

Auf der Jagd nach dem großen Wurf

03.01.2006: ein Artikel zum Thema altersübergreifende Ausrichtung als Problem der Kinokrise von Prof. Dr. Dirk Blothner und Ellen Didszus, erschienen in „Blickpunkt:Film“, Ausgabe 51/52 2005

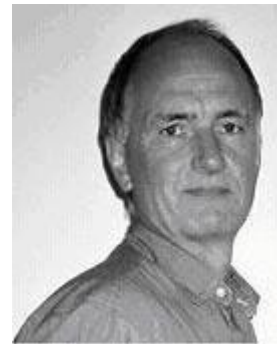
Altersübergreifende Ausrichtung als Problem

In den vergangenen Jahren ging der Anteil junger Kinogänger stetig zurück, dagegen stieg der Anteil von Besuchern über 30 Jahre an. Mit dieser Altersverschiebung kommt in der Branche die Befürchtung auf, das Kino steuere auf eine seiner größten strukturellen Krisen zu.



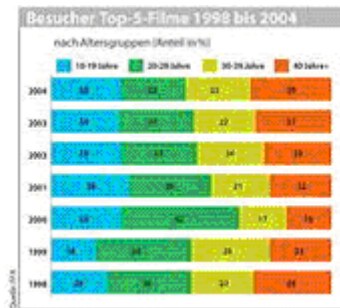
Ellen Didszus

Viele Analysten gehen davon aus, dass hierfür vor allem DVD, Heimkino und Internet verantwortlich zu machen sind. Auch wird ein mangelndes Angebot an guten Filmen beklagt. Die von uns durchgeführte Analyse filmbezogener Daten, die in den vergangenen Jahren von der FFA auf der Grundlage des GfK-Panels veröffentlicht wurden, zeigt, welchen Einfluss Filminhalte auf das Verhalten der Zielgruppe der 20- bis



Dirk Blothner

29-Jährigen haben, und legen nahe, die zurzeit gefahrene Strategie der breitenwirksamen Blockbuster gründlich zu überdenken. Spätestens seit dem "Titanic"-Jahr 1998 sieht die Filmwirtschaft ihr Heil in der Produktion und Vermarktung von Filmen, die wie das große Vorbild "Titanic" möglichst allen Altersgruppen etwas bieten. Damit hat sich eine inhaltliche Ausrichtung von Blockbustern etabliert, in der zwar viele Menschen Platz haben, die aber auf Dauer die unterschiedlichen Bedürfnisse der Kinogänger vernachlässigt. Dieser Trend wurde vor der Jahrtausendwende mit digital produzierten, beeindruckenden, inhaltlich jedoch in der Mitte des Mainstreams schwimmenden Weltuntergangs- und Welterrettungsfilmen auf den Weg gebracht. Nach der Jahrtausendwende war die Zeit der Weltuntergangsfilm vorbei, und es waren mit einem Mal keine großen Filme verfügbar, auf die sich mehrere Altersgruppen ähnlich gut einlassen konnten. So belegten im Jahr 2000 eine anstößige Komödie wie "American Pie", ein kühler Actionfilm wie "M:I-2", aufstörende Dramen wie "American Beauty" und "The Sixth Sense" sowie ein ungewöhnlicher Historienfilm wie "Gladiator" die Top Five des Jahrescharts. Diese Filme lagen sehr viel mehr am Rand des Mainstreams als die Top Five der Vor- und Folgejahre und gingen einher mit einem beachtlichen Anstieg des Anteils der 20- bis 29-Jährigen an den fünf erfolgreichsten Produktionen des Jahres. Frühere Untersuchungen zur Wechselwirkung von Filminhalten und Lebensaltern haben gezeigt: Menschen dieser Altersgruppe wollen Filme sehen, die Grenzen sprengen, die außergewöhnliche Erfahrungen bieten. Sie lassen sich auch auf die oben besprochenen Filme mit breiter Ausrichtung ein, vermissen aber etwas, wenn diese im Kino zu stark vertreten sind. Dann suchen sie woanders nach Erlebnissen, die ihren Hunger nach ungewöhnlichen Erlebnissen stillen. Diesen "Kick" finden sie, indem sie Filme illegal aus dem Internet downloaden, Horrorfilmabende mit Freunden veranstalten und vieles mehr (siehe vier Studien "Filminhalte und Zielgruppen" unter www.ffa.de).



Mit dem Start der Reihen "Harry Potter" und "Herr der Ringe" setzte sich im Jahr 2001 die altersübergreifende Ausrichtung der Top-Filme für mehrere Jahre durch. Hollywood und die Kinobetreiber waren glücklich. Aber sie zahlten einen hohen Preis: Die Jungen kehrten dem Kino mehr und mehr den Rücken. 2004 schließlich waren die Twens mit ihren spezifischen Interessen so weit verdrängt, dass sich in den Top Five fast ausschließlich Filme der altersübergreifenden Ausrichtung durchsetzten: "(T)Raumschiff Surprise", "Harry Potter", "7 Zwerge", "Shrek 2" und "Der Untergang". In den Charts wird die inhaltliche Nivellierung der Top-Five-Filme im

vergangenen Jahr als breite Altersverteilung deutlich sichtbar. Lediglich "Der Untergang" brach auf Grund seines Themas aus dieser Reihe aus und zog überproportional viele Zuschauer über 40 Jahre an. Ob sich eine Zielgruppe im Kino einfindet, ist abhängig von der durch Inhalte bestimmten Unterhaltungsverfassung, die von der Kinowirtschaft (Produktion, Distribution und Betreiber) unterstützt wird. Wenn man auf eine große, breite Unterhaltungsverfassung setzt - was auch die digitale Revolution möglich machte - , verdrängt man unweigerlich Zielgruppen mit spezifischeren Bedürfnissen. Das traditionelle Kinopublikum (die jungen, nach neuen und ungewöhnlichen Erlebnissen suchenden Kinogänger) findet in den am meisten beworbenen Angeboten des Kinos weniger Anhaltspunkte, wirklich auf seine Kosten zu kommen. Es sind daher nicht allein DVDs, Heimkinos und Internet, die die 20- bis 29-Jährigen dem Kino abziehen. Es ist auch die von der Filmwirtschaft seit Jahren unterstützte, altersübergreifende Ausrichtung, die die Jüngeren aus dem Kino treibt und woanders nach den zu ihnen passenden Erlebnissen suchen lässt. Die Lösung für diese Fehlentwicklung ist eine Abkehr von der Jagd nach dem großen Wurf - "Ein Film für alle! -, der schließlich immer auf einen Einheitsbrei hinausläuft. Stattdessen ist die Zuwendung zu einer Politik der Vielfalt gefordert. Diese konzentriert ihren Einsatz zwar auf "Blockbuster für alle", unterstützt aber auch auf allen Ebenen der Distribution Filme mit starkem Inhalt, auf die sich nicht jeder einlassen möchte. Letztlich handelt es sich bei der Politik der Vielfalt um eine notwendige Antwort auf Veränderungen des Unterhaltungsmarktes. Weitere Analysen des Zusammenhangs von Filminhalten und Zielgruppen können zeigen, auf welche spezielleren, dafür aber nicht minder marktentscheidenden Bedürfnisse der Kinogänger die Filmwirtschaft heute setzen kann. *Ellen Didszus, Dirk Blothner*

Quelle: CAG - Marktforschung