

Ergebnisse einer Auswertung altersbezogener GfK-Daten

## → Kinofilme und Lebensalter

Von Dirk Blothner\*

**Filmvermarktung ist auf Zielgruppen gerichtet**

Der Erfolg von Kinofilmen hängt auch von den Aktivitäten des Marketings im Vorfeld der Premiere und während der Laufzeit eines Films ab. Je genauer sich die Vermarktung hierbei an spezielle Zielgruppen wendet, desto höher sind die Erfolgsaussichten für die Kampagne. Allerdings können manche Filme sich auch in Publikumssegmenten als erfolgreich erweisen, die nicht der anvisierten Kernzielgruppe angehören. Sie sprechen Kinogänger an, die das Marketing zunächst gar nicht im Blick hat. Wie kann also die potentielle Zuschauerschaft von Kinofilmen bestimmt werden? Ein wichtiges Merkmal für die Ansprache des Publikums ist das Alter. Offensichtlich gibt es Filme, die ein eher junges oder älteres Publikum anziehen. Auf die Fragen, welche Filme welche Altersgruppen bedienen und welche Faktoren hierfür eine Rolle spielen können, soll die folgende Analyse einige Antworten liefern.

**Welche inhaltlichen Vorlieben bestehen in verschiedenen Altersgruppen?**

Beinahe 70 Prozent aller Kinobesucher sind jünger als 30 Jahre. Auch wenn die Nutzerdaten inzwischen einen Zuwachs beim älteren Publikum ausweisen, ist der Anteil der Besucher über 30 Jahren in Relation zur Altersverteilung in der Gesamtbevölkerung noch immer vergleichsweise gering. Genauere Angaben über inhaltliche Vorlieben der unterschiedlichen Altersgruppen dürften für die gezielte Vermarktung von Filmen daher von Interesse sein. Doch lassen sich überhaupt regelhafte Affinitäten zwischen Filmen und Lebensaltern feststellen? Und wenn ja, durch welche Inhalte werden sie bestimmt?

Eine Beschreibung der Affinitäten, die Filme zu unterschiedlichen Lebensaltern unterhalten, erscheint vor dem Hintergrund entwicklungspsychologischer Konzepte sinnvoll. Mit jedem Lebensalter sind andere Aufgaben und Probleme verbunden. (1) Daher ist zum Beispiel zu erwarten, daß ein Film, der die Identitätsfindung einer Jugendlichen thematisiert, sein Publikum auch in dieser Altersgruppe findet. Grundsätzlich dürfte es auch nicht überraschen, wenn junge Menschen sich in der Regel Filme mit jungen Protagonisten und ältere Zuschauer gerne Filme mit Hauptrollen höheren Alters ansehen. Denn dann können sie am ehesten davon ausgehen, daß die Filme ihre Erlebniswelt berühren.

**Altersbezogene Auswertung von GfK-Daten**

Die wöchentlich festgehaltenen Angaben der im Rahmen des GfK-Konsumentenpanels zwischen 1993 und 1997 zu ihren Kinobesuchen befragten Personen erlauben die Aufstellung von altersbezogenen Hitlisten für die jeweiligen Jahre (vgl. auch

den Beitrag von Gerhard Neckermann in diesem Heft). Wenn man diese Rangfolgen filmbezogen auswertet, läßt sich abbilden, welche Filme im jeweiligen Jahr welche Altersgruppen bevorzugt angesprochen haben. Bei den im folgenden angeführten Filmen handelt es sich um Produktionen, die im Erhebungsjahr mindestens eine Million Zuschauer hatten. Für die graphische Darstellung der Altersaffinitäten wurden die Rangplätze 1 bis 30 als Maßstab gewählt. Das bedeutet: Ein Film, der in der Altersgruppe 16 bis 19 Jahre Platz 2 belegte, ist derjenige Film, der in dem angegebenen Jahr bei den 16- bis 19jährigen die zweitgrößte Zuschaueranzahl erlangte. (2)

### Unterschiedliche Altersaffinitäten

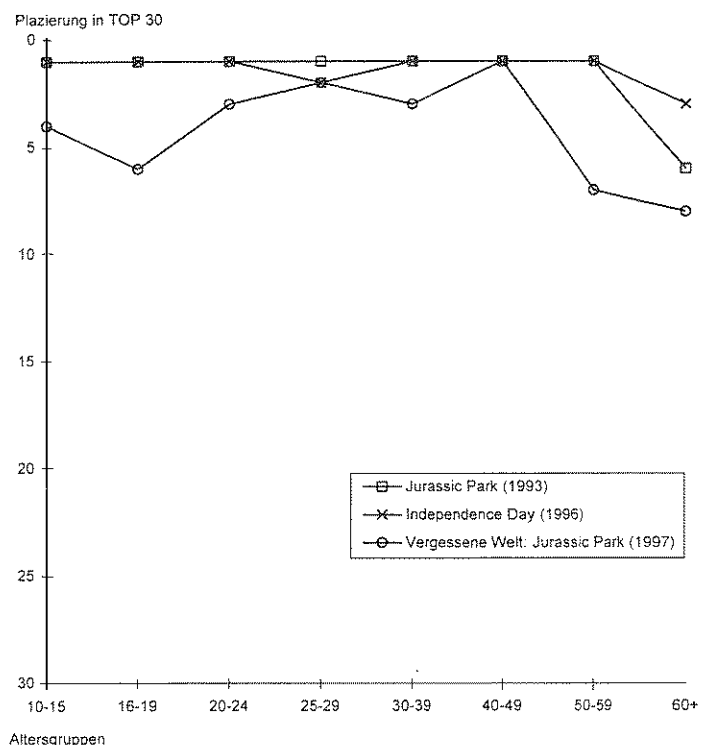
„Jurassic Park“ (Start 1993) erreichte bei fast allen Altersgruppen Platz 1. Nur bei den über 60jährigen nahm er auf der Beliebtheitskala des Jahres 1993 Platz 6 ein. Dieses Ergebnis macht „Jurassic Park“ zu einem außergewöhnlich breitenwirksamen Film. Die Fortsetzung „Vergessene Welt: Jurassic Park“ (Start 1997) erreichte ebenfalls bei allen Altersgruppen die Top Ten, mußte sich jedoch mit etwas niedrigeren Rangplätzen zufriedengeben. Ähnlich uneingeschränkt breitenwirksam in Hinblick auf die Lebensalter wie „Jurassic Park“ war „Independence Day“ (Start 1996) (vgl. Abbildung 1).

**Filme mit sehr großer Breitenwirkung**

Den breitenwirksamen Filmen gegenüber stehen Produktionen, die nur bei wenigen Altersgruppen auf Resonanz stießen. Der Horrorfilm „Scream -

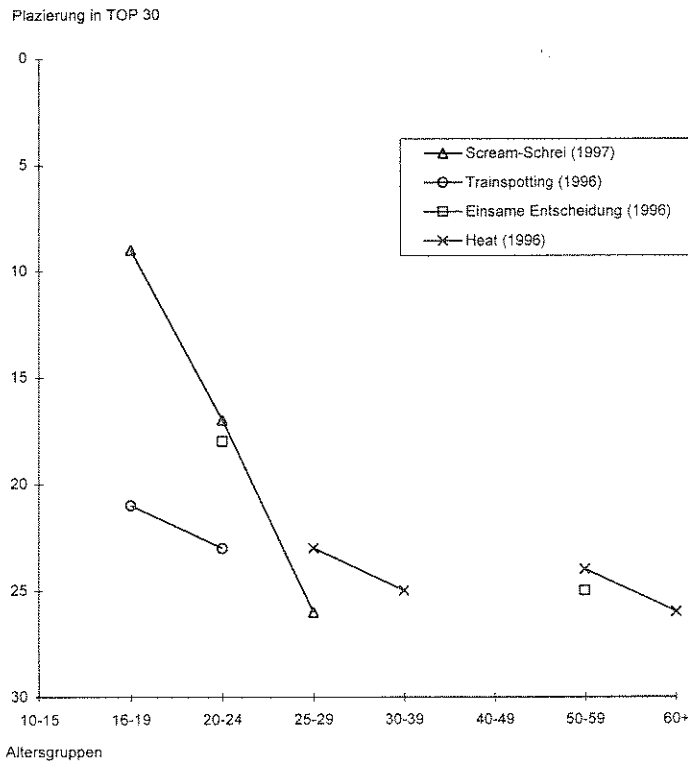
**Filme mit geringer Breitenwirkung**

**Abb.1 Publikumsresonanz bei äußerst breitenwirksamen Kinofilmen nach Alter und Platzierung in den TOP 30**



\* Institut für Psychologische Wirkungsanalysen, Köln.

**Abb. 2 Publikumsresonanz bei Kinofilmen mit geringer Breitenwirkung nach Alter und Platzierung in den TOP 30**

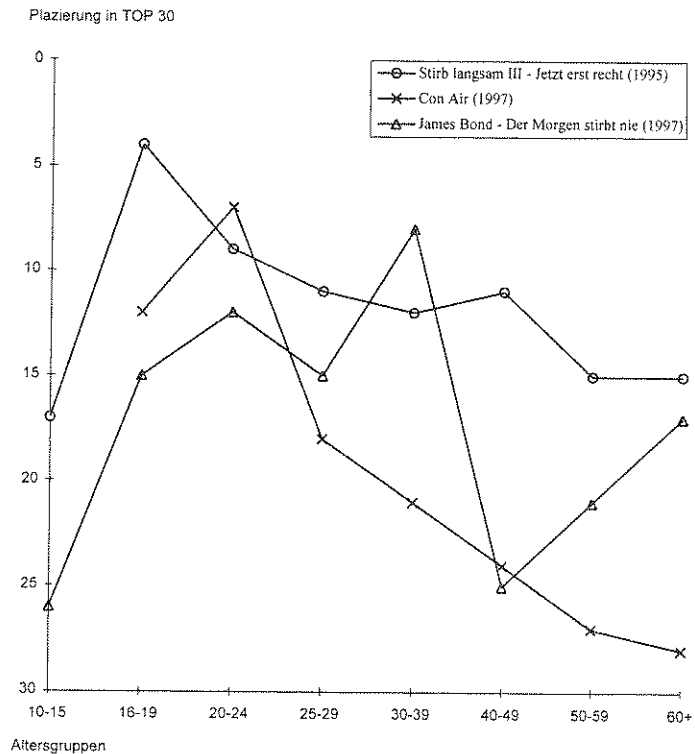


Schrei“ (Start 1997) erreichte bei den 16- bis 19jährigen die Top Ten und sprach – den Maßstab von 30 Rangplätzen vorausgesetzt – zwei weitere Altersgruppen an. Der englische Film „Trainspotting“ nahm 1996 bei den 16- bis 19jährigen Platz 21 und bei den 20- bis 24jährigen Platz 23 ein. Der Actionthriller „Einsame Entscheidung“ (Start 1996), mit Kurt Russel in der Hauptrolle, belegte bei den 20- bis 24jährigen Platz 18 und bei den 50- bis 59jährigen Platz 25. Der mit Robert de Niro und Al Pacino hochkarätig besetzte Thriller „Heat“ (Start 1996) sprach die 25- bis 39jährigen und die über 50jährigen in vergleichsweise geringem Maße an. Die genannten Filme haben – auf das Alter der Zuschauer bezogen – eine geringe Breitenwirkung (vgl. Abbildung 2).

**Filme mit Breitenwirkung und besonderer Resonanz in bestimmten Altersgruppen**

Andere Filme weisen zwar eine Breitenwirkung auf, finden aber darüber hinaus in einer der Altersgruppen eine besondere Beachtung. Am Beispiel von drei amerikanischen Actionfilmen läßt sich verdeutlichen, wie unterschiedlich Filme des gleichen Genres die Lebensalter ansprechen. „Stirb langsam – Jetzt erst recht“ mit Bruce Willis wies 1995 einen deutlichen Gipfel in der Hitliste der 16- bis 19jährigen auf und verlor – die 40- bis 49jährigen ausgenommen – bei älteren Kinogängern zunehmend an Anziehungskraft. „Con Air“ mit Nicolas Cage erreichte dagegen nur bei den 20- bis 24jährigen die Top Ten von 1997 und platzierte sich bei ansteigendem Alter seiner Besucher auf den hinteren Plätzen. Bei „James Bond – Der Morgen stirbt nie“ sahen die Verhältnisse 1997

**Abb. 3 Publikumsresonanz bei breitenwirksamen Kinofilmen mit besonderer Platzierung in einigen Altersgruppen**



wieder anders aus. Am besten kam der Film bei den 30- bis 39jährigen an. Im übrigen stellt sich die Kurve seiner Altersaffinität ungleichmäßiger verteilt dar als bei den beiden anderen Actionfilmen (vgl. Abbildung 3).

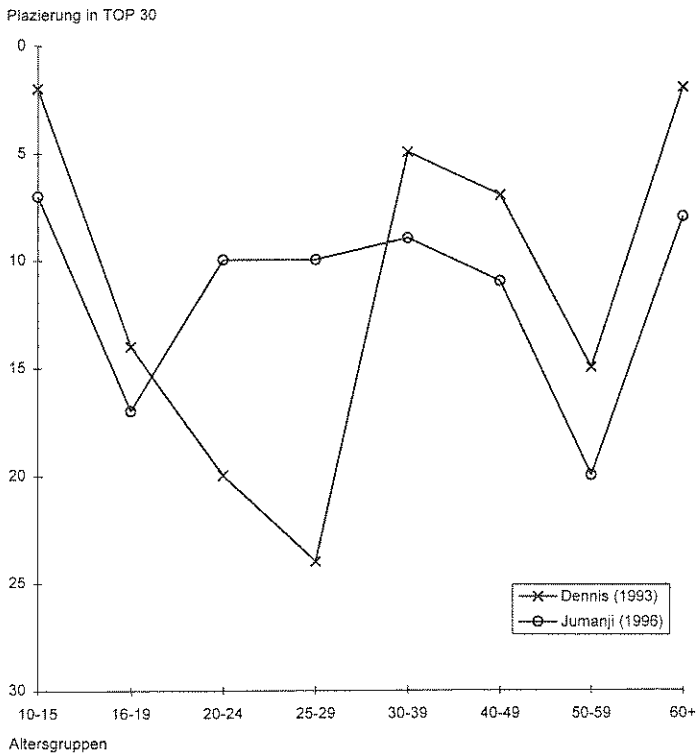
Manche Filme, die sich primär an Kinder richteten, platzierten sich bei drei Lebensaltern auf relativ hohen Rangplätzen. In der graphischen Darstellung weisen sie eine charakteristische W-Kurve auf. Diese kommt zustande, weil die jüngsten Kinogänger in der Regel von ihren Eltern oder Großeltern begleitet werden. Als ein Beispiel kann die Kurve des Films „Dennis“ angeführt werden. Dieser Film lag 1993 bei den zehn- bis 16jährigen und den über 60jährigen auf Platz zwei. Bei den 30- bis 39jährigen nahm er den fünften und bei den 40- bis 49jährigen den siebten Platz ein. Auch die Kurve von „Jumanji“ (1996) hat eine W-Form. Allerdings zeigt ihr langgestrecktes mittleres Plateau, daß der Film mit Robin Williams Erwachsene auch direkt und nicht nur als Begleiter von Kindern angesprochen haben muß (vgl. Abbildung 4).

Bei einigen Filmen, die im vierten Quartal eines Jahres gestartet und zu Beginn des neuen Jahres weiter ausgewertet wurden, läßt sich ein Phänomen beobachten, das auf das alterstypische Verhalten der Kinogänger Licht wirft. Der erfolgreiche amerikanische Film mit Tom Hanks „Forrest Gump“ startete am 13. Oktober 1994 und erreichte laut Jahresliste der Filmförderungsanstalt (FFA) bis zum Jahresende fast 5,2 Millionen Zuschauer. In der altersbezogenen FFA-Hitliste von 1994 belegte

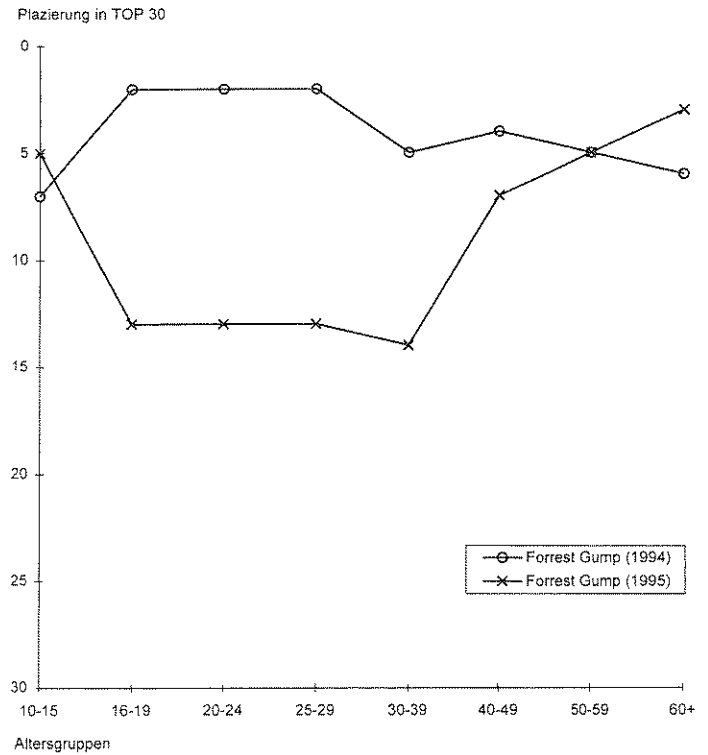
**Filme, die Kinder in Begleitung Erwachsener sehen**

**Öffentlich diskutierte Filme erreichen zuerst Kernzielgruppe und anschließend weitere Zuschauergruppen**

**Abb. 4 Kinofilme mit Publikumserfolgen bei Kindern und Erwachsenen**  
nach Alter und Platzierung in den TOP 30



**Abb. 5 Publikumsresonanz beim Kinofilm "Forrest Gump"**  
nach Alter und Platzierung in den TOP 30



der Film bei den 16- bis 29jährigen den zweiten Platz und fiel in den höheren Altersgruppen auf niedrigere Rangplätze zurück. Im Jahr 1995 hatte der Film noch einmal 2,3 Millionen Zuschauer. Wie Abbildung 5 zeigt, verläuft seine Kurve 1995 allerdings fast gegenläufig zu der von 1994. Die Gegenüberstellung macht deutlich, daß breitenwirksame und öffentlich diskutierte Filme wie „Forrest Gump“ ihr Publikum zunächst bei der Kernzielgruppe des Kinos (14 bis 29 Jahre) finden. Doch wenn sie sich erst einmal herumgesprachen haben, lassen sich auch ältere Zuschauer dazu bewegen, sie anzusehen.

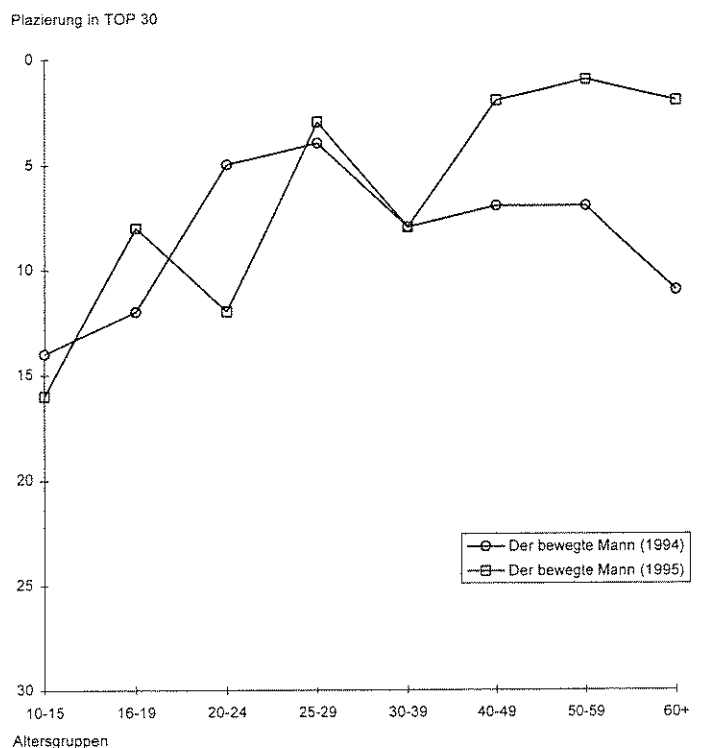
Die deutsche Erfolgskomödie „Der bewegte Mann“ startete ebenfalls am 13. Oktober 1994 und gehörte auch im 1. Quartal 1995 noch zum Repertoire deutscher Filmtheater. Die Kurven dieses erfolgreichen Films zeigen eine ähnliche Tendenz. Während sich die älteren Zuschauer im Jahr 1994 noch zurückhielten, platzierte sich der Film 1995 bei den über 40jährigen auf den obersten Rangplätzen. Darüber hinaus verweist der Vergleich darauf, daß bei diesem Film auch die 16- bis 19jährigen, die den Film im Jahr 1994 noch zögerlich besuchten, schließlich nachzogen und die Gelegenheit wahrnahmen, den vieldiskutierten Film zu sehen (vgl. Abbildung 6).

#### Die Bedeutung der Schauspieler

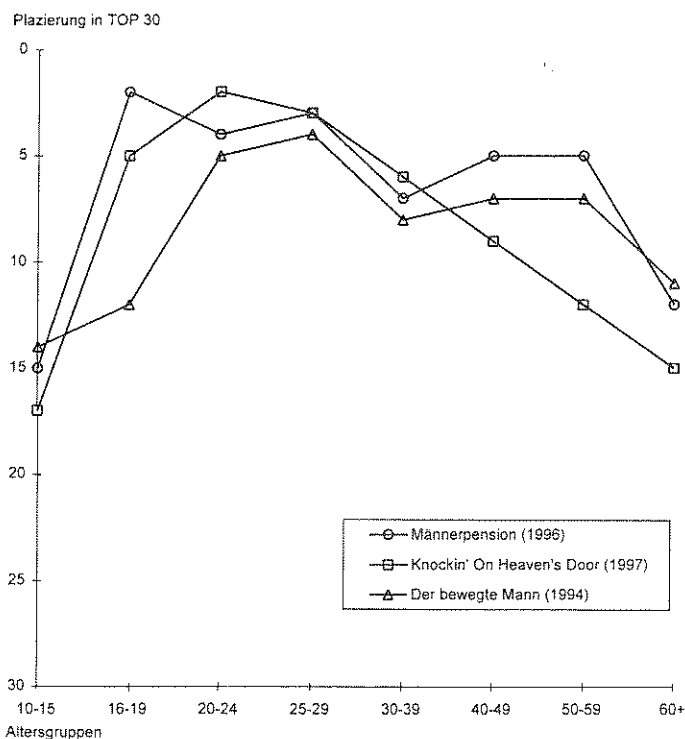
Alter der Schauspieler ausschlaggebend?

Zunächst liegt es nahe, das Alter der Stars als ausschlaggebend für Affinitäten zwischen Film und dem Alter der Zuschauer anzusehen. Denn die Stars werden vom Marketing oft als Magneten gesehen, die ihre Fans in die Kinos ziehen. So gese-

**Abb. 6 Publikumsresonanz beim Kinofilm "Der bewegte Mann"**  
nach Alter und Platzierung in den TOP 30



**Abb. 7 Publikumsresonanz bei Filmen mit Til Schweiger in der Hauptrolle nach Alter und Plazierung in den TOP 30**



hen würden zum Beispiel jugendliche Filme favorisieren, in denen die Hauptrollen mit jugendlichen Schauspielern besetzt sind. Oder Menschen um die 40 Jahre sähen gerne Filme, in denen Stars ihres Alters im Zentrum der Geschichte agieren. Diese Hypothese soll an den Beispielen Til Schweiger und Bruce Willis untersucht werden.

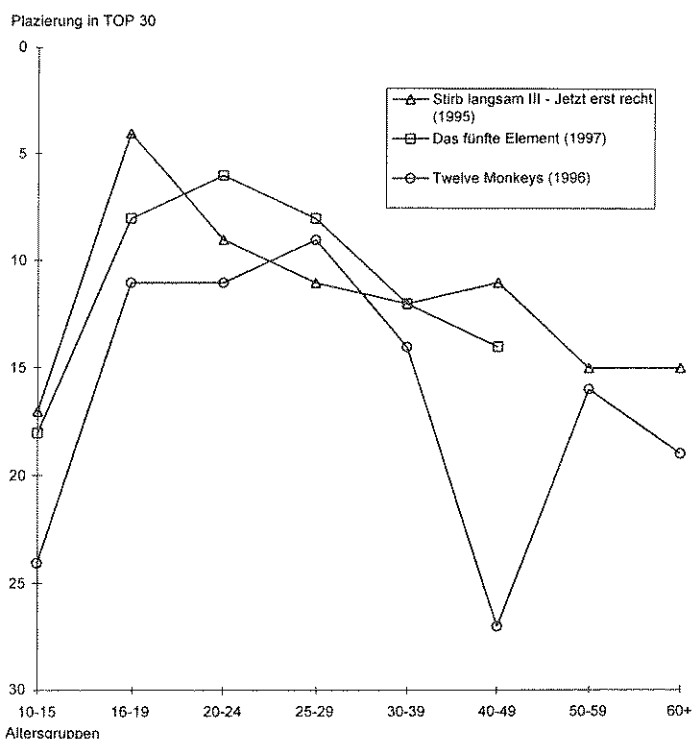
**Beispiel Til Schweiger**

Der Schauspieler Til Schweiger ist heute 35 Jahre alt. In Sönke Wortmanns „Der bewegte Mann“ (Start 1994) sprach er in den ersten Auswertungsmonaten besonders die 25- bis 29jährigen an. Das entspricht noch am ehesten seinem damaligen Alter von 31 Jahren. In „Männerpension“ (Start 1996) wurde Schweiger vorzugsweise von 16- bis 19jährigen gesehen. Damit ist das Kernpublikum dieses Films bedeutend jünger als dessen Star und auch als der gleichaltrige Detlev Buck, der in dem Film die andere männliche Hauptrolle spielte und Regie führte. In „Knockin' on Heaven's Door“ (Start 1997) begeisterte Schweiger die 20- bis 24jährigen am meisten. Die übereinandergelegten Kurven der drei Filme mit Til Schweiger zeigen, daß jeder seinen Gipfel der Beliebtheit in einer anderen Altersgruppe findet. Zu der Altersgruppe, zu der Schweiger selbst gehört, weisen die Filme dagegen eher geringfügige Affinitäten aus (vgl. Abbildung 7).

**Beispiel Bruce Willis**

Bei Bruce Willis sind die Altersaffinitäten noch weniger vorhersagbar. In „Stirb langsam - Jetzt erst recht“ (Start 1995) lag der Schwerpunkt der Altersaffinität bei den 16- bis 19jährigen. In „Das

**Abb. 8 Publikumsresonanz bei Filmen mit Bruce Willis in der Hauptrolle nach Alter und Plazierung in den TOP 30**



fünfte Element“ (Start 1997) sahen ihn bevorzugt die 20- bis 24jährigen und in „Twelve Monkeys“ (Start 1996) die 25- bis 29jährigen. Je nachdem, in welchem Film er die Hauptrolle spielt, ist es eine andere Altersgruppe, die ihn zum Favoriten erhebt. Durchweg ist das Kernpublikum des 43jährigen Willis mindestens mehr als ein Jahrzehnt jünger als er selbst (vgl. Abbildung 8).

Die Beispiele zeigen, daß die Affinitäten zwischen Altersgruppen und Filmen nicht mit dem Alter der Schauspieler erklärt werden können. Stars wie Bruce Willis oder Til Schweiger fanden das Gros ihrer Fans mit den angeführten Filmen nicht in ihrer eigenen Altersgruppe. Zwischen Publikum und Darstellern findet eine Generationsverschiebung statt. Es müssen andere Ursachen sein, über die sich die Altersaffinitäten im Kino regulieren.

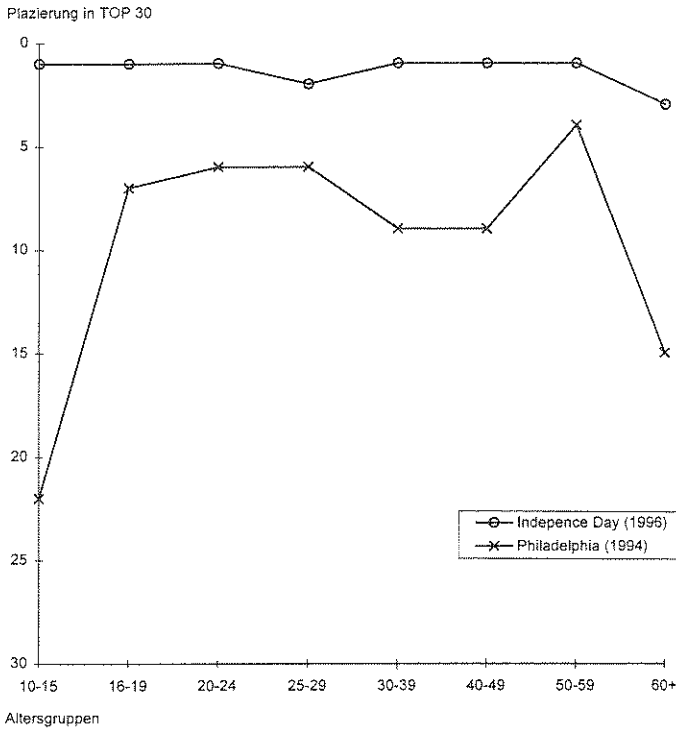
**Die Bedeutung der Story**

Stars spielen nicht immer Rollen, deren Alter mit ihrem eigenen zusammenfällt. Die Geschichte, die ein Film erzählt, kann von ihnen die Darstellung eines anderen Alters verlangen. Daher liegt es nahe, das Alter der Hauptrollen als Kriterium zu berücksichtigen. Hierüber sollten sich verlässlichere Zuordnungen zwischen Kinofilmen und Altersgruppen treffen lassen.

Auf Til Schweiger ist diese These - mit Einschränkungen - anwendbar. Axel in „Der bewegte Mann“, Rüdiger Steinbock in „Männerpension“ und Martin Best in „Knockin' on Heaven's Door“ dürften alle drei zwischen 20 und 30 Jahre alt sein. Tatsächlich weisen die Filme eine deutliche Affinität zu Zuschauern dieses Alters auf, wenngleich

**Alter der Schauspieler nicht entscheidend für Filmertolg**

**Abb. 9 Publikumsresonanz bei Kinofilmen mit mehreren Zielgruppen nach Alter und Platzierung in den TOP 30**



„Knockin’ on Heaven’s Door“ und „Männerpen-sion“ auch bei den 16- bis 19jährigen eine gute Resonanz erzielten. Man könnte hieraus ableiten, daß es das durch die Story festgelegte Alter des Protagonisten ist, das für die Zielgruppenbestimmung ausschlaggebend ist.

**Alter der Hauptrolle nicht immer ausschlaggebend für Erfolg bei Altersgruppen**

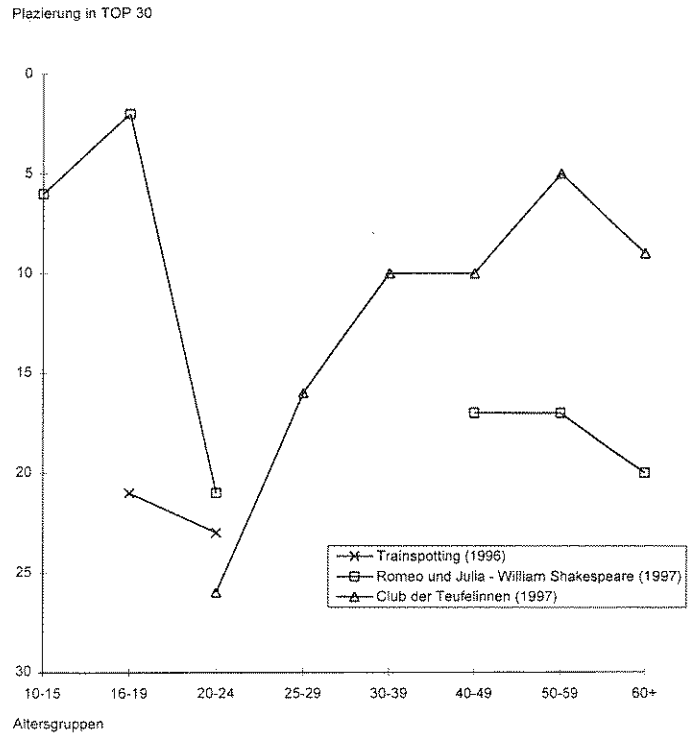
Aber bei Bruce Willis läßt sich diese Annahme nicht bestätigen. John McClane aus „Stirb langsam – Jetzt erst recht“ ist ein Mittvierziger, der im Rahmen der bereits 1987 gestarteten Actionreihe nun zum dritten Mal die größten Strapazen zu überstehen hat. Doch die meiste Beachtung fand Bruce Willis mit dieser Rolle bei den 16- bis 19jährigen. Auch Korben Dallas aus „Das fünfte Element“ und James Cole aus „Twelve Monkeys“ haben das Alter von 40 Jahren überschritten. Die lebenserfahrenen Einzelgänger plazieren sich jedoch bei den 40- bis 49jährigen auf niedrigen Rangplätzen und beziehen das Gros ihrer Zuschauer von den 16- bis 29jährigen.

Da auch das Alter der Hauptrollen kein verlässliches Kriterium zur Bestimmung der Zielgruppe ist, sollen als letzter Ansatzpunkt nun die Themen von Filmstories herangezogen werden. Denn bei der Auswahl der Filme fallen solche komplexeren Gesichtspunkte auch ins Gewicht. Diese Hypothese soll im folgenden an einigen Beispielen überprüft werden.

**Filme, die erwartungsgemäß mehrere oder bestimmte Altersgruppen ansprechen**

„Independence Day“ (Start 1996) thematisierte eine globale Bedrohung und zeigte, wie diese mit energischem persönlichen und technischen Einsatz abgewendet wird. Da die Bedrohung der Erde und deren Rettung letztlich alle Menschen angeht, er-

**Abb. 10 Publikumsresonanz bei Kinofilmen mit bestimmten Zielgruppen nach Alter und Platzierung in den TOP 30**



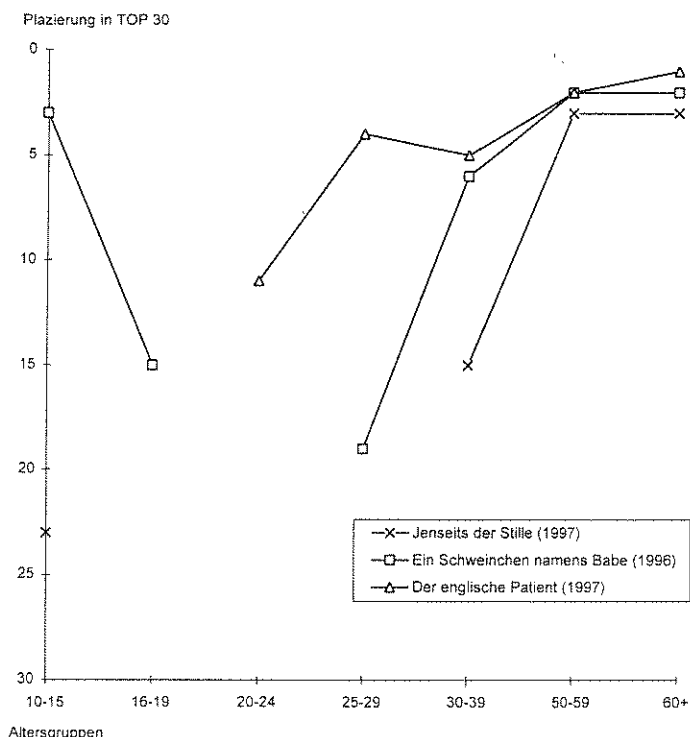
scheint es nicht erstaunlich, daß das Spektakel von Roland Emmerich 1996 bei beinahe allen Altersgruppen auf Platz eins der Hitliste stand. Der HIV-Virus befällt zwar besonders gefährdete Personen, kann theoretisch aber allen Menschen zur Bedrohung werden. Wenn „Philadelphia“ (Start 1994) von dem Kampf eines jungen AIDS-kranken Anwalts um sein Recht und seine Selbstachtung erzählt und mit dieser Geschichte sechs Altersgruppen in beachtlichem Maße anspricht, muß daher auch dieses Ergebnis nicht überraschen (vgl. Abbildung 9).

Die Vorliebe älterer Kinogänger für „Club der Teufelinnen“ (Start 1997) war zu erwarten. Der Film thematisierte die gemeinsame Rache von älteren Ehefrauen an ihren Männern. Nachvollziehbar ist auch, daß der britische Film „Trainspotting“ (Start 1996), der den grotesken Kampf eines jungen Mannes gegen seine Drogenabhängigkeit zeigt, nur bei den 16- bis 24jährigen eine bemerkenswerte Resonanz erhielt. Auch dürfte es nicht verwundern, daß die im Jugendmilieu angesiedelte Verfilmung von „William Shakespeares Romeo & Julia“ (Start 1997) mit dem Jungstar Leonardo DiCaprio vornehmlich Jugendliche anzog (vgl. Abbildung 10).

Die Themen der zuletzt genannten Beispiele lassen die vom GfK-Panel ausgewiesenen Altersaffinitäten ohne Schwierigkeiten nachvollziehen. Im folgenden werden jedoch Filme angeführt, bei denen die

**Filme mit hoher Resonanz außerhalb der Zielgruppe**

**Abb. 11 Kinofilme mit hoher Resonanz außerhalb der Zielgruppe nach Alter und Platzierung in den TOP 30**



Ergebnisse des GfK-Konsumentenpanels andere Werte zeigen als es die offensichtlichen Inhalte ihrer Geschichten nahelegen.

Die Story des viel beachteten Films von Caroline Link „Jenseits der Stille“ (Start 1996) hat ihr Zentrum in der Entwicklung eines Mädchens zur erwachsenen Frau und ihre Ablösung vom Elternhaus. Dieses Thema sollte besonders junge Menschen ansprechen, da sie sich mehr oder weniger in einem ähnlichen Prozeß befinden. „Ein Schweinchen namens Babe“ (Start 1995) zeigt ein junges Schwein, das nach seinem Platz in der Welt sucht. Mit dieser Thematik sollte der Film vornehmlich die jüngsten Kinogänger ansprechen, da das Problem der Identitätsfindung ihr Lebensalter wie kaum ein anderes bestimmt. „Der englische Patient“ (Start 1997) thematisiert die leidenschaftliche Liebe zwischen einem Mann und einer Frau in ihren besten Jahren. Eine solche Geschichte dürfte am stärksten Zuschauer zwischen 30 und 40 Jahren – das Alter der Protagonisten – interessieren (vgl. Abbildung 11).

Diese und ähnliche Erwartungen legen die Geschichten der Filme nahe. Aber sie werden von den Ergebnissen des GfK-Konsumentenpanels nicht bestätigt. „Jenseits der Stille“ stand bei denjenigen Zuschauern, deren Lebensphase thematisiert wird, auf Platz 23. Bei den über 50jährigen nahm er jedoch Platz 3 ein. Obwohl die Ablösung von den Eltern aus der Perspektive der Tochter erzählt wird,

finden offensichtlich auch ältere Menschen in ihr genügend Anhalt für ein bewegendes und bedeutungsvolles Filmerlebnis. „Ein Schweinchen namens Babe“ wurde nicht nur von den Eltern der 10- bis 16jährigen gesehen, die das Panel ausweist. Sein unumstrittener Platz zwei bei allen Erwachsenen über 40 verweist darauf, daß es bei den älteren Kinogängern ein genuines Interesse an dieser Geschichte gegeben haben muß. Und „Der englische Patient“ war ein Film, der bei Zuschauern ab 20 Jahren zwar eine bemerkenswerte Resonanz erzielte. Doch wirklicher Favorit war er bei den Kinogängern, die die 50 bereits überschritten haben.

Es lassen sich also – ähnlich wie bei der Untersuchung des Verhältnisses zwischen Protagonisten- und Zuschaueralter – sowohl unmittelbar nachvollziehbare Zuordnungen zwischen Story und Lebensalter, als auch erstaunliche Verschiebungen beobachten. Man kann hier von einer Tendenz zur Themengeneralisierung sprechen. Filme mit einer bestimmten, offensichtlich altersbezogenen Thematik sind oft auch für Menschen interessant, die sich in einer anderen Lebensphase befinden. Die Wirkungspsychologie erklärt dieses Phänomen mit der allgemeinhinreichenden Bedeutung, die viele von publikumswirksamen Spielfilmen behandelten Themen aufweisen. Auf der Tiefenebene kann ein Kinderfilm wie „Der König der Löwen“ vorrangig Erwachsene über 30 Jahre ansprechen, weil er Konflikte behandelt, die mit der Übernahme von Verantwortung verbunden sind. Das ist eine Thematik, die das Leben eines Menschen immer bewegt und deren allgemeinhinreichende und kulturelle Bedeutung erst in späteren Lebensphasen erlesen werden kann.

**Fazit**

Die Auswertung des GfK-Konsumentenpanels zeigt, daß Affinitäten zwischen Film und Lebensalter in bestimmten Fällen zwar gegeben, aber nicht als fest anzusehen sind. Bei der Abstimmung zwischen Filminhalt und Alter des Publikums findet sowohl eine Generationsverschiebung als auch eine Themengeneralisierung statt. Generationsverschiebung und Themengeneralisierung lassen es nur in wenigen Fällen zu, über Faktoren wie Alter des Helden oder Thema der Story die Altersgruppen zu bestimmen, die den Film tatsächlich bevorzugen.

Diese Ergebnisse legen es nahe, von nichtlinearen Wirkungsprozessen auszugehen. Im Austausch zwischen Film und Publikum können einzelne Inhalte ihre Bedeutung ändern, weil die Rezipienten Filme zur Ausgestaltung von Erlebnissen nutzen, die für sie selbst Bedeutung haben. Wie aus tiefenpsychologischen Interviews herausgefunden wurde, kann eine 24jährige Studentin sich mit Genuß einen Actionfilm mit dem 43jährigen Bruce Willis ansehen, weil Beharrlichkeit und schließlich Durchsetzungsfähigkeit des von ihm gespielten Helden sich hervorragend dazu eignen, ihrem Zorn über die strengen Prüfungsanforderungen Luft zu

**Tendenz zur Themengeneralisierung: Einige Filme sprechen alle Menschen an**

**Affinitäten zwischen Film und Lebensalter nur selten vorhersehbar**

**Nichtlineare Wirkungsprozesse**

machen. Ein 68jähriger Rentner kann sich bei der computeranimierten Geschichte eines jungen Schweins entspannen, weil die ländliche Atmosphäre des Film ihn für einige Stunden von seinen Alltagsorgen befreit.

**Rezeptionsbezogene  
Merkmale verspre-  
chen mehr Verläß-  
lichkeit**

Auch wenn die vorliegende Untersuchung zu Kinofilmen und Lebensalter nicht zu einfachen Antworten führte, muß die Suche nach einer Erklärung der Altersaffinitäten dennoch nicht aufgegeben werden. Zwar besteht keine Aussicht auf einfache, an offensichtlichen Inhalten festzumachenden Regelmäßigkeiten. Dennoch aber werden sich altersbezogene Merkmale von Filmen beschreiben lassen, an denen sich die Vermarktung von Filmen orientieren kann. Sie lassen sich ermitteln, wenn man die Wirkungsqualitäten der Filmrezeption zum Ansatzpunkt nimmt. (3) Sie haben mit der ganzheitlichen Stimmung, dem Tempo, dem Tie-

fenthema, der Art des Humors und dem Grad der Differenzierung des Wirkungsprozesses zu tun. Als Grundlage für solche Auswertungen der Paneldaten liegen über 100 empirische tiefenpsychologische Filmwirkungsanalysen bereit, die an der Universität zu Köln in den vergangenen Jahren durchgeführt wurden.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Erikson, Erik H.: Kindheit und Gesellschaft. Stuttgart 1974; Schmidt-Denter, Ulrich: Soziale Entwicklung. München/Weinheim 1987.
- 2) Die hier vorgestellte, spezifisch altersbezogene Auswertung der GfK-Daten wurde durch die freundliche Erlaubnis von CIC Video GmbH und die Unterstützung der FFA möglich.
- 3) Vgl. Salber, Wilhelm: Was Wie Warum. Wirkungs-Analyse. Medien - Märkte - Management. Bonn 1994.

