

DER DOKUBOOM IM KINO

Klaus Stanjek

Anne Lundershausen

Faktoren und Phänomene



»Was macht Dokumentarfilme eigentlich zu Kinofilmen?« lautet die Frage, die mich (Klaus Stanjek) schon lange beschäftigt hat - als Filmstudent an der Filmhochschule, später als Mitglied der Münchener »Verleihgenossenschaft der Filmemacher«, als Filmregisseur, und heute als Lehrer für Dokumentarfilm. Die Frage geht davon aus, dass es nicht gleichgültig ist, ob ein Film fürs Fernsehen, fürs Kino, oder für andere Zwecke gedreht wird. Wenn ein Film explizit für die Fernsehnutzung gedreht wird, müsste er logischerweise andere Kriterien erfüllen als ein Film fürs Kino. Meinungen zu dieser Frage gab es seit langem in großer Zahl - Meinungen von Verleihern, von Kinomachern, von Regisseuren und von Filmförderern. Allerdings fällt schnell auf, dass diese Meinungen außerordentlich divergent sind und keinerlei Einigkeit zwischen den Experten zu erkennen ist. Jeder Profi scheint mit seiner persönlichen Formel erklären zu wollen, welche Art von Filmen im Kino funktionieren und welche nicht. Rückblickend kann man einige der Erklärungsversuche zusammenfassen, die sich bei genauer Betrachtung jedoch eher als hartnäckige Vorurteile erweisen:

- Filme brauchen im Kino unbedingt eine starke Story. Filme ohne Story haben keine Chance (vorwiegend in der englischsprachigen Dokumentarszene verbreitet).
- Dokumentarfilm ist nichts fürs große Kino. Es gibt höchstens mal Ausnahmen. Das Kino gehört dem Spielfilm.
- Kinofilme (auch Dokfilme) brauchen positive Helden, mit denen man sich als Zuschauer leicht identifizieren kann (ein offensichtlich aus der Spielfilmdramaturgie entlehntes Vorurteil).
- Dokumentarfilme mit Beobachtungen des Alltags (»Klassischer Dokfilm«) haben keine Chance im Kino.

Alles falsch!

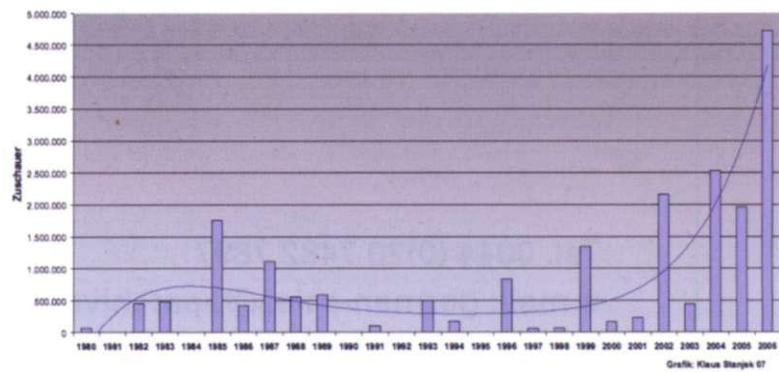
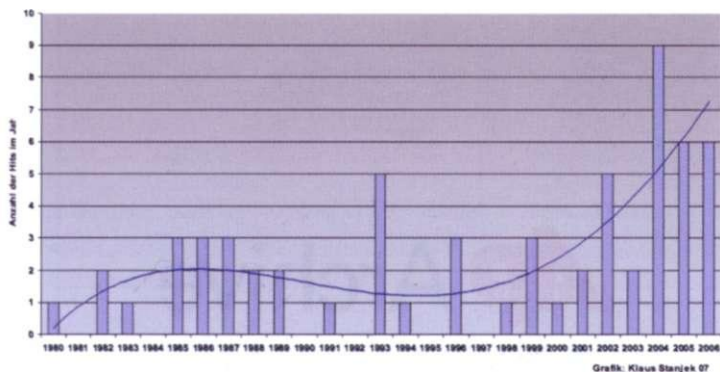
Wie die systematische Auswertung der Kinoerfolge zeigt. Dokumentarfilme erobern gegenwärtig im Kino immer mehr Terrain. Das Themenspektrum wird breiter, und immer neue Zielgruppen werden erreicht. Das Bedürfnis nach Realität im Kino nimmt offenbar zu.

Eine Analyse des Dokumentarkinos in Deutschland seit 1980 zeigt, dass Erfolge im Kino eine gewisse Regelmäßigkeit besitzen, und man kann untersuchen, welche Eigenschaften diese Filme hatten und wie sie gemacht sind. Wir haben 1994 mit Mitarbeitern und Studenten begonnen, Daten über Kinodokumentarfilme zu sammeln. Um die Datenberge einigermaßen einzugrenzen, haben wir uns auf Filme ab 1980 beschränkt, die mindestens 50.000 Zuschauer in Deutschland erreicht haben. Damit wird auch eine finanzielle Mindesteinnahme an der Kinokasse berücksichtigt, eine nennenswerte Summe an Eintrittsgeldern als Einnahmen der Kinobetreiber, Verleiher und Produzenten. Neben den Kinofilmen in Westdeutschland bemühten wir uns, die Dokumentarfilme in der DDR zu erfassen. Das Ziel war eine Betrachtung der Attraktion von Dokumentarfilmen im Kino. Vor allem unter dem Aspekt, welche Filme vom Zuschauer bevorzugt wurden und wie diese Filme beschaffen sind. Auf dieser Grundlage können wir die Entwicklung des Kinodokumentarfilms über den Zeitraum von 1980 bis heute darstellen (Abb. 1).

Mitte der 80er Jahre erschienen mehrere politische Dokumentarfilme im Kino - im Westen zum Beispiel »Günter Wallraff - ganz unten« und Anti-AKW-Filme wie »Spaltprozesse«. Im Osten kam 1985 ein besonderer DEFA-Film von Karl Gass in die DDR-Kinos: »Das Jahr 1945« - ein historischer Dokumentarfilm über das Ende des Zweiten Weltkriegs. Zwei Wochen nach dessen Premiere bildeten sich lange Warteschlangen an den Kinokassen; nach 6 Monaten

Abb. 1 (li.)
Anzahl der Hits über 50.000
Zuschauer von 1980-2006

Abb.2(re.)
Jährliche Zuschauer der drei dokumentarischen Spitzenreiter



wurde Karl Gass eine Urkunde als Kinomillionär überreicht. Der Film hatte bereits 1 Mio. Zuschauer; nach zwölf Monaten mindestens 1,6 Mio. Die DDR-Dok-Filme erreichten wesentlich mehr Publikum als die westdeutschen Dokumentarfilme, wobei der Anteil organisierter Vorführungen je nach Film sehr unterschiedlich war. Vergleicht man nach der Anzahl der Hits nun die Anzahl der Zuschauer von den jeweils drei Top-Filmen seit 1980, so resultiert eine nur geringfügig andere Verteilung (Abb. 2).

In den Wendejahren hatte offenbar das Publikumsinteresse für die verfügbaren Filme nicht ausgereicht. Die Fernsehnachrichten und Reportagen waren in diesen Jahren möglicherweise attraktiver als das Dokumentarkino. Außerdem hat sicherlich die wendebedingte Umstrukturierung der Vertriebsstrukturen die Kinoergebnisse beeinflusst.

Der eigentliche Boom entstand in den späten 1990er Jahren. Als Vorbote des Booms erreichte 1996 der französische Naturfilm »Mikrokosmos« 600.000 Zuschauer - in einer Zeit, in der die ersten IMAX-Kinos in Deutschland kurze Naturfilme mit außerordentlichem Erfolg zeigten. 1999 knackte Wim Wenders mit seinem Musikfilm »Buena Vista Social Club« die Millionengrenze, sieben Jahre bevor Sönke Wortmann mit dem WM-Film »Deutschland. Ein Sommermärchen« mit vier Millionen Zuschauern neue Besucherrekorde erreichte. Inzwischen haben sich Verleiher, Produzenten und Filmförderer darauf eingestellt, dass Dokumentarfilme auch im Kino Chancen haben.

Die Entwicklung 1996 - 2006

Das Angebot an Dokumentarfilmen im deutschen Kino gemessen an der Anzahl der neugestarteten Dokumentarfilme pro Jahr hat sich im Zeitraum 1996 bis 2006 stark vergrößert. Mittlerweile

sind es mehr als dreimal so viele Dokumentarfilme als noch vor zehn Jahren. Bis zum Jahr 1998 wurde das Angebot am Dokumentarfilm stark durch deutsche Filme dominiert. Das hat sich grundlegend geändert. 2006 war fast jeder zweite Dokumentarfilm nicht-deutscher Herkunft. Vergleicht man den Anstieg des Dokumentarfilmangebotes mit dem des gesamten Filmangebotes in deutschen Kinos, so hat der Dokumentarfilm einen noch größeren Zuwachs erhalten als das Filmangebot insgesamt.

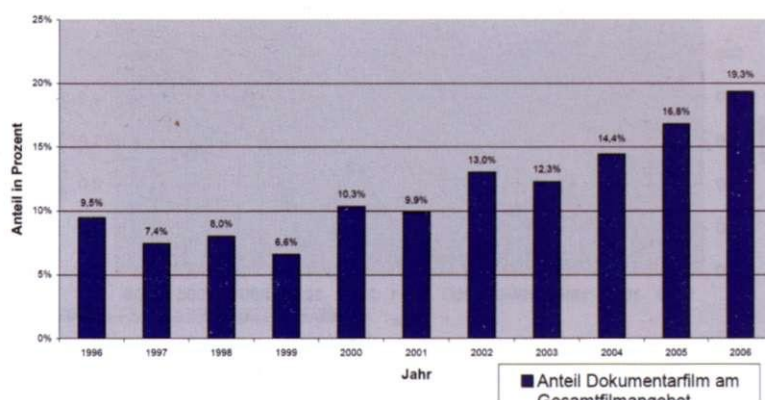
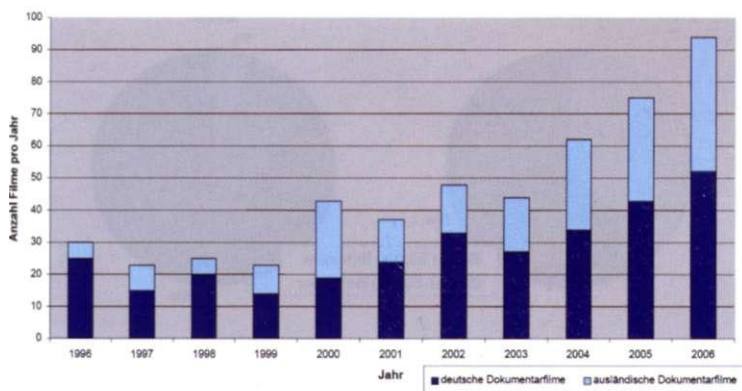
Der Anteil von Dokumentarfilmen am Gesamtfilmangebot (auf Basis der Anzahl der Filme) in den deutschen Kinos ist von deutlich unter 10% zu Mitte der 1990er Jahre auf fast 20% im Jahr 2006 gestiegen. Inzwischen ist also fast jeder fünfte neugestartete Film in den deutschen Kinos ein Dokumentarfilm. Betrachtet man nur das Angebot deutscher Kinofilme, so ist dort fast jeder dritte neugestartete Film ein Dokumentarfilm.

Der Dokumentarfilm hat im Zeitraum 1996 - 2006 jedoch nicht nur in der Anzahl der Filme zugelegt, sondern es ist auch ein deutlicher Anstieg der Besucherzahlen von Dokumentarfilmen festzustellen. Der Rekord liegt momentan bei 5 Mio. Dokumentarfilmbesuchern im Jahr 2006. Allerdings ist erkennbar, dass die Anzahl der Besucher von Jahr zu Jahr stark variiert. Das Dokumentarfilmangebot wird mit deutlich unterschiedlich großem Interesse seitens der Besucher wahrgenommen und genutzt.

Dies unterschiedlich große Interesse lässt sich verdeutlichen, wenn man die Filme in zwei Gruppen - Filme mit unter 50.000 Besuchern und mit über 50.000 Besuchern unterteilt - und ihren Anteil an den Gesamtbesuchern von Dokumentarfilmen vergleicht. Für den Zeitraum 1996 - 2005 ergab sich so ein durchschnittlicher Anteil von 63% für die Filme mit mehr als 50.000 Zuschauern. Der

Abb. 3 (IL)
Anzahl erstaufgeführter Dokumentarfilme pro Jahr 1996-2006

Abb. 4 (re.)
Anteil erstaufgeführter Dokumentarfilme am Kino-Gesamtangebot 1996-2006





»Höllentour« von Pepe Danquart
und »Die große Stille« von Philip
Cröning bedienten beide
nicht nur SpezialInteressen
Fotos: www.hoellentour-derfilm.de
www.groenlnq-film.de

Großteil der Dokumentarfilmbesucher geht in einen der besucherstärkeren Filme. Im Jahr 2006 waren es sogar 95% der Dokumentarfilmbesucher, die eine Eintrittskarte für einen der »Dokumentarfilmhits« lösten. 4 Mio. der insgesamt 5 Mio. Dokumentarfilmbesucher (also 80%) sahen die WM-Doku »Deutschland. Ein Sommermärchen«. Im Dokumentarfilm lässt sich offensichtlich eine ähnliche Dominanz von sogenannten »Besuchermagneten« ausmachen wie im Spielfilmbereich; ca. 60% aller Kinozuschauer besuchen Filme, die 1 Mio. Besucher oder mehr erreichen.

Die Anzahl der besucherstärksten Dokumentarfilme, hier der Einfachheit halber »Erfolgsfilme« genannt, schwankt von Jahr zu Jahr mitunter sehr stark, ist jedoch seit zehn Jahren tendenziell steigend. Immer mehr Filme werden also von einer größeren Zuschauergruppe pro Film gesehen. Dennoch ist ihre Anzahl gegenüber der Gesamtheit angebotener Dokumentarfilme nicht sehr hoch. So überschritten im Jahr 2006 lediglich sechs von 94 Filmen die Marke von 50.000 Besuchern. Sechs Filme erreichten somit 95% aller Dokumentarfilmbesucher des Jahres 2006. Die übrigen 88 Filme teilten sich die verbliebenen 5% (ca. 250.000 Besucher).

Durchschnittlich erreichten von 1996 - 2006 etwa 7,5% der Kino-Dokumentarfilme mehr als 50.000 Besucher, das ist umgerechnet jeder 13. erstaufgeführte Dokumentarfilm. In der Grafik ist der Anteil der »Erfolgsdokus pro Jahr« als Balken dargestellt. Auch hier sieht man die starken Unterschiede zwischen den einzelnen Jahren bedingt durch die Anzahl der »Erfolgsfilme«.

Von 1996 bis zum Jahr 2006 wurden 38 Filme von mehr als 50.000 Zuschauern gesehen (von insgesamt 504 erstaufgeführten Dokumentarfilmen in Deutschland) (Abb. 9).

Die erfolgreichsten zehn Filme nach Besucherzahl waren 1996 - 2006:

- »Deutschland. Ein Sommermärchen« (2006)
- »Die Reise der Pinguine« (2005)
- »Buena Vista Social Club« (1999)
- »Bowling for Columbine« (2002)
- »Fahrenheit 9/11« (2004)
- »Nomaden der Lüfte« (2002)
- »Deep Blue« (2004)
- »Rhythm is it!« (2004)
- »Mikrokosmos« (1996)
- »We feed the world« (2006).

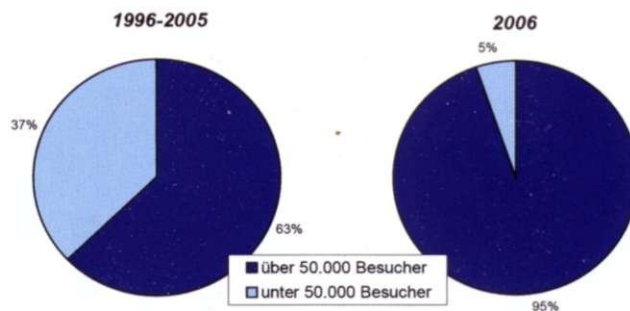
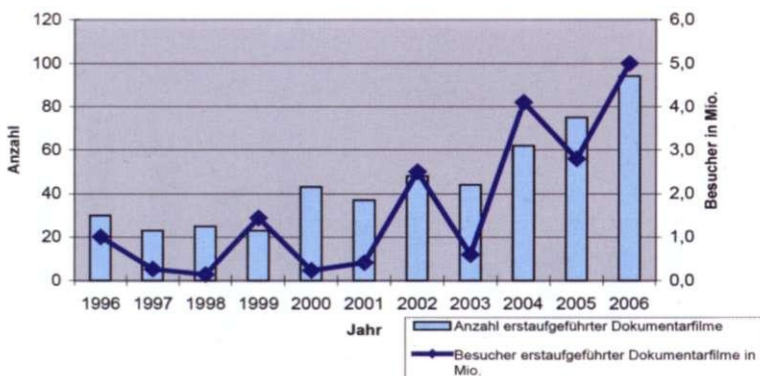
Die Kinoauswertung von Dokumentarfilmen in der Periode 1996 - 2006

Die Mehrheit der besucherstärksten Dokumentarfilme startete mit einer (gemessen am Kino-Spielfilm) eher niedrigen Kopienzahl (zu sehen am linken Kreisdiagramm) von 1 - unter 50 Kopien. Nur sehr wenige Filme starteten mit mehr als 200 Kopien. Von 1996 - 2006 waren das nur »Fahrenheit 9/11«, »Die Reise der Pinguine« und »Deutschland. Ein Sommermärchen« mit der Rekordzahl von 721 Kopien. Bei etwa 70% der Erfolgsfilme wurde nach dem Start die Anzahl der eingesetzten Kopien von Woche zu Woche erhöht. Knapp die Hälfte der Erfolgsfilme erreichte so eine maximale Kopienanzahl von 50 oder mehr Kopien. Nur zwei der Erfolgsfilme (1998 und 1999) wurden nie mit mehr als zehn Kopien ausgestattet (Abb. 10).

Im untersuchten Zeitraum konnte festgestellt werden, dass die Anzahl der Startkopien pro Film im Laufe der Zeit zunimmt. Die Anzahl der maximal eingesetzten Kopien pro Film stieg nachweislich in diesem Zeitraum. Bis 2004 waren es beispielsweise nur vier Filme, die mit mehr als 50 maximal eingesetzten Kopien ausgestattet wurden. Allein 2006 waren es schon fünf Filme, die mit mehr als

Abb. 5 (li.)
Angebot (Anzahl Filme) und
Nachfrage (Anzahl Besucher) von
Dokumentarfilmen 1996-2006

Abb. 6 (re.)
Vergleich erstaufgeführter
Dokumentarfilme
und Anteil Spitzenreiter



50 Kopien in den Start gingen. Bei einem Kopieneinsatz von durchgehend weniger als zehn Kopien kann ein Film heute aufgrund der verkürzten Auswertungszeit und des Konkurrenzangebotes nicht mehr oder nur in extremen Ausnahmefällen 50.000 Besucher oder mehr erreichen. Auf der anderen Seite ist es nicht verwunderlich, dass man mit 200, 300 oder zuletzt »Deutschland. Ein Sommermärchen« mit 721 maximal eingesetzten Kopien ein Millionenpublikum erreicht. Acht der Dokumentarfilme mit den höchsten Kopienzahlen sind deshalb unter den Top Ten zu finden. Um festzustellen, welche der Filme ihr Potenzial besonders stark ausgeschöpft haben, eignet sich der Indikator »Besucherschnitt pro Kopie« besser als die bloße Betrachtung der erreichten Zuschauerzahlen.

Filme, welche aufgrund ihrer absoluten Besucherzahl in den Top Ten der meistbesuchten Dokumentarfilme sind, wurden mit einem Balken markiert. Dokumentarfilme mit hohem Besucherschnitt pro Kopie sind demnach nicht immer die Filme mit den besten absoluten Besucherzahlen. Viele von ihnen sind Filme, die mit oftmals niedriger Kopienzahl gestartet wurden und überraschend ein größeres Publikum fanden, wie z. B. »Die große Stille« oder »Black Box BRD«. Am Ende der

Platz	maximale Bes./Kopie	Titel	Anzahl der Startkopien
1	1.724	Deutschland. Ein Sommermärchen	584
2	1.084	Buena Vista Social Club	44
3	1.013	Deep Blue	82
4	1.008	Black Box BRD	10
5	876	Die große Stille	9
6	837	Gernstls Reisen	10
7	806	Höllentour	13
8	783	Blue Note	7
9	758	Mikrokosmos	53
10	733	Sein und Haben	27
...
37	177	Genesis	101

Platz	durchschn. Bes./Kopie	Titel	Anzahl der Startkopien
1	716	Buena Vista Social Club	X 44
2	668	Die große Stille	X 9
3	610	Bowling for Columbine	57
4	605	What the Bleep do we know?!	6
5	596	Deutschland. Ein Sommermärchen	X 584
6	575	Blue Note	X 7
7	562	Die Blume der Hausfrau	3
8	559	Rhythm is it!	31
9	548	Black Box BRD	X 10
10	521	Deep Blue	X 82
...
37	106	Der letzte Trapper	71

Abb. 7 (oben)
Top Ten nach Besuchern pro Kopie am Wochenende

Abb. 8 (unten)
Top Ten nach Besuchern pro Kopie und Woche (Ø Woche 1-10)

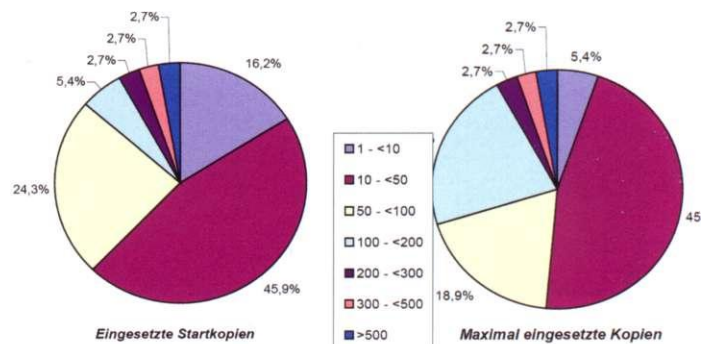
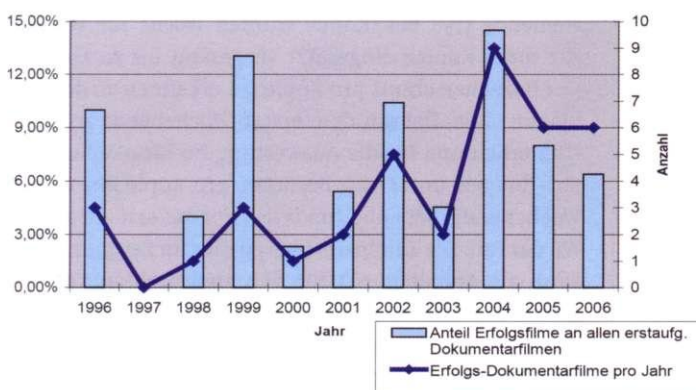
Liste findet sich das Schlusslicht unter den besucherstärksten Dokumentarfilmen 1996 - 2006. Obwohl dieser Film über 50.000 Zuschauer erreichte, erzielte er einen unterdurchschnittlichen Besucherschnitt pro Kopie - blieb also hinter den Erwartungen zurück.



Fast immer ist das jeweilige Startwochenende das Wochenende mit dem höchsten Besucherschnitt pro Kopie. War dieser vielversprechend hoch, z.B. über 400 Besucher pro Kopie und WE, so wurden die Kopienzahlen bei fast allen der Erfolgsfilme erhöht, der Film in zusätzlichen Kinos gespielt. Der Erfolg oder Misserfolg am Startwochenende bestimmt also über den weiteren Kopieneinsatz. Doch ein gutes Startwochenende erlaubt noch keine Aussage darüber, ob ein Film auch in den darauf folgenden Wochen gut in den Kinos läuft, ob die Mundpropaganda für weitere Zuschau-

Abb. 9 (li.)
Vergleich Anzahl und Anteil von sogenannten »Erfolgsfilmen«

Abb. 10 (re.)
Vergleich Anzahl Startkopien und maximal eingesetzte Kopien der »Erfolgsfilme«





»Nomaden der Lüfte« und »Die Reise der Pinguine« (DVD bei Kinowelt/Arthaus) gehörten in den vergangenen Jahren zu den absoluten Kinohits
Fotos: Kinowelt

erströme sorgt oder ob der Film beim Publikum durchfällt. Deshalb ist es mitunter aussagekräftiger, die Daten für die ersten zehn Wochen ab dem Start der Filme heranzuziehen.

Filme, die auch in Abb. 7 vertreten waren, sind in Abb. 8 mit einem Kreuz markiert. Diese Filme hatten also nicht nur ein sehr starkes Startwochenende, sondern haben auch einen hohen Besucherzulauf pro Kopie in den ersten Wochen nach ihrem Start erbracht. Filme wie »Rhythm is it!« oder »What the Bleep do we (k)now!« sind zwar nicht überaus fulminant gestartet, haben aber über einen längeren Zeitraum einen verhältnismäßig großen Zuschauerzuspruch pro Kopie erreicht - ebenso wie »Bowling for Columbine« oder »Die Blume der Hausfrau«. Bei diesen Filmen kann man durchaus den Begriff Dauerbrenner verwenden.

Fallbeispiele Auswertungszeit und -verlauf

Als Beispiel für einen sogenannten Dauerbrenner unter den Dokumentarfilmen kann man »Rhythm is it!« aufführen. Die Anzahl von 31 Startkopien ist verglichen mit den anderen Erfolgsdokus eher durchschnittlich. Diese Kopienanzahl wurde nach dem guten Startwochenende nach und nach erhöht auf über 50 Kopien. »Rhythm is it!« ist ein sehr gutes Beispiel für eine gelungene Auswertung über einen sehr langen Zeitraum hinweg, denn der Besucherschnitt pro Kopie und Wochenende fällt nur sehr langsam ab. Ein Besucherschnitt von unter 100 Besuchern pro Kopie und Wochenende kann erst in der 27. Woche registriert werden. Nach den in Abbildung 9 dargestellten ersten 30 Wochen hatte der Film gerade einmal drei Viertel seiner Gesamtbesucherzahl



erreicht, über 150.000 Besucher sahen den Film also erst nach dieser Zeit. Und selbst ein Jahr nach der Erstaufführung lief »Rhythm is it!« noch mit 40 Kopien erfolgreich in den deutschen Kinos. Dieses Beispiel beweist, dass es im schwierigen Kinomarkt immerhin in Ausnahmen möglich ist, den starr vorgeesehenen Auswertungsfenstern zu trotzen und mit einem Dokumentarfilm auch über Monate hinweg das Interesse der Zuschauer zu wecken (Abb. 11).

Dass bei vielen Dokumentarfilmen jedoch bereits die gleichen oder zumindest ähnliche Gesetzmäßigkeiten wie bei der Spielfilmauswertung herrschen, wie vor allen Dingen die Tendenz zur Verkürzung der Auswertungszeit im Kino und die Tendenz zur Erhöhung der Kopienzahlen in den letzten Jahren, soll anhand von den drei ausgewählten Dokumentarfilmen »Mikrokosmos«, »Nomaden der Lüfte« und »Die Reise der Pinguine« aus den Jahren 1996, 2002 und 2005 kurz und exemplarisch dargestellt werden.

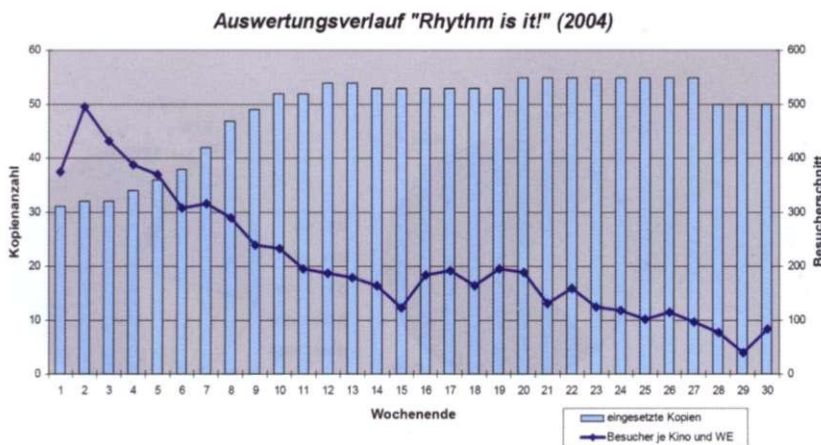
»Mikrokosmos« wurde 1996 mit nur 53 Kopien gestartet; damals war das ein sehr breit angelegter Start für einen Dokumentarfilm, bis 2002 ist keine andere Doku in dieser Größenordnung gestartet. Nach der großen Zuschauerresonanz am ersten Wochenende (758 Bes./Kopie) wurden Woche für Woche mehr Kopien eingesetzt, insgesamt bis zu 140. Der Besucherschnitt pro Kopie (zu erkennen an der blauen Linie) fiel seit dem ersten Wochenende kontinuierlich und für die Auswertung im Kino üblich ab - bis auf unter 100 Besucher pro Kopie am 14. Wochenende. Bei »Rhythm is it!« war das erst am 27. WE der Fall. Die Zeitspanne bis zu diesem Zeitpunkt kann als Anhaltspunkt für den angestrebten Vergleich der drei Beispiele dienen - bei »Mikrokosmos« sind es demnach 14 Wochen (orange Einfärbung) bis zur Unterschreitung dieser 100 Besucher/Kopie-Marke (Abb. 12).

Abb. 11 (unten) Auswertungsverlauf »Rhythm is it!« anhand von Besucherschnitt und Kopieneinsatz

Abb. 12-14 (rechte Seite) Auswertungsverlauf »Mikrokosmos« anhand von Besucherschnitt und Kopieneinsatz

Auswertungsverlauf »Nomaden der Lüfte« anhand von Besucherschnitt und Kopieneinsatz

Auswertungsverlauf »Die Reise der Pinguine« anhand von Besucherschnitt und Kopieneinsatz



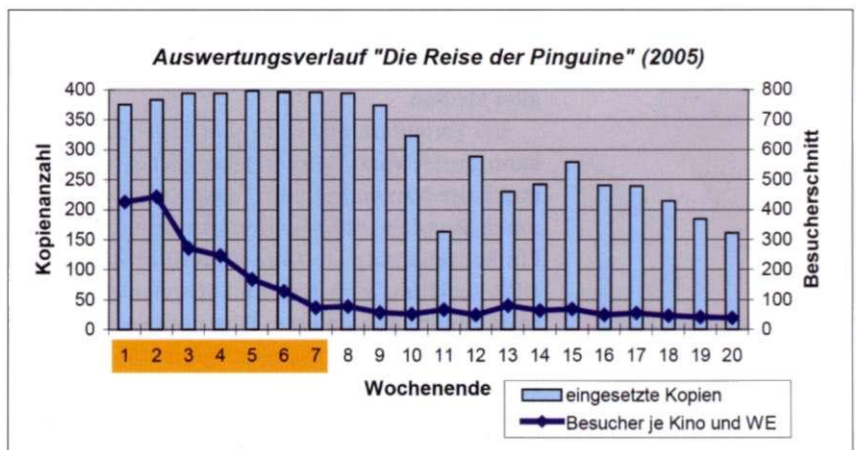
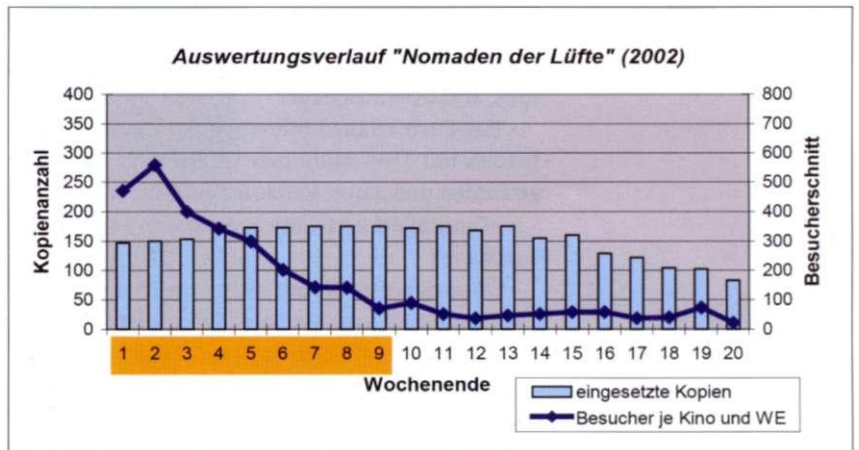
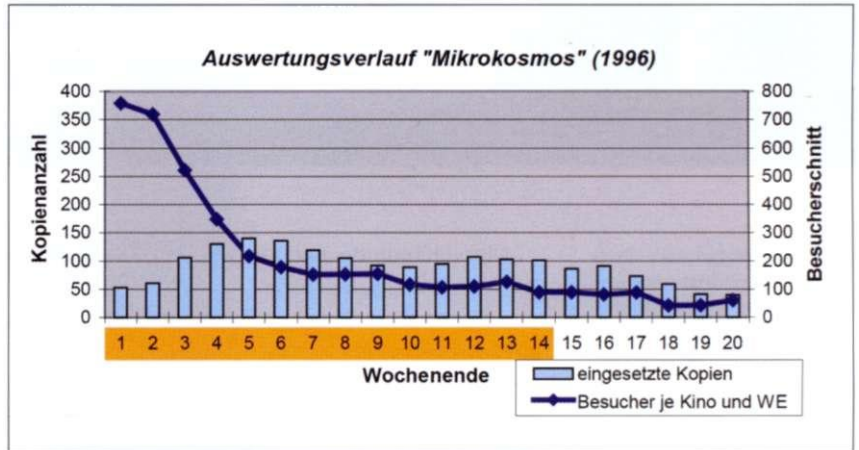
Als zweites Beispiel dient »Nomaden der Lüfte« aus dem Jahr 2002, ebenfalls ein Dokumentarfilm aus dem Bereich Natur. Dieser ging bereits mit mehr Kopien an den Start als »Mikrokosmos«. Nach dem Start, welcher nach dem Besucherschnitt schlechter verlief als bei »Mikrokosmos« wurden ebenfalls Woche für Woche mehr Kopien eingesetzt, insgesamt bis zu 174. Der Besucherschnitt pro Kopie fiel bei »Nomaden der Lüfte« nach Erreichen des Maximums (559 Bes./Kopie) deutlich stärker ab als bei »Mikrokosmos« und unterschritt bereits am 9. Wochenende die Marke von 100 Besuchern pro Kopie (ebenfalls orange eingefärbt). Der Zeitraum bis zur Unrentabilität der Kopie hat sich also von 1996 bis 2002 bereits verkürzt, was jedoch durch einen erhöhten Kopieneinsatz ausgeglichen wurde. In einer kürzeren Zeit als bei »Mikrokosmos« war es demnach möglich, genauso viele Besucher oder sogar mehr zu erreichen, das allerdings bei erhöhtem Kostenaufwand für die Herstellung der Kopien (Abb. 13).

Als drittes und extremes Beispiel dient an dieser Stelle der Film »Die Reise der Pinguine«. Die sehr erfolgreiche Naturdoku wurde mit 375 Kopien gestartet. Diese hohe Anzahl an Startkopien war bis zum Jahr 2005 der breitangelegteste Start eines Dokumentarfilms im deutschen Kino. Es sind mehr als doppelt so viele Kopien wie bei »Nomaden der Lüfte« eingesetzt worden. In der 5. Woche lief »Die Reise der Pinguine« bereits mit 398 Kopien. Der Besucherschnitt pro Kopie fiel nach dem Erreichen des Maximums (nur noch 443 Bes./Kopie am zweiten Wochenende) ab und unterschritt die Marke von 100 Besuchern pro Kopie bereits am 7. Wochenende. Die Zeitspanne hat sich gegenüber »Nomaden der Lüfte« abermals verkürzt (Abb. 14).

An diesen drei Beispielen von Kinodokumentarfilmen wird deutlich, dass sich die Dauer bis zur Unrentabilität einer Kopie seit 1996 im Dokumentarfilm immens verkürzt hat. Der Besucherschnitt, der von Beispiel zu Beispiel ebenfalls abgenommen hat, zeigt, dass die Rentabilität einer Kopie über die Jahre hinweg abgenommen hat. Über die Masse der Kopien wird jedoch trotzdem eine große Menge an Zuschauern erreicht. Diese Tendenz ist unseres Erachtens vor allem auf den erhöhten Konkurrenzdruck durch ein in den letzten Jahren gestiegenes Kinofilmangebot zurückzuführen und wird sicherlich von Vermarktungsstrategien, die eine zeitnahe DVD-Auswertung beinhalten, mitbestimmt. Leidtragende sind in diesem Fall die Filme, die nur mit wenigen Kopien an den Start gehen können und somit gar nicht erst die Chance erhalten, über einen längeren Zeitraum ausgewertet zu werden und somit ihr Potenzial voll ausschöpfen zu können.

Der Vorläufereffekt der Erfolgsfilme

Auf der Suche nach Eigenschaften, die diese Erfolgsfilme auszeichnen, fällt ein Phänomen besonders auf, das sich mit großer Regelmäßigkeit nachweisen lässt und geradezu zur Gesetzmäßigkeit wird. Die Erscheinung ist nicht überraschend und dürfte den meisten Kinoverleihern bewusst sein: »Die Aufmerksamkeit eines Publikums für einen Kinofilm wird wesentlich erleichtert durch thematische oder personenbezogene Vorkenntnis.«





Naturdokumentationen wie »Deep Blue« gehörten schon sehr lange zu den besucherstärksten Dokumentarfilmen im Kino
Foto: Kinowelt

Dies Phänomen nennen wir den »Vorläufereffekt«. Hier einige Beispiele:

- »Buena Vista Social Club«, Wim Wenders, 1999, 1,2 Mio. Zuschauer
 - Die Musik dieser Band hatte in Deutschland bereits große Verbreitung gefunden und zu einer »Kuba-Welle« beigetragen. Andererseits trug die Bekanntheit des Regisseurs zu den positiven Vorerwartungen der Zuschauer bei.
 - »Günter Wallraff - Ganz unten«, Jörg Gfrörer, 1995, 200.000 Zuschauer
 - Das Buch »Ganz unten« war vor dem Kinostart bereits mit zwei Millionen Lesern zum Bestseller geworden und damit Vorläufer des Kinoerfolges.
 - »Fahrenheit 9/11«, Michael Moore, 2004, 1 Mio. Zuschauer
 - Ohne den Verweis auf »9/11« im Titel und ohne die Popularität von Michael Moore hätte der Film wohl kaum die Millionengrenze erreicht.
 - »Deutschland. Ein Sommermärchen«, Sönke Wortmann, 2006, 4 Mio. Zuschauer
- Der Zusammenhang mit der abgeschlossenen Fußball-Weltmeisterschaft ist klar. Die nationale Begeisterung über das deutsche Team auf dem Weg zum Weltmeister war bundesweit das Thema Nr. 1 aller Medien.

Der Vorläufereffekt kann über das Thema wirken, kann durch vorab erfolgreiche Bücher entstehen, durch die Namen bekannter Regisseure, aber auch durch Skandale im Zusammenhang mit einem Film. Ein Polizeieinsatz am zweiten Aufführungstag des DDR-Rockfilms »Flüstern und Schreien« (1989) hatte das Interesse an diesem Film nachweislich gefördert. Der Film »Beruf Neonazi« geriet 1993 schlagartig in die Aufmerksamkeit, als der Spiegel dem Film selbst neonazistische Propaganda vorwarf. Es kam zu Verboten, zu großem Medieninteresse, zu Kino-

blockaden und Demonstrationen. Ein Dokumentarfilm, der im Kino Erfolg haben will, muss beim Publikum auf ein bereits vorbereitetes Interesse - oder eine latent vorhandene Neugier treffen.

Nicht bei allen Erfolgsfilmen ist der Vorläufereffekt offenkundig. Manchmal wundern sich Verleiher und Produzenten über Überraschungserfolge. Zum Beispiel der stille poetische Film »Sein und Haben« von Nicolas Philibert erreichte 2003 ohne klare Vorläufer überraschende 260.000 Zuschauer. Unbekannter kleiner Ort in Frankreich, in Deutschland unbekannter Regisseur, undramatische Handlung. Eine zarte Beobachtung des Lehrers und seiner Kinder in einer französischen Zwergschule, die so gefilmt wurde, dass dabei etwas Grundsätzliches jeder menschlichen Entwicklung spürbar wurde.

Themen und Inhalte der Erfolgsfilme

Seit langem ist bekannt, dass Kinobesucher in einzelne Filme vor allem wegen ihres Themas gehen. Weit mehr als Spielfilme leben Dokumentarfilme vom Inhalt. Teilt man die Themen der Erfolgsfilme (Erfolg hier im engen Sinne von Zuschauer-nachfrage) in grobe Gruppierungen ein, um die Bevorzugung bestimmter Themen zu erkennen, so ergibt sich folgende Verteilung:

Soziales + Heilkunde	14 Filme
Natur und Kosmos	13 Filme
Gesellschaftl.+ pol. Konflikte	11 Filme
Kunst und Musik	10 Filme
Religion	6 Filme
Geschichte	5 Filme
Sport	3 Filme
Summe (1980 - 2006)	62 Filme

An der Themenwahl des Publikums lassen sich deutlich die Zeichen der Zeit erkennen. Filme mit sozialer Thematik, wie etwa über Fast-Food-Gewohnheiten, über Sterbehilfe oder über das Schulleben in einer Landschule, dominieren die Hitlisten deutlich. Im Zeitraum unserer Langzeituntersuchung gilt dies vor allem für die letzten fünf Jahre und ebenso für die 80er Jahre, während zwischen 1990 und 2000 nur zwei Filme dieser Gruppe zugeordnet werden konnten. Möglicherweise hat in diesen Zeitperioden ein Grundgefühl der Verunsicherung der Lebensweisen in Deutschland zu dieser Bevorzugung geführt. Tier- und Naturfilme, also die weniger brennenden, weniger auf Gegenwarts-sorgen beruhenden Themen, haben seit der Wende deutlich zugenommen, vor allem nach 1996. Seit »Nomaden der Lüfte« (2002) können sie Werte über 800.000 Zuschauer erreichen. Filme über gesell-

schaftliche und politische Konflikte der Gegenwart hatten zunächst in Westdeutschland in den 80er Jahren eine zeitweilige Konjunktur (wie »Septemberweizen« (1980), »Atomic Cafe« (1982) und »Ganz Unten« (1986)). Während die 90er Jahre im Dokumentarkino unpolitischer wurden, taucht seit der Jahrtausendwende mit »Black Box BRD« (2001), mit »Bowling for Columbine« (2002) und »Fahrenheit 9/11« (2004) wieder gesellschaftspolitische Realität in den beliebtesten Kinodokumentarfilmen auf. Auch 2006 gehörten politische Filme mit »We feed the world« und »Die unbequeme Wahrheit« zu den Rennern.

In den letzten zwölf Jahren erreichten nur zwei Filme mit historischem Inhalt ein nennenswertes Kinopublikum: »Im toten Winkel« (2002) über Hitlers Sekretärin und »Majestät brauchen Sonne« (2000) über den letzten deutschen Kaiser. Beide blieben aber unter der Marke von 100.000 Zuschauern. Geschichtsfilm scheinen im Deutschland der Gegenwart keinen Platz im Kino zu finden. Im DDR-Kino war das offenbar anders. Von den fünf Filmen, die sich mit Geschichtsthemen beschäftigten, stammten zwei Filme aus der DDK. Dokumentarfilme über die Nazizeit und die Zeit des Kriegsendes waren dort offenbar sehr erfolgreich, vielleicht deswegen, weil die gesellschaftliche Identität der DDR ganz wesentlich als eine antifaschistische Identität im Vergleich zur BRD verstanden wurde. Demgegenüber haben die Geschichtsthemen im deutschen Fernsehen seit längerer Zeit Konjunktur. Möglicherweise haftet generell den historischen Filmen mehr didaktischer, belehrender Charakter an als es dem Kinopublikum recht ist.

Unter den Rennern des Dokumentarkinos finden sich gelegentlich auch religiöse Themen, wie kürzlich »Die große Stille« (2004) oder in Filmen über Buddhismus. Die Wahrnehmungseigenschaften des Kinos mit seiner auf passive Hingabe zielenden Situation unterstützen nach unserer Einschätzung die Wirkung globaler, existentieller, religiöser und kosmischer Filmthemen im Dokumentarkino. Themen, die eher eine aktive Beteiligung implizieren, wie etwa Sportthemen, schienen bisher eher dem Fernsehen eigen zu sein. So waren Sportfilme bis 2003 unter den Erfolgsfilmen überhaupt nicht vertreten. Erst in jüngster Zeit erreichten »Heimspiel« (2000), »Höllentour« (2004), »Riding Giants« (2005), »Deutschland. Ein Sommermärchen« (2006), »Am Limit« (2007) nennenswerte Zuschauerzahlen. Dass in den letzten Jahren die Vielfalt der Themen zugenommen hat, dürfte der zunehmenden Aufmerksamkeit von Verleihern und Produktionsfirmen für spezielle Zielgruppen zuzuschreiben sein. Bei-

spielsweise erreichte der Film »Sein und Haben« (2003) besonders hohe Zuschauerzahlen durch gezielte Werbung bei Pädagogen; »Höllentour« dagegen speziell bei Radsportvereinen.

Formale Gestaltung und Wirkung

Vieles spricht dafür, dass diejenigen Dokumentarfilme im Kino mehr Erfolg haben, die die faszinierenden Kräfte der Leinwandsituation wirklich nutzen. Diese Filme rufen Erstaunen hervor, überschreiten den vertrauten Horizont der Zuschauer, überschreiten eventuell die gewohnte Medienwahrnehmung und beeindrucken ihr Publikum wie ein zeitweiliger Zauber. Dies gelingt offenbar jedem einzelnen Erfolgsfilm auf andere Weise: durch ein berührendes Gefühl von allgemein menschlicher Bedeutung, durch eindrucksvolle ästhetische Intensität, vielleicht durch eine philosophische Tragweite, oder durch die Darstellung großartiger Naturlandschaften; ein weiterer Film bringt dem Publikum einen ganz außerordentlichen Lebenslauf näher und erweitert die Vorstellung vom Spektrum des Menschenmöglichen. Auf die eine oder andere Weise überschreiten alle diese Filme den alltäglichen Erfahrungshorizont der Zuschauer.



Wim Wenders' »Buena Vista Social Club« gehörte zu den ersten Dokumentarfilmen mit über 1 Mio. Besuchern
Foto: www.wim-wenders.com



Sehr erfolgreich war auch »Rhythm' is it« von Thomas Grube und Enrique Sanchez Lansch, über die Theaterarbeit mit Jugendlichen der Berliner Symphoniker
Foto: www.boomtownmedia.de

Dieses Potential des Dokumentarkinos steht in markantem Bezug zur typischen Wahrnehmungssituation im Kino. Vor einem Kinobesuch wählt man - nach Empfehlung durch Freunde oder durch eine Zeitungskritik - einen Film aus, verlässt seine häuslich-vertraute Umgebung, zahlt extra Eintritt und vertraut sich dem Dunkel des Kinosaales an, dem Raunen der Mitbesucher und den sinnlichen Kräften der großen Leinwand. Kino appelliert an einen quasi traumartigen Zustand, in dem das Gehirn auf eine Bild- und Tonfolge zwar reagiert und darin nach eigenen Deutungen sucht, in dem aber der Organismus insgesamt vergleichsweise passiv bleibt. Zurückgelehnt im Sessel, gerät der Zuschauer in einen Zustand der Erwartung und Auslieferung.

Dementsprechend unterscheidet sich das Formenspektrum der meistbesuchten Kinofilme deutlich von den üblichen journalistischen Fernsehformen. Eine wesentliche Eigenschaft des Fernsehens ist die Nachahmung menschlicher Alltagskommunikation. Durch Sendungen mit Ratgebern, Moderatoren und Life-Reportern, mit Showmasters, die zwischen Bühne und Zuschauerplätzen hin- und hergehen, wird ständig der Eindruck gestützt, man nehme vom Wohnzimmer aus an Reportagen und Shows vor Ort teil. Anders formuliert: die Reporter und Moderatoren rücken tendenziell in die Sphäre der Wohnzimmer hinein. Erfolgreiche Kinodokumentarfilme arbeiten prinzipiell anders. Sie ahmen die Alltagswahrnehmung nicht nach, sondern überschreiten sie. Sie nutzen das magische Potential der großen Leinwand mit inhaltlichen und sinnlichen Herausforderungen. Manche Kinofilme entfalten eine opulente und faszinierende Bilderwelt. Die große Leinwand unterstützt visuelle Wanderungen wie in Träumen - farbenfreudig und schillernd wie

in »Rivers and Tides«, kaleidoskopartig wie in »Koyaanisqatsi«, spektakulär wie in »Deep Blue«.

Ungewöhnliche, assoziative, essayistische und experimentell wirkende Formen fördern offenbar die Attraktivität von Kinofilmen wie bei »Die große Stille«, »What the Bleep do we (k)now!?!«, oder beim Kompilationsfilm »Atomic Cafe«. Zuschauer honorieren es, wenn Dokumentarfilme Schauwert besitzen und das Kinobild zur Augenweide machen. Geradlinigen narrativen Erzählstrukturen (im Sinne einer »story« mit Protagonisten, einem Handlungs-gang und einer Chronologie) wurde immer wieder nachgesagt, dass sie für das Dokukino besonders förderlich seien. Die meisten professionellen Dramaturgen und Gutachter für Filmförderungen gehen ziemlich einseitig von Erzählstrukturen mit Chronologien aus. Vor allem, weil ihre Ausbildung meistens von Spielfilm- und Theaterdramaturgie geprägt ist. Die Strukturen und Bauweisen des Dokumentarfilms haben dagegen seit langem ein breiteres Spektrum. Neben den durchaus anzutreffenden Erzählformen findet man im Dokukino immer wieder auch wirkungsvolle nicht-narrative Konstruktionstypen, etwa mit rhetorischem Grundmuster oder mit assoziativer Bauweise (»formal Systems« nach Bordwell & Thompson). »What the Bleep do we (k)now!?!« ist keine Erzählung! »Eine unbequeme Wahrheit« ist keine Erzählung! Auch »Die große Stille« ist keine Erzählung!

Unter dramaturgischem Blickwinkel fällt ein weiteres Phänomen auf: unter den Kinofilmen mit den größten Zuschauererfolgen haben eine Mehrheit der Filme eine gewisse Breite oder Offenheit in der Bauweise. Ihre Progression, also die vorwärts strebende Kraft, hat eher schweifenden, flanierenden

Der unwirtlichen Kälte der Antarktis trotzen die standhaften Pinguine. Mit über 2. Mio. Besuchern wurde »Die Reise der Pinguine« von Luc Jaque zum spektakulären Kinoerfolg
Foto: Kinowelt





Über ein Jahr begleitete Thomas Riedelsheimer für »Rivers and Tides« (2002) den Künstler Andrew Coldsworthy, der durch seine Arbeiten mit Materialien der Natur bekannt wurde
Foto: Piffi

Charakter als geradlinige und zielstrebende Eigenschaften wie etwa Horrorfilme oder Krimis. »Deep Blue« oder »Nomaden der Lüfte« reihen eine Vielzahl kleiner Szenen und Bilder in loser Folge nebeneinander, anstatt eine folgerichtige Ereigniskette in Richtung einer Krise oder eines Höhepunktes zu treiben. Das gilt auch für die Millionfilme »Buena Vista Social Club« und »Deutschland. Ein Sommermärchen«. Bildlich gesprochen ähneln diese Filme eher einem schweifenden, gemächlich fließenden Fluss mit Inseln, Mäandern und Auwäldern als einem geradlinigen Kanal oder einem reißenden Gebirgsbach.

Fragt man nach den spezifischen Regieverfahren der erfolgreichen Filme, so findet man das ganze Spektrum unseres Handwerks aufgefächert:

- Die klassischen, arrangierten Filme mit zahlreichen Absprachen zwischen Regisseur und Protagonisten (»Geschichte vom weinenden Kamel«, »Die Spielwütigen«)
- Filme mit provozierten Begebenheiten im Sinne des Cinéma Vérité (»Bowling for Columbine«, »Gernstls Reisen«),
- Regisseure im Selbstversuch (»Super Size Me«), reine Beobachtungen von Schauplätzen und Begebenheiten (»Sein und Haben«, »Die große Stille«)
- Kompilationen von Archivmaterial (»Das Jahr 1945«)
- visuelle Essays (»Koyaanisqatsi«)
- regelrechte Vorträge (»Die unbequeme Wahrheit«)
- stundenlange Interviews (»Im toten Winkel«)
- hybride Formen mit Kombinationen mehrerer Regieverfahren (übrigens seltener als erwartet wurde).

TV-spezifische Elemente wie Frage-Antwort-Interviews von Experten oder anonyme auktoriale Kommentare bleiben allerdings selten. Diese sehr große Streubreite der Verfahrensweisen beruht unseres Erachtens darauf, dass das Dokumentarkino ganz ausgeprägt vom Einzelstück lebt. Die Gesamtbetrachtung der Gestaltungsmittel aller 62 Filme, die seit 1980 im deutschen Dokumentarkino nennenswerte Zuschauerzahlen erreichten, führt zum Eindruck, dass vor allem die Individualität jedes einzelnen Filmes gefragt ist. Kein anderer Erfolgsfilm gleicht der Machart von Philipp Grönings »Die große Stille«, keiner gleicht Nicolas Philiberts »Sein oder Haben«. Ins Dokumentarkino geht man für überraschende Einzelstücke, nicht für Serienware von der Stange.

Eine Bemerkung noch zu der künstlerischen Qualität der »Erfolgsfilme«: Betrachtet man das gestalterische Niveau der 62 Filme, so stellt sich - vorsichtig formuliert - der Eindruck ein, dass Kunst und Kino nicht immer zusammenpassen. Das gilt offenbar auch für den Dokumentarfilm. In der Hitliste sind zwar durchaus Filme mit hoher ästhetischer Qualität zu finden - wie etwa »Rivers and Tides«, »Die große Stille«, »Sein und Haben« oder »Koyaanisqatsi«. Aber die kunstvollen Filme bilden nicht die Mehrheit. Dokumentarfilm ist allerdings nicht primär als eine künstlerische Veranstaltung zu verstehen, sondern vielmehr als eine mediale Unternehmung zur Vermittlung von realen Geschehnissen und Verhältnissen, verbunden mit jenem charakteristischen Wahrhaftigkeitsanspruch. Und genau daran hat - trotz der oft beschworenen »Agonie des Realen« - das deutsche Kinopublikum offenbar immer größeres Interesse.