 20. Lebensjahr sind mit einem Interesse für psychische Probleme, für ethische und gesellschaftliche Inhalte und für mehr intellektuelle Gesamtkonzepte verbunden.

Zweitens kann man an den Daten des GfK-Panels beobachten, dass ab 20 Jahren Geschichten mit Liebesthematik das Publikum differenzieren. Nur Teens lassen sich bereitwillig auf Liebesfilme ein, die im Teenagemilieu spielen, ältere grenzen sich von ihnen brüsk ab. Grundsätzlich ist zu beobachten, dass Zuschauer über 20 ein sprunghaft ansteigendes Interesse für Liebesfilme mit ‚reiferen‘ Protagonisten und darauf bezogenen Konflikten aufbringen.



### 4.3 Differenzierungen über Inhalte im früheren Erwachsenenalter

Bei Menschen über 20 Jahren findet ein weiterer, für das Filmmarketing interessanter Umbruch statt. Auch das hängt mit veränderten Lebensumständen zusammen. Beruflich haben viele junge Menschen nun ihre Richtung gefunden. Studierende bewegen sich auf das Examen zu oder treten ihre ersten Stellen an. Privat bestimmen längerfristige Bindungen, zunehmend Ehe und Kinder den Alltag. Selbstbilder haben sich weitgehend konsolidiert. Immer deutlicher wissen die Menschen, worauf sie Wert legen und wer sie sein wollen. Mit diesen psychischen Veränderungen sind neue Interessen auf dem Feld der Filmunterhaltung verbunden. Filme mit vertiefter Liebesthematik nehmen nun obere Plätze ein. Der Pferdeflüsterer, der bei den 20 – 24jährigen auf Platz 16 lag, springt bei den 25 – 29jährigen auf Platz 3 und verbleibt in allen höheren Jahrgängen auf den ersten drei Plätzen. (s. Abb. 2, Seite 14)

Eine Gegenüberstellung der beiden erfolgreichsten romantischen Komödien des Jahres 1998 veranschaulicht diesen Umbruch in den inhaltlichen Vorlieben. Abbildung 13 zeigt, dass sowohl *Besser geht's nicht* (1998: Rang 8, 3 Mio. Besucher, Start: 12.02.98), als auch *Verrückt nach Mary* (1998: Rang 10, 2,6 Mio. Besucher, Start: 29.10.98) ein recht breites Publikum ansprachen. Aber die beiden Filme kamen bei den Altersgruppen unterschiedlich gut an. *Besser geht's nicht* wurde eher von älteren und *Verrückt nach Mary* eher von jüngeren Zuschauern gesehen.

Auf den ersten Blick ähneln sich die Produktionen in ihrem zum Teil an die Grenze des guten Geschmacks gehenden, drastischen Humor. Auch sind beide aus der Perspektive ihrer männlichen Protagonisten erzählt, die nach vielen Proben und

Verwicklungen endlich die Herzen der von ihnen geliebten Frauen erobern. Wenn man die mit den Komödien verbundenen Erlebnisse genauer beschreibt, fallen jedoch signifikante Unterschiede ins Auge, die in der Tat dazu geeignet sind, das Publikum auf der Altersachse zu differenzieren.

Verrückt nach Mary erzählt die Geschichte von Ted (Ben Stiller), der 13 Jahre nachdem er das entscheidende Date mit seiner Angebeteten Mary (Cameron Diaz) durch ein grobes Missgeschick vermasselte, den Privatdetektiv Healy (Matt Dillon) beauftragt, die inzwischen aus den Augen verlorene wiederzufinden. Doch Healy verliebt sich selbst in die schöne

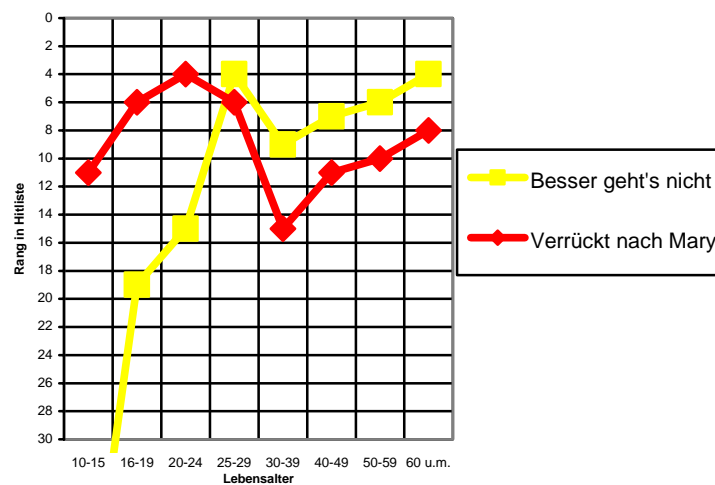


Abb. 13: Altersgruppen bei zwei romantischen Komödien

Mary und versucht Ted abzuhängen. Die beiden sind nicht die einzigen, die verrückt nach Mary sind. Ted hat eine Reihe von

Proben zu bestehen, bevor er sich gegen seine mit miesen Tricks arbeitenden Rivalen durchsetzen kann. Besser geht's nicht erzählt von dem misanthropischen und zynischen Schriftsteller Melvin (Jack Nicholson), der sich in die Kellnerin Carol (Helen Hunt) verliebt und als unverbesserlicher Zwangsneurotiker eine Reihe von beunruhigenden Erfahrungen machen muss, bevor er ihr Herz erobert.

Wenn man nur von den männlichen Hauptrollen ausgeht, ist die altersbezogene Differenzierung der Zuschauer beider Filme zumindest in ihrer Tendenz nachvollziehbar. Ted ist ungefähr 30 Jahre alt und Melvin schätzungsweise Mitte 50. Doch Filme wirken nicht über Einzelheiten, sie differenzieren ihr Publikum mit dem von ihnen vertretenen Gesamtkonzept. Und in dieser Hinsicht lassen sich die unterschiedlichen Altersschwerpunkte noch besser nachvollziehen.

Der Schwerpunkt der Wirkung liegt bei Verrückt nach Mary auf den zum Teil sehr drastischen und physischen Comedyelementen: Da verklemmt sich Ted's Genital im Reißverschluss der Hose und wird von Polizei und Feuerwehr – nicht ohne deutliche Blutspuren zu hinterlassen – wieder befreit. Da betäubt Rivale Healy einen Hund und versucht ihn anschließend mit funkensprühenden Stromstößen wiederzubeleben. Selbst auf Kosten von Behinderten werden grobe Späße gemacht. Der Film der Brüder Farrelly zeigt seinem Publikum, dass in den 90er Jahren wirklich fast alles möglich ist – wenn es nur Spaß macht. Es ist dem erlösenden Durchbruch der ‚wahren‘ Liebe durch Verstellung und Intrige (Tiefenthema) zu verdanken, dass diese Attacken auf den guten Geschmack im Ganzen toleriert werden und dass der Film auch einen beachtlichen Anteil älterer Zuschauer gut unterhielt. Denn Grenzüberschreitungen dieser Art sucht

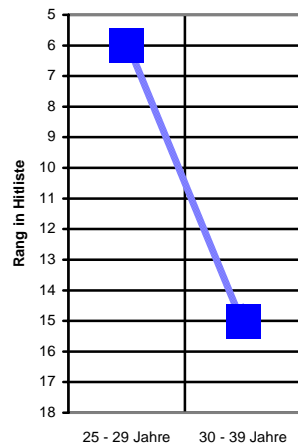


Abb. 14: *Verrückt nach Mary* (1998) – Abfall auf Altersschwelle

hauptsächlich das junge Publikum im Kino und bei *Verrückt nach Mary* kommt es voll auf seine Kosten. (Abb. 14)

Das Konzept von *Besser geht's nicht* ist ein anderes. Das Verhältnis von Komik und Tiefenthema ist umgekehrt gewichtet. Es geht bei diesem Film vornehmlich darum, eine alle Menschen angehende Problematik zu behandeln, nämlich das Problem der Veränderung. Die

witzigen Momente machen den Film sehr unterhaltsam. Aber sie stehen nicht für sich alleine. Sie heben die allgemein menschliche Thematik karikierend heraus. Es ist die Tragikomik des Allzumenschlichen, die in der widersprüchlichen Figur Melvyn und seinem fast aussichtslosen Kampf um ein wenig Liebe zum Ausdruck kommt und für den ganzen Film bestimmend ist. Bei *Verrückt nach Mary* sind es in erster Linie die grotesken physischen Situationen, die den Zuschauer bestechen.

Der rote Faden, der die Zuschauer durch *Besser geht's nicht* führt, liegt in dem Grundkomplex von Wiederholen – Verändern, der zu einem intensiven, ja fast eindringlichen Erlebnis wird. Der Zuschauer vollzieht fast in jeder Sequenz mit, wie aufwendig es ist, sich aus den festen Mustern eines Charakters herauszulösen und wie die Hoffnung auf Veränderung

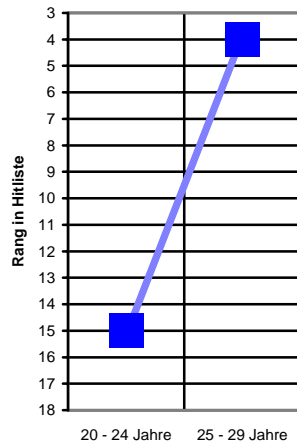


Abb. 15: *Besser geht's nicht* (1998) – Anstieg auf Altersschwelle

immer wieder in sich zusammenbricht, wenn alte Gewohnheiten sich erneut durchsetzen. Ohne auf die besten Lacher verzichten zu müssen, machen die Zuschauer bei diesem Film eine tiefe Erfahrung über das Problem der Veränderung. Die komischen Elemente ordnen sich dem unter, während sie bei *Verrückt nach Mary* gleichwertig, wenn nicht sogar dominant sind. Mit diesem Gesamtkonzept sprach *Besser geht's nicht* verstärkt ältere Kinogänger an. (Abb. 15)

Einen beachtlichen Widerstand bauen ältere Twens gegenüber Horrorfilmen auf. Deren Inhalt ist wesentlich durch die Erfahrung des Durchkommens, durch Thrill und physische Anspannung bestimmt. Auch hieran kann man ablesen, dass sich die Wünsche an die Filmunterhaltung nach dem 25. Lebensjahr verändern. Intensiver serieller Schrecken und Ausprobieren, was man aushalten kann, verlieren mit Ende zwanzig deutlich an Anziehungskraft. Der Horrorfilm von Jan de Bont *Das Geisterschloss* (1999: Rang 18, 2,1 Mio. Besucher, Start: 14.10.99) nahm bei älteren Jugendlichen (16 - 19 Jahre) Platz 12 und bei jungen Erwachsenen (20 – 24 Jahre) Platz 11 ein. Aber bei den 25 - 29jährigen sank er weit unter seinen Rangplatz in der Gesamtwertung, nämlich auf Rang 27 ab. (Abb. 16)

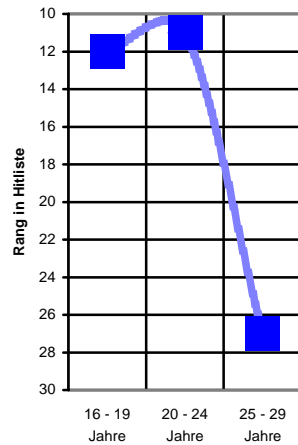


Abb. 16: *Das Geisterschloss* (1999) – Abfall auf Altersschwelle

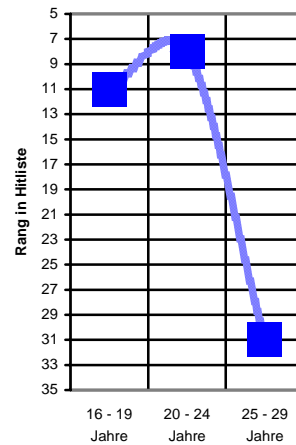


Abb. 17: *Scream 2* (1998) – Abfall auf Altersschwelle

Bei *Scream 2* (1998: Rang 30, 1,4 Mio. Besucher, Start: 23.04.98), dem erfolgreichsten Horrorfilm des Jahres 1998, zeigte sich ungefähr das gleiche Bild. Der Film lag bei den 16 -19jährigen auf Platz 11, bei den 20 - 24jährigen auf Platz 8 und fiel bei den 25 - 29jährigen auf Platz 31 ab. Auch dieser sprunghafte Abfall in der Beliebtheit bringt die veränderten Interessen der älteren Twens in puncto Filmunterhaltung sehr deutlich zum Ausdruck. (Abb. 17)

*Eiskalte Engel* (1999: Rang 19, 2,0 Mio. Besucher, Start: 26.08.99) ist ein Film, der seine tragische Liebesgeschichte im Jugendliebenmilieu ansiedelt. Als solcher hat er – wie oben am Beispiel *Eine wie keine* gezeigt wurde – bei Erwachsenen keine sehr guten Chancen. Trotzdem aber kam der Film auch bei jungen Erwachsenen recht gut an. Er belegte bei den 20 - 24jährigen immerhin den 9. Platz. Aber eine Altersgruppe weiter, bei den 25-29jährigen lässt dieses Interesse mit einem Male nach. Der Film fällt um nicht weniger als 56 Rangplätze

ab. Damit bringen die über 25jährigen eine brüske Abwendung von dessen Inhalt zum Ausdruck. (Abb. 18) Ist auch hierbei der Inhalt des Films ausschlaggebend?

Eiskalte Engel ist eine moderne Adaption des Briefromans Gefährliche Liebschaften von Choderlos de La Clos aus dem 18. Jahrhundert. Er erzählt die Geschichte Sebastians, eines sexbesessenen Sohnes steinreicher Eltern, der zusammen mit seiner intriganten Stiefschwester Kathryn sich einen Spaß daraus macht, die an traditionellen Werten orientierte Tochter seines Schuldirektors zu verführen. Aber er muss feststellen, dass sich seine Gefühle gegenüber der Verführten nicht kontrollieren lassen. Er verliebt sich zum ersten Mal in seinem Leben und gerät so in Konflikt mit seiner unverbesserlichen Schwester, der schließlich für ihn tödlich endet. Anders als in der literarischen Vorlage, hält sein Opfer zu ihm und bleibt ihm in Gedanken treu. Seine intrigante Schwester jedoch wird in aller Öffentlichkeit schmerzhaft bloßgestellt.

Der Film behandelt das Problem der Kontrolle. Die Lust an der Bemächtigung von anderen, das Ausprobieren der eigenen Wirkung wird um Sexualität zentriert. Gespickt mit vielen erotischen Szenen wird ausgebreitet, wie man sich durch Verführung viel Erregung, aber auch Macht über andere verschaffen kann. Mit dieser Thematik ist ein Nerv und ein Problem junger Menschen unserer Zeit getroffen. Sie suchen herauszufinden, wie sehr sie andere mit ihrem Auftreten

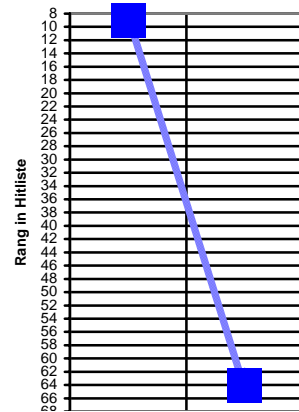


Abb. 18: *Eiskalte Engel* (1999) – Abfall auf Altersschwelle

beeindrucken können. Sie interessieren sich für den überaus erregenden Bemächtigungsaspekt der Erotik. Der Film führt sie an einen Drehpunkt, an dem man die Kontrolle verliert und einen die echten Gefühle mitreißen und damit die Machtposition begrenzen.

Da die meisten Erwachsenen mittleren Alters an dauernden Bindungen interessiert sind und mehr oder weniger dazu angehalten sind, Verantwortung zu übernehmen, verliert der Thrillaspekt in der Liebe mit zunehmendem Alter an Faszination. Im Rahmen der psychischen Veränderungen sind Fähigkeiten gefragt, die weniger auf das Heraustreiben größtmöglicher Erregung zielen, sondern sich mit der Handhabung von Verbindlichkeit, Treue und Kontinuität befassen. Erwachsene mittleren Alters neigen dazu, Bindungsscheu und Spaß an der Bemächtigung den in ihrer Auffassung noch ‚orientierungslosen‘ Jugendlichen zuzuschreiben. Daher fühlen sie sich von Eiskalte Engel nur wenig angesprochen. Es mag zum Teil an dem Altersbezug seines Tiefenthemas liegen, dass die jugendliche Adaption des Briefromans von Choderlos de La Clos doppelt so viele Zuschauer hatte, als die Version von Stephen Frears Gefährliche Liebschaften aus dem Jahre 1989, in der die Rollen mit erwachsenen Stars wie Michelle Pfeiffer, Glenn Close und John Malkovich besetzt war.

**Fazit.** Zwischen 20 und 30 Jahren verabschieden sich viele Menschen von jugendlich geprägter Spaßsuche. Sie sind nun weniger an seriellem Horror und situationsgebundener, physischer Komik interessiert. Sie können sich in Liebesfilmen, die unter Jugendlichen spielen, nicht mehr wiederfinden. Am Thema Erotik zieht sie weniger die Möglichkeit der Bemächtigung und die damit verbundene Erregung an. Dafür interessieren sie sich verstärkt für Filme, die unlösbare Para-



doxien der Liebe bestehen lassen und die Tragikomik des Lebens herausstellen.

#### 4.4 Differenzierungen über Inhalte im späteren Erwachsenenalter

Für Menschen über 40 sieht das Leben in der Regel wieder ganz anders aus. Das Wohneigentum ist angeschafft und die damit verbundenen Belastungen inzwischen überschaubar. Im Beruf hat man sich fest etabliert. Die Kinder sind oft selbst schon erwachsen. Man hat relativ stabile Wertungen. Das Leben hat eine Richtung bekommen, mit der man sich zu arrangieren sucht. Noch stärker haben sich diese Tendenzen bei Menschen über 50 Jahren konsolidiert.

In dieser Situation wollen sich die meisten nicht mehr so gerne durch unvertraute oder belastende Erfahrungen aufstören lassen. Sie wollen den Zustand, den sie erreicht haben, ihre Einstellung zum Leben erhalten, vielleicht vertiefen, aber nicht verändern. Dementsprechend ist auch die Auswahl der Filme ausgerichtet. Viele ältere Männer sehen sich im Kino gerne den einen oder anderen Actionfilm an. Konventionelle Produktionen wie James Bond oder Kriegsfilme wie Der Soldat James Ryan treffen bei ihnen durchaus auf Resonanz. Aber bei moderneren Konzepten

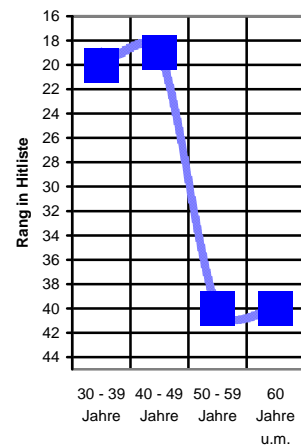


Abb. 19: *Starship Troopers* (1998) – Abfall auf Altersschwelle

wie Starship Troopers und Der Staatsfeind Nr. 1 lässt das Interesse der älteren Actionfans doch deutlich nach.

Starship Troopers (1998: Rang 25, 1,6 Mio. Besucher, Start: 29.01.98) führt in eine anders geordnete Wirklichkeit hinein. Während wir heute eher die Jungen als diejenigen ansehen, die sich dem Dienst an der Gemeinschaft zu entziehen suchen, sind es in dem Sciencefictionfilm von Jan de Bont die Eltern. Sie halten an der die Jugend von heute bestimmenden Spaßbezogenheit fest und ziehen es vor, in Urlaub zu fahren, anstatt sich an der Verteidigung des durch eine Invasion von außergalaktischen Insekten bedrohten Planeten zu beteiligen. Die Söhne und Töchter zieht es dagegen zum aufopferungsvollen Dienst an den Waffen. Sie wollen teilnehmen am Verteidigungsfeldzug und brechen mit ihren hedonistischen Eltern, die ihnen vergeblich raten, sich um das eigene Wohl zu kümmern. Diese Umkehrung der vertrauten Positionen, aber auch die überaus drastischen Kampfsequenzen dieses Films kommen älteren Kinogängern in vielen Fällen ungewöhnlich und unerträglich vor. Vielleicht fühlen sie sich durch eine derart pflicht- und kampfbegeisterte neue Jugendlichkeit sogar bedroht. Jedenfalls zeigt sich bei Starship Troopers ein deutlicher Abfall um 21 Rangplätze zwischen Zuschauern der Gruppe 40 - 49 und solchen im Alter von 50 und mehr Jahren. (Abb. 19)

Einen noch beeindruckenderen Abfall weisen die Daten für den Film Der Staatsfeind Nr. 1 (1998: Rang 26, 1,5 Mio. Besucher, Start: 17.12.98) aus. Auch dieser Film verlangt von seinen Zuschauern, sich auf ein unübliches und zeitgenössische Tendenzen karikierendes Erlebnis einzulassen. Der Film führt in eine gewitzte Täter-Opfer-Konstruktion, die ihren besonderen Charakter aus dem Einsatz modernster Überwachungstechniken erhält.

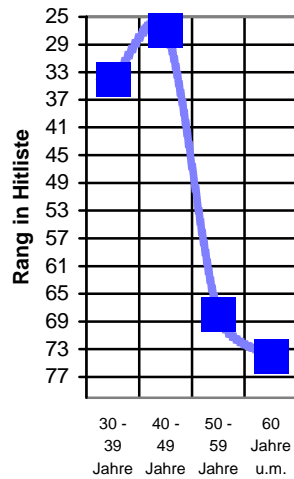


Abb. 20: *Der Staatsfeind Nr. 1* – Abfall auf Altersschwelle

Satellitenbilder, Telekommunikation, Mikrophone, Kameras, Chips u.a. spielen ihren Part. Ein rasanter Schnitt und eine atemlose Handlung treiben das Filmerleben zu Hochtouren an. Hinzu kommt, dass der Hauptdarsteller Will Smith aus der Musikszene kommt und von MIB – Men in Black her eine große Popularität ins Spiel bringt. Als Anwalt für Arbeitsrecht Robert Dean Clayton gerät er in das Visier der National Security Agency (NSA)

und wird pausenlos durch Baltimore gejagt. Er ist ein Einzelgänger, der größten Belastungen durch eine gnadenlose Übermacht ausgesetzt ist. Doch mit viel Intelligenz und mit Hilfe eines ehemaligen Abhörspezialisten (Gene Hackman) lernt Dean allmählich, die Tricks seiner Verfolger gegen sie selbst zu kehren. Auch dieser Film von Tony Scott spielt mit überraschenden Umkehrungen vertrauter Ordnungen. Zum Beispiel dadurch, dass die staatlichen Überwachungsspezialisten wie subversive Computerhacker aussehen und ihrem Opfer gegenüber die kälteste Erbarmungslosigkeit zum Ausdruck bringen. Die Beschreibung sollte deutlich machen, dass mit diesem Film von Tony Scott ebenfalls eine ungewöhnliche und im Ganzen jugendlich getönte Erlebniswelt gegeben ist, auf die sich ältere Zuschauer, auch wenn sie sich zu den Actionfans zählen, nur bedingt einzulassen bereit sind. (Abb. 20)

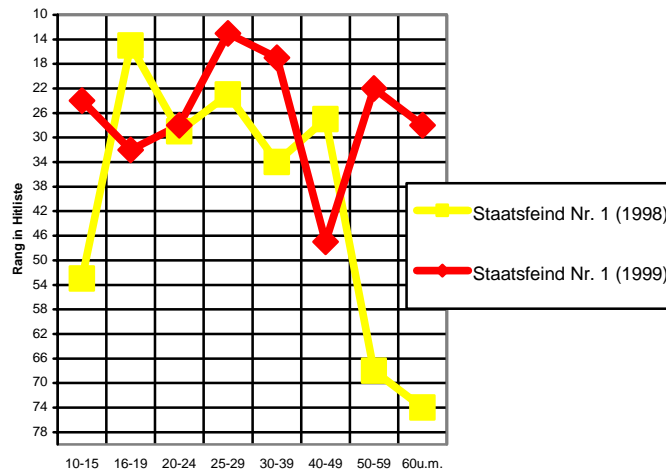


Abb. 21: Der Staatsfeind Nr. 1 – Altersgruppen in 1998 und 1999

Und damit kommen wir zum zweiten Teil dieser Geschichte. Da Der Staatsfeind Nr. 1 am 17. 12 1998 in den deutschen Kinos startete und auch Anfang 1999 das Publikum in die Kinos zog, lässt sich verfolgen, welche Zielgruppen ihn zunächst – also unter dem unmittelbaren Eindruck von Werbung und Marketing – sahen und welche erst später hineingingen. Der Film erreichte bis zum Jahresende 1,5 Millionen und nach der Jahreswende immerhin noch 1,8 Millionen Zuschauer. Interessant für das Filmmarketing dürfte sein, dass der Film in den ersten 2 Wochen sein Publikum deutlicher differenzierte, als in den Wochen danach. Am schnellsten reagierten die 16-19jährigen und die 25 - 29jährigen. Die älteren Zuschauer, das wurde oben bereits gesagt, hielten sich bei dem modern anmutenden Film zunächst deutlich zurück. Bei weiblichen Kinogängern fand er zunächst nur sehr wenig Beachtung. Doch in 1999 weisen die GfK-Daten ein deutlich verändertes Profil auf. Das Publikum wird älter. Der Film fällt in der Gunst der 16-19jährigen sichtbar ab und ist nun bei den 25-39jährigen

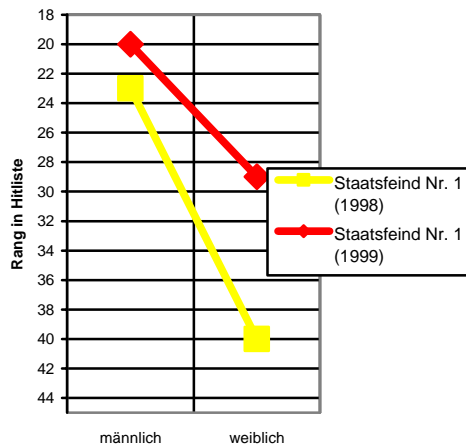


Abb. 22: *Der Staatsfeind Nr. 1* - Resonanz bei Männern / Frauen in 1998 / 1999

am beliebtesten. Zudem kommen nun mehr über 50jährige in die Kinos. (Abb. 21) Mit diesen neuen Zuschauern steigt auch der Anteil der höher Gebildeten an. Schließlich kann sogar die unterschiedliche Bewertung bei Männern und Frauen etwas nivelliert werden. (Abb. 22) Diese Fallbeschreibung zeigt, dass der „jugendliche“ Film *Der Staatsfeind Nr. 1* tatsächlich zunächst bei jungen Zuschauern

ankommt. Wenn aber kommuniziert wird, dass es sich um einen sehenswerten Film handelt, sind offensichtlich auch Kinogänger, die nicht zu seiner engeren Zielgruppe gehören, dazu bereit sich auf ein Erlebnis einzulassen, das sie aus erstem Impuls heraus eher meiden.

Bleibt die Frage offen, welche Inhalte bei älteren Kinogängern an Anziehung gewinnen. In diesem Zusammenhang ist eine Beobachtung interessant, die das Publikum deutscher Filme betrifft: Die meisten deutschen Produktionen der vergangenen zwei Jahre kamen besonders gut bei älteren Jahrgängen an. *Sonnenallee*, *Aimée* und *Jaguar* und *Comedian Harmonists* besetzten die höchsten Rangplätze allesamt bei Zuschauern über 40 Jahren. (Abb. 23) Nur der videoclipähnliche „Actionfilm“ *Lola Rennt* fiel in dieser Beziehung erwartungsgemäß – wenn auch nicht dramatisch - aus der Reihe. Alle drei Filme haben Protagonisten im jüngeren oder mittleren Alter. Aber ihr Kernpublikum ist durchwegs älter. Ähnliche Beobach-

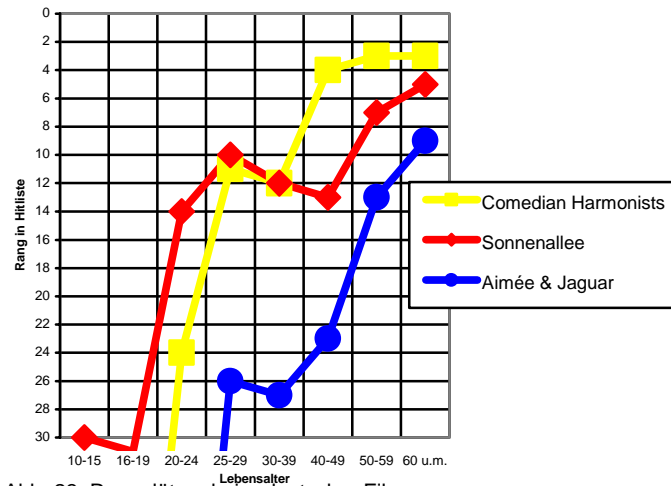


Abb. 23: Rangplätze dreier deutscher Filme

tungen in den vergangenen Jahren legen die Hypothese nahe, dass sich ältere Kinogänger grundsätzlich bereitwilliger auf deutsche Filme einlassen, als jüngere. Allerdings unter der grundsätzlich für dieses Alter geltenden Voraussetzung, dass sie menschlich vertiefte Geschichten erzählen.

Einen beeindruckenden Anstieg im Interesse der über 40jährigen zeigte 1998 z.B. Comedian Harmonists (1998: Rang 15, 2,8 Mio. Besucher, Start: 25.12.97). Er erzählt die Geschichte des berühmten Vokal-Ensembles, das in den 20er Jahren in Deutschland Erfolg hatte und in den 30er Jahren in die Mühlen der national-sozialistischen Rassenideologie geriet, weil drei seiner Mitglieder jüdischer Abstammung waren. Wenn auch die Sänger zum großen Teil von jungen Schauspielern dargestellt wurden, fand der Film von Joseph Vilsmaier trotzdem ein eher älteres Publikum. Bei den über 40jährigen erreichte er seine höchsten Werte. (Abb. 24)

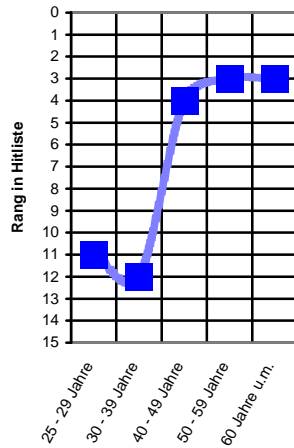


Abb 24: *Comedian Harmonists* – Anstieg auf Altersschwelle

Fazit: Das Kinopublikum über 40 Jahren lässt sich gerne von deutschen Filmen ansprechen. Vielleicht weil es mit ihnen vertraute Themen und ein eher bedächtiges Erzähltempo verbindet. Denn von modernen Hightech-Spektakeln à la *Starship Troopers* grenzen sich Zuschauer über 40 Jahre scharf ab. Sie mögen eher natürliche, gerne auch vergangenheitsbezogene Bilder und bedächtig erzählte Geschichten. Hier haben sie das Gefühl, psychisch nicht den

Anschluss zu verlieren und in ihrem vertrauten Lebensgefühl nicht allzu sehr gestört zu werden. Allerdings sollte das Marketing den Widerstand der Älteren gegen jugendliche Filmerlebnisse auch nicht als zu fest einschätzen. Wenn sie von der Qualität ‚jüngerer‘ Filme überzeugt werden, sind ältere Kinogänger durchaus bereit, sich Filme wie *Der Staatsfeind Nr. 1* oder *Lola rennt* anzusehen. Denn mit höherem Alter steigt bei vielen auch die Toleranz gegenüber dem Fremden und bei nicht wenigen kann ein neu erwecktes Interesse für jugendliche Erlebniswelten vorausgesetzt werden.

## 5. Schluss

William Goldman, der intime Kenner des Hollywoodgeschäfts und Oscar prämierte Drehbuchautor fasste seine Erfahrungen einmal in dem Satz zusammen: „Wir wissen gar nichts!“ Er ist der Auffassung, wir könnten nie mit Sicherheit voraussagen, welche Zielgruppen sich für einen Film interessieren werden und damit auch nicht, wie erfolgreich er sein wird.

Als Wirkungsforscher können wir Goldmans kategorischem Satz zustimmen. Auch wir sind bei unseren Analysen immer wieder überrascht zu erfahren, welche unerwartete Wirkungen Filme manchmal zeigen. Zum Teil liegt das an der letztlich unberechenbaren Produktivität des Psychischen. Hier können junge Protagonisten alten Menschen zum Vorbild und Greise zum Unterhaltungsidol von Kindern werden. Hier können scheinbare Nebenthemen sich in einer Art und Weise in den Vordergrund schieben, dass die Geschichte eines Films eine unerwartete Auslegung erfährt. Mit Verschiebungen und Verwandlungen der Inhalte muss man immer rechnen und wir können von Einzelheiten, ja noch nicht einmal von der Geschichte her mit Gewissheit sagen, was schließlich herauskommt wenn ein Film auf das Publikum trifft.

Andererseits stimmen wir mit Goldmans Aussage nicht überein. Wenn man um die Arbeitsweise des Psychischen weiß und dessen unbewusste Mechanismen methodisch im Auge behält, kann man die zu erwartenden Wirkungsprozesse zumindest ungefähr prognostizieren. Wir wissen nicht alles, aber einiges ist uns bekannt! Man sollte allerdings keine vorschnellen Schlüsse aus Einzelheiten wie Star, Geschichte, Effekte usw. ziehen und sich vor Augen halten, dass Filmwirkung eine komplexe Angelegenheit ist. Unsere Untersuchung zeigt, dass sich auf diese Weise durchaus



nachvollziehbare Wirkungen herausheben lassen. Die auf den vorherigen Seiten markierten und interpretierten Sprünge auf den Beliebtheitsskalen der Altersgruppen gehören dazu. Weitere Untersuchungen werden zeigen, inwiefern es sich hierbei um Regelmäßigkeiten handelt, die von einem umsichtigen Marketing aufgegriffen und kommerziell angewandt werden können.

## 6. Anhang

### TOP-Kino-Filme in 1998 – Rangfolge in Altersklassen

Gesamt	10-15	16-19	20-24	25-29	30-39	40-49	50-59	60 u.m.	Titel
1	1	1	1	1	1	1	1	1	TITANIC
2	2	3	2	2	2	3	11	12	ARMAGEDDON
3	7	14	16	3	3	2	2	2	DER PFERDEFLUESTERER
4	3	16	34	30	5	8	9	13	DR.DOLITTLE
5	13	2	3	8	6	6	4	5	DER SOLDAT JAMES RYAN
6	8	23	36	19	4	9	17	10	MULAN
7	14	7	10	15	7	16	45	20	DEEP IMPACT
8	44	19	15	4	9	7	6	4	BESSER GEHT'S NICHT
9	5	8	13	14	10	5	13	7	GODZILLA
10	11	6	4	6	15	11	10	8	VERRUECKT NACH MARY
11	23	9	5	5	14	12	5	6	STADT DER ENGEL
12	9	4	12	17	8	18	24	14	AKTE X-DER FILM
13	4	37	64	68	22	15	27	53	FLUBBER
14	22	5	6	7	18	17	29	22	TRUMAN SHOW
15	56	56	24	11	12	4	3	3	COMEDIAN HARMONISTS
16	40	12	18	9	17	20	20	26	LETHAL WEAPON 4
17	10	25	42	34	28	14	39	16	MAEUSEJAGD
18	47	30	19	13	11	13	12	35	JAMES BOND-DER MORGEN..
19	17	10	7	12	13	28	7	17	LOLA RENNT
20	27	18	11	10	16	10	8	21	IN AND OUT
21	15	13	25	25	29	26	32	15	MANN IN DER EISERN. MASKE
22	54	47	9	18	19	21	28	11	GOOD WILL HUNTING
23	43	20	23	22	33	30	33	18	DER SCHAKAL
24	20	55	61	67	43	23	41	41	GEORGE DER AUS ...
25	37	17	14	20	20	19	40	40	STARSHIP TROOPERS
26	53	15	29	23	34	27	68	74	DER STAATSFEIND NR.1
27	34	22	46	21	21	22	23	33	6 TAGE, 7 NAECHTE
28	18	49	37	16	23	25	16	31	HOCHZEIT MEINES BESTEN...
29	59	26	22	56	47	31	50	70	NIX ZU VERLIEREN
30	36	11	8	31	42	36	21	50	SCREAM-2-

Tabelle 1

TOP-Kino-Filme in 1999 – Rangfolge in Altersklassen

Gesamt	10-15	16-19	20-24	25-29	30-39	40-49	50-59	60 u.m.	Titel
1	1	3	4	1	1	1	3	12	STAR WARS: EPISODE 1
2	7	2	3	2	2	3	2	1	NOTTING HILL
3	5	6	2	8	5	7	6	10	DIE MUMIE
4	2	9	8	7	3	2	1	2	DIE BRAUT, DIE SICH NICHT...
5	25	24	27	14	7	6	9	11	TARZAN
6	10	5	1	3	10	11	11	22	MATRIX
7	15	22	23	15	11	12	23	19	DAS GROSSE KRABBELN
8	9	4	5	9	6	9	12	16	JAMES BOND-DIE WELT...
9	19	23	32	11	14	10	15	7	ASTERIX UND OBELIX
10	12	15	6	4	4	5	5	8	E-MAIL FUER DICH
11	13	11	7	5	8	4	4	3	SHAKESPEARE IN LOVE
12	18	10	12	17	19	25	26	25	RUSH HOUR
13	6	41	31	20	21	21	27	44	WERNER-VOLLES ROOÄÄÄ!!!
14	8	8	29	16	15	15	16	34	WILD WILD WEST
15	20	14	10	6	13	26	17	39	STAR TREK
16	44	58	20	18	9	8	10	4	MESSAGE IN A BOTTLE
17	3	7	24	28	33	18	36	53	EINE WIE KEINE
18	4	12	11	27	25	28	68	21	DAS GEISTERSCHLOSS
19	11	1	9	64	45	29	82	31	EISKALTE ENGEL
20	30	31	14	10	12	13	7	5	SONNENALLEE
21	16	16	40	36	39	19	39	20	BIG DADDY
22	23	17	35	21	29	36	106	77	END OF DAYS
23	24	32	28	13	17	47	22	28	STAATSFEIND NR.1
24	17	29	15	12	18	22	18	121	RENDEZVOUS MIT JOE BLACK
25	40	21	16	19	20	35	20	122	AUSNAHMEZUSTAND
26	34	139	101	68	31	24	19	26	PUENKTCHEN UND ANTON
27	21	62	134	56	24	16	65	13	SCHWEINCHEN BABE...
28	57	49	34	22	28	14	8	6	DAS LEBEN IST SCHOEN
29	58	19	37	25	26	34	29	142	PAYBACK
30	55	34	33	33	23	67	21	15	REINE NERVENSACHE

Tabelle 2